

ANALISIS KEBUTUHAN LAYANAN PELATIHAN DAN SERTIFIKASI APPLICATION DEVELOPMENT PADA TELKOM PROFESSIONAL CERTIFICATION CENTER MENGGUNAKAN INTEGRASI SERVICE QUALITY FOR HIGHER EDUCATION DAN MODEL KANO

Anom Amirul Hak, Agus Ahmad Suhendra , Maria DellaRosawati I.
Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
anomamirulhak@gmail.com, Dellarosawati@gmail.com, Agusachmadsuhendra@gmail.com

Abstrak

Telkom *Professional Certificate Centre* (PCC) merupakan Lembaga Sertifikasi Profesi didirikan oleh *Telkom Education Foundation* sebagai wujud dedikasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk turut berkontribusi dalam mencerdaskan dan meningkatkan daya saing bangsa. Telkom PCC menawarkan berbagai jenis program training dan sertifikasi profesional berstandar internasional. Seiring berjalannya waktu dari beberapa program sertifikasi khususnya program ADP ada beberapa keluhan yang mencerminkan ketidakpuasan pelanggan terhadap produk ini. Telkom PCC harus menyediakan produk atau program yang sesuai dengan keinginan pelanggan agar dapat bertahan dan selalu berkembang. Salah satu cara dengan melakukan perbaikan kualitas pelayanan guna terus memenuhi kepuasan dan kebutuhan pelanggan program ADP. Oleh karena itu, penelitian dilakukan menggunakan integrasi *Service Quality* dan Model Kano guna mengetahui kebutuhan dan kepuasan pelanggan Terhadap program ADP. Output yang dihasilkan dari penelitian ini adalah rekomendasi *true customer needs* yang perlu diperhatikan sebagai upaya perbaikan yang harus dilakukan Telkom PCC. Penelitian ini mengidentifikasi 21 atribut kebutuhan terhadap program ADP pada Telkom PCC digunakan untuk mengukur kinerja dan mengategorikannya berdasarkan dampak kepuasan yang diberikan. Hasil integrasi menunjukkan bahwa enam atribut *true customer needs* memiliki NKP lemah, yang mengindikasikan bahwa atribut-atribut tersebut masih memiliki kinerja dibawah kepuasan pelanggan yang perlu dilakukan perbaikan/peningkatan

Kata kunci : *Kepuasan pelanggan, Service Quality, Model kano*

Abstract

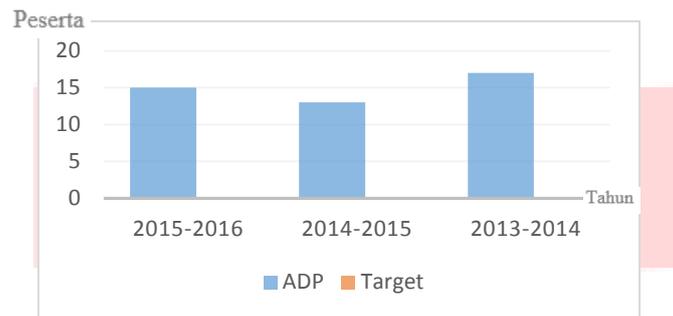
Telkom Professional Certificate Centre (PCC) is a professional Certification agency that established By Telkom Education Foundation as a form of dedication PT . Telekomunikasi Indonesia ,Tbk for also contributing to educate and improve the National Competitiveness. Telkom PCC offers type of different training courses and professional certification of international standards. Over the time of several certification programs especially ADP Program there were complains that reflects some customer dissatisfaction to this product. Telkom PCC must provides product or program that is suitable with customer desires that can be Survived and always evolving. One of the way is making improvements service quality and the satisfaction of customer needs ADP program . Therefore, the study was conducted using the integration of the Service Quality and Kano Model to determine the needs and satisfaction of customer towards ADP program . The output that is produced from this research is on true customer needs that need to be considered as an improvement efforts should be made by Telkom PCCThis research identified 21 attributes need to ADP program at PCC Telkom used to measure performance and categorized based on the impact of satisfaction given. The results show that the integration of the six attributes truecustomer needs have weak NKP , which indicates that these attributes are still performing below the customer's satisfaction that needs improvement / upgrading.

Keywords : *customer's satisfaction, service quality, kano model*

1. PENDAHULUAN

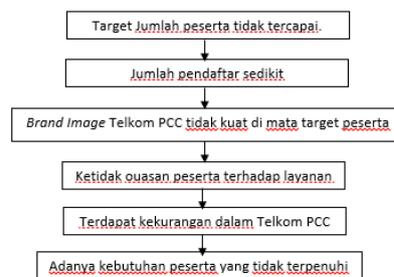
Dalam meningkatkan daya saing global hal yang paling utama adalah memperoleh sertifikat profesi yang wajib dimiliki setiap pekerja. Kualitas pekerja yang memiliki sertifikat lebih diakui serta terjamin, dan menguatkan kesempatan memperoleh pekerjaan. Bila profesionalisme serta kualitas tenaga kerja negeri ini kalah jauh dari tenaga

kerja Negara tetangga, bukanlah tidak mungkin perusahaan-perusahaan serta investor luar negeri lebih pilih tenaga kerja luar negeri yang lebih berkualitas serta terjamin. Menyikapi hal tersebut, Telkom telah membentuk badan sertifikasi Telkom Profesional Certificate Centre (PCC) dengan misi menjadi Badan Sertifikasi Profesi yang berstandar Internasional yang unggul di lingkup regional. Telkom PCC ini juga membentuk Lembaga Sertifikasi Profesi TPCC yang diakui secara nasional melalui pengaduan BNSP Indonesia. Telkom PCC Berdiri pada tahun 2008, lembaga pendidikan ini didirikan oleh *Telkom Education Foundation* sebagai wujud dedikasi PT. Telekomunikasi Indonesia, tbk untuk turut berkontribusi dalam mencerdaskan dan meningkatkan daya saing bangsa. Program studi yang dibuka oleh Telkom PCC sebanyak 7 program studi diantaranya *Application Development (ADP)*, *Web Development (WDP)*, *Graphic Design (GDP)*, *Creative Multimedia (CMP)*, *Network Administration (NAP)*, *IT Accounting (IAP)* , *Cyber Secretary (CSP)*. Pada penelitian ini difokuskan kepada sertifikasi *Application Development (ADP)*. jumlah peserta program ADP pada Telkom PCC tidak memenuhi target di mulai pada tahun 2013 sampai 2015. Sehingga untuk menemukan akar permasalahan dilakukan indentifikasi masalah



Gambar 1.1 Peserta Program ADP tahun 2013-2015

Pengidentifikasi akar masalah dilakukan menggunakan *why why analysis* sehingga dapat diketahui bahwa akar permasalahan dari target jumlah peserta program ADP yang tidak tercapai adalah karena adanya kebutuhan mahasiswa yang tidak terpenuhi sehingga terdapat kekurangan pada program ADP. Kekurangan produk ADP ini telah teridentifikasi dengan adanya ketidakpuasan peserta terkait layanan yang di berikan sehingga menyebabkan *brand image* Telkom PCC pada produk ADP tidak kuat di mata target peserta. Hal tersebut menyebabkan jumlah pendaftar sedikit. Berdasarkan penjelasan masalah tersebut maka perlu dilakukan analisis kebutuhan peserta terhadap program ADP pada Telkom PCC. Pengidentifikasi akar masalah dilakukan menggunakan *why why analysis* yang ditunjukkan pada Gambar I.2.



Gambar 1.2 *why why analysis* program ADP

Survey pendahuluan dilakukan untuk mengetahui lebih jauh mengenai kebutuhan yang tidak terpenuhi dengan menggali beberapa kekurangan dari Telkom PCC khususnya pada produk ADP sehingga nantinya dapat dilakukan perbaikan terhadap atribut kebutuhan yang tidak terpenuhi. Survey pendahuluan di lakukan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada 8 peserta aktif yang sedang mengikuti program ADP sehingga peserta tersebut merasakan langsung layanan yang diberikan oleh Telkom PCC, dari hasil wawancara tersebut diketahui beberapa kekurangan diantaranya kecepatan internet yang cukup lambat, kinerja komputer yang sedikit kurang maksimal, petugas lambat saat diminta bantuan, instruktur terkadang mengganti jadwal tetapi waktunya tidak tepat, kesesuaian isi modul dengan yang di ajarkan dan keterlambatan menerima modul.

2. DASAR TEORI

2.1 Kepuasan Pelanggan

perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya. Jadi jika perasaan seseorang tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas.

Sehingga kepuasan adalah Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2000)

2.2 Diagram Afinitas

Diagram afinitas digunakan untuk mengurangi jumlah kata dengan mengelompokkan deskripsi yang memiliki kesamaan atau kedekatan (Llinares & Page, 2011). Tujuan dilakukannya pengelompokan ide-ide tersebut untuk membantu proses identifikasi pola data yang kemudian menghasilkan data dalam bentuk grafis.

2.3 Service Quality

Service quality merupakan ukuran dari seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai harapan pelanggan (Lewis dan Booms, 1983; dalam Parasuraman, dkk., 1985). Industri jasa sangat beragam karena tidak semua jenis jasa menawarkan *pure service* sehingga memiliki parameter kualitas yang berbeda-beda

2.4 Model Kano

Atribut produk yang dianggap penting untuk pelanggan dapat dilihat dengan bantuan Model Kano. Sebelum melakukan pemodelan atribut, Model Kano sendiri melibatkan proses studi pendahuluan, pengembangan dan kemudian proses perhitungan/penginterpretasian kuesioner Model Kano. Menurut tabel evaluasi Model Kano terdapat tiga kategori dasar Kano dan tiga kategori tambahan. Kategori-kategori tersebut (Berger, dkk., 1993), yaitu:

1. *Must Be*

Suatu atribut yang harus dipenuhi, sehingga apabila atribut ini tidak dijumpai dalam produk maka kepuasan pelanggan akan menurun dan apabila dipenuhi pelanggan merasa biasa saja. Secara umum atribut ini berhubungan dengan fungsi dasar suatu produk.

2. *One Dimensional*

Apabila atribut ini dipenuhi maka pelanggan merasa puas dan apabila tidak terpenuhi maka kepuasan pelanggan menurun, sehingga bersifat linear terhadap kepuasan pelanggan. Atribut ini menyinggung tentang fungsi tambahan yang hampir ada di semua produk sejenis.

3. *Attractive*

Jika atribut ini terpenuhi maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan apabila tidak terpenuhi pelanggan tak akan merasa tidak puas. Atribut ini berhubungan dengan diferensiasi produk, sehingga apabila pelanggan menemukan atribut ini terdapat pada suatu produk, maka pelanggan akan membayar lebih untuk keberadaan atribut ini.

4. *Indifferent*

Ada atau tidaknya atribut ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Atribut ini biasanya terdapat pada fungsi tambahan yang tidak ada gunanya sama sekali terhadap produk.

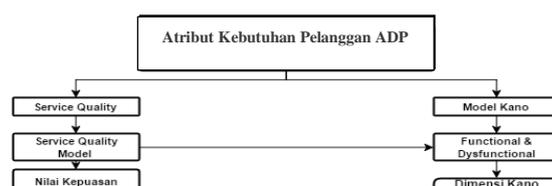
5. *Reverse*

Jika ditemukan atribut ini ada pada suatu produk, maka kepuasan pelanggan menurun. Sebaliknya, jika atribut ini tidak ada, maka kepuasan pelanggan meningkat.

6. *Questionable*

Atribut ini menunjukkan suatu kebutuhan yang tidak dapat diterjemahkan secara jelas dan benar dikarenakan adanya ketidaksesuaian antara pertanyaan dan jawaban yang diberikan sehingga menghasilkan respon yang tidak tepat

3. METODELOGI PENELITIAN



Gambar 3.1 Model Konseptual

Tahap pertama dalam metode konseptual adalah dengan mengelompokkan atribut kebutuhan yang sudah diperoleh dari proses wawancara ke dalam bentuk *Voice of Customer (VoC)*. VoC ini kemudian dikelompokkan berdasarkan kesamaan tema/ide yang dimiliki, lalu disesuaikan dengan dimensi kualitas pelayanan yang relevan dengan objek penelitian serta mengacu pada hasil identifikasi atribut dan indikator pada Bab II.

Dimensi *service quality for Higher Education* yang digunakan adalah *tangibles, Reability, responsiveness, empathy, Delivery* dan *Hospitality*. Penentuan dimensi dan indikatornya didasarkan pada studi literatur pada penelitian serupa terdahulu, wawancara (VoC) dan analisis dari peneliti. Indikator dan VoC yang diperoleh akan menjadi dasar pembuatan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yakni kuesioner *service quality for Higher Education & Model Kano*. Kuesioner *service quality for Higher Education* digunakan untuk memperoleh Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP). NKP ini diperoleh berdasarkan nilai kepuasan, harapan dan kepentingan dari setiap indikator dimensi yang diuji. Secara berturut-turut NKP positif dan negatif akan menghasilkan atribut kuat dan atribut lemah. Kuesioner Model Kano dilakukan guna membantu menentukan atribut bergolongan *must be, one-dimensional, attractive, indifferent, reverse* atau *questionable* dengan menggunakan tabel evaluasi Model Kano dan rumus perhitungan Blauth. Pengelompokan antar keduanya (*service quality for Higher Education & Model Kano*) kemudian dikombinasi/diintegrasikan akan menghasilkan *true customer needs* terhadap produk ADP.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

[1] Pengumpulan Data, tahap ini merupakan tahapan yang menjabarkan mengenai bagaimana data penelitian diperoleh. Tahap ini terdiri dari proses identifikasi atribut kebutuhan, Pengelompokan atribut kebutuhan pada diagram afinitas, pengodean atribut kebutuhan, operasionalisasi variabel dan berbagai uji statistik guna mengumpulkan data yang sudah layak untuk diolah. Ketika data sudah layak untuk diolah, data tersebut bisa berlanjut pada tahap pengolahan data. [2] Identifikasi atribut kebutuhan pelanggan digunakan untuk memperoleh atribut kebutuhan pada ADP. Atribut kebutuhan bisa diperoleh melalui kegiatan *depth interview*. Tujuan dari *depth interview* adalah untuk mendapatkan *feedback* langsung, lebih mendalam dan memberikan kebebasan dalam mengutarakan opini dari responden (Malhotra & Birks, 2007). Target responden adalah semua gender dengan usia 17-45 thn, dan sudah pernah mengambil sertifikasi ADP melalui Telkom PCC. Proses wawancara ini dilaksanakan secara runtun dan akan dihentikan apabila datanya telah jenuh dan sampel sudah tidak bisa lagi diperoleh informasi baru (Nasution, 1988 dalam Sugiyono, 2012). [3] Penentuan dimensi diawali dengan Penerjemahan dan pengelompokan atribut kebutuhan menggunakan *affinity diagram* dilakukan dari studi literatur dan hasil yang didapatkan dari wawancara sebelumnya. Atribut-atribut tersebut dikelompokkan berdasarkan indikator yang telah dibuat dari masing-masing dimensi *Service Quality for Higher Education* yaitu *Tangible, Responsive empathy, reliability, dan Assurance* Pengelompokan atribut kebutuhan kedalam dimensi *Service Quality for Higher Education* menggunakan *affinity diagram* [4] Kuesioner dibuat berdasarkan pada atribut kebutuhan yang telah didapatkan sebelumnya dengan menulis daftar pertanyaan yang telah dirumuskan yang akan dijawab oleh responden. Pada penelitian ini, kuesioner dibuat dalam empat bagian, yaitu identitas responden, karakteristik responden, kuesioner *Service Quality for Higher Education* dan kuesioner model Kano. Pada bagian identitas responden yang harus diisi adalah nama, kota asal dan jurusan, sedangkan pada bagian karakteristik responden yang

harus diisi adalah dari mana awal mula anda mengetahui Telkom PCC ,jenis kelamin, dan pendidikan terakhir.[5] Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah uji validitas isi. Validitas isi memastikan bahwa pengukuran memasukkan sekumpulan *item* yang memadai dan mewakili konsep (Sekaran, 2011). Uji validitas isi ini dilakukan terhadap kuesioner yang telah dirancang dengan mendiskusikannya kepada dosen pembimbing dan pihak perusahaan. Berdasarkan diskusi dan masukan dari dosen pembimbing serta pihak perusahaan, kuesioner dinyatakan valid dan layak disebar [6] Pada tahap ini dilakukan *pretest* yang digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner. *Pretest* dilakukan kepada 15 responden yang pernah menjadi peserta sertifikasi yang dilakukan oleh pihak Telkom PCC dan berusia antara 17 tahun sampai dengan 45 tahun. *Pretest* ini dilakukan di kampus Telkom University secara langsung dengan mendampingi responden dalam pengisian kuesioner. Jika dalam pengisian kuesioner terdapat pernyataan yang kurang dimengerti, maka akan dilakukan perbaikan pada kalimat pernyataan tersebut sampai responden memiliki pemahaman yang sama dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.1 Hasil *Pretest*

Pertanyaan Awal	Pertanyaan Perbaikan
Kinerja Komputer	Kinerja komputer yang baik untuk menunjang proses belajar
Kemampuan Instruktur terhadap pertanyaan dari peserta	Kemampuan instruktur dalam menjawab pertanyaan
Kecepatan Petugas merespon	Kecepatan Petugas merespon saat diminta bantuan

[7] Penyebaran kuesioner ,pada tahap ini, responden akan ditemani/dibimbing oleh peneliti dalam melakukan proses pengisian kuesioner. Hal ini dilakukan guna mencegah terjadinya kesalahpahaman atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Keraguan apapun yang responden miliki terhadap beberapa pertanyaan bisa diklarifikasi di tempat (Sekaran, 2002). [8] Pada tahap ini dilakukan uji reliabilitas terhadap seluruh jawaban yang telah didapatkan dalam penyebaran kuesioner. Tahap ini berawal dari pengkodean seluruh jawaban dari setiap responden yang dinotasikan dengan angka sesuai dengan skala yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 21 atribut kebutuhan produk ADP dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 14 dan Microsoft Excel 2013. Pengujian ini dilakukan pada masing-masing kuesioner *Service Quality for Higher Education* dan kuesioner model Kano.[8] Pada tahap pengolahan data kuesioner *Service Quality for Higher Education* dilakukan perhitungan *gap* atau selisih antara nilai kepuasan dan nilai harapan dari produk ADP. Nilai *gap* tersebut selanjutnya akan dikombinasikan dengan nilai kepentingan yang didapat dari kuesioner *Service Quality for Higher Education* menjadi NKP. Atribut kebutuhan yang memiliki NKP positif mempunyai arti bahwa atribut kebutuhan tersebut tergolong atribut kuat, sedangkan atribut kebutuhan yang memiliki NKP negatif mempunyai arti bahwa atribut kebutuhan tersebut tergolong atribut lemah

Tabel 4.2 pengolahan data kuesioner *Service Quality for Higher Education*

NO	Dimensi	harapan	kepuasan	GAP	Kepentingan	NKP
1	REA01	1,76	2,25	0,49	1,72	0,85
2	REA02	1,68	2,87	1,19	1,76	2,1
3	REA03	2,25	1,8	-0,45	2,13	-0,96
4	REA04	2,13	2,63	0,50	1,76	0,88
5	REA05	2,13	2,25	0,12	1,45	0,18
6	REA06	2,03	1,76	-0,27	1,93	-0,53
7	ARC01	2,08	2,08	0,00	1,98	0
8	ARC02	1,8	2,45	0,65	2,25	1,47
9	DLV01	1,68	2,08	0,40	1,98	0,8
10	DLV02	2,25	2,08	-0,17	2,19	-0,38
11	TANG01	2,31	1,29	-1,02	2,87	-2,93
12	TANG02	1,98	3,05	1,07	1,98	2,12
13	TANG03	1,72	3,05	1,33	1,93	2,57
14	TANG04	2,13	1,49	-0,64	3,05	-1,96
15	TANG05	1,93	1,6	-0,33	2,63	-0,87

Tabel 4.2 pengolahan data kuesioner *Service Quality for Higher Education* (Lanjutan)

NO	Dimensi	harapan	kepuasan	GAP	Kepentingan	NKP
16	TANG06	1,76	2,31	0,55	1,76	0,97
17	RES01	1,98	2,45	0,47	1,25	0,59
18	RES02	1,85	3,05	1,20	1,25	1,5
19	RES03	2,25	1,8	-0,45	1,85	-0,84
20	RES04	1,98	2,31	0,33	1,29	0,43
21	HSY01	1,68	3,05	1,37	2,87	3,94

[9] Dari tabel di atas, dapat diketahui atribut kebutuhan yang tergolong ke dalam atribut kuat atau atribut lemah. Terdapat 14 atribut kebutuhan yang tergolong kedalam atribut kuat, yaitu atribut kebutuhan yang memiliki NKP lebih dari atau sama dengan nol. Dapat dilihat pada tabel IV. 10 atribut kuat dari produk ADP yang telah diurutkan dari yang paling positif

Tabel 4.3 Atribut Kuat Produk ADP

NO	Dimensi	harapan	kepuasan	GAP	Kepentingan	NKP
1	HYS01	1,68	3,05	1,37	2,87	3,94
2	TANG03	1,72	3,05	1,33	1,93	2,57
3	TANG02	1,98	3,05	1,07	1,98	2,12
4	REA02	1,68	2,87	1,19	1,76	2,1
5	RES02	1,85	3,05	1,2	1,25	1,5
6	ARC02	1,8	2,45	0,65	2,25	1,47
7	TANG06	1,76	2,31	0,55	1,76	0,97
8	REA04	2,13	2,63	0,5	1,76	0,88
9	REA01	1,76	2,25	0,49	1,72	0,85
10	DLV01	1,68	2,08	0,4	1,98	0,8
11	RES01	1,98	2,45	0,47	1,25	0,59
12	RES04	1,98	2,31	0,33	1,29	0,43
13	REA05	2,13	2,25	0,12	1,45	0,18
14	ARC01	2,08	2,08	0,00	1,98	0,00

Atribut kuat di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan terhadap atribut-atribut tersebut sudah melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Terdapat juga atribut kebutuhan dari produk ADP yang berkategori lemah, yaitu atribut kebutuhan dengan NKP di bawah angka nol. Dapat dilihat pada tabel IV.11 di bawah ini atribut lemah produk ADP yang telah diurutkan berdasarkan NKP paling negatif.

Tabel 4.4 Atribut Lemah Produk ADP

NO	Dimensi	harapan	kepuasan	GAP	Kepentingan	NKP
1	TANG01	2,31	1,29	-1,02	2,87	-2,93
2	TANG04	2,13	1,49	-0,64	3,05	-1,96
3	REA03	2,25	1,8	-0,45	2,13	-0,96
4	TANG05	1,93	1,6	-0,33	2,63	-0,87
5	RES03	2,25	1,8	-0,45	1,85	-0,84
6	REA06	2,03	1,76	-0,27	1,93	-0,53
7	DLV02	2,25	2,08	-0,17	2,19	-0,38

Atribut lemah mengindikasikan adanya kinerja perusahaan terhadap atribut-atribut tersebut belum sesuai atau masih berada di bawah harapan pelanggan. NKP bernilai negatif karena nilai dari produk yang diterima atau yang dirasakan oleh pelanggan lebih rendah dibandingkan dengan nilai yang diharapkan oleh pelanggan

[10] Pengolahan Data Kuesioner Model Kano, Pada tahap ini, dilakukan penilaian terhadap masing-masing atribut kebutuhan yang dapat memuaskan atau belum memuaskan pelanggan. Penilaian ini dilakukan dengan mengategorikan setiap atribut kebutuhan menggunakan kategori Kano, yaitu *Must be* (M), *One Dimensional* (O), *Attractive* (A), *Indifferent* (I), *Reverse* (R), dan *Questionable* (Q). Pengkategorian ini dinilai dengan melihat jawaban dari masing-masing responden terhadap masing-masing atribut kebutuhan dengan pernyataan fungsional dan pernyataan disfungsional menggunakan tabel evaluasi Kano seperti Gambar II. 3 Pengolahan Model Kano (Sumber:

Berger, dkk., 1993) Ketika sudah diketahui kategori dari setiap atribut kebutuhan dari masing-masing responden, dilakukan pencarian kategori Kano secara keseluruhan untuk setiap atribut kebutuhan. Pencarian kategori Kano dilakukan dengan menjumlahkan hasil masing-masing kategori yang diperoleh dari keseluruhan responden pada masing-masing atribut menggunakan Blauth's Formula. Hasil dari pencarian kategori Kano untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.5 Pengolahan Data Kuesioner Model Kano

No	Kano Atribut	A	O	M	AOM	Q	R	I	QRI	K.Kano
1	REA01	5	8	16	29	0	0	9	9	M
2	REA02	3	14	10	27	0	0	11	11	O
3	REA03	6	6	16	28	0	0	10	10	M
4	REA04	4	7	23	34	0	0	4	4	M
5	REA05	3	6	23	32	0	0	6	6	A
6	REA06	1	13	7	21	0	0	17	17	O
7	ARC01	17	9	3	29	0	0	9	9	A
8	ARC02	22	8	3	33	0	0	5	5	A
9	DLV01	6	4	17	27	0	0	11	11	M
10	DLV02	9	7	16	32	0	0	6	6	M
11	TANG01	6	2	24	32	0	0	6	6	M
12	TANG02	8	7	17	32	0	0	6	6	M
13	TANG03	3	5	21	29	0	0	9	9	M
14	TANG04	7	5	19	31	0	0	7	7	M
15	TANG05	9	6	20	35	0	0	3	3	M
16	TANG06	3	3	20	26	0	0	12	12	M
17	RES01	16	9	6	31	0	0	7	7	M
18	RES02	18	4	7	29	0	0	9	9	M
19	RES03	7	7	17	31	0	0	7	7	M
20	RES04	11	2	19	32	0	0	6	6	M
21	HYS01	19	6	11	36	0	0	2	2	A

[11] Pada tahap ini dilakukan pengintegrasian dari hasil kuesioner *Service Quality for Higher Education* dan kuesioner model Kano. Dari hasil kuesioner *Service Quality for Higher Education* didapatkan atribut kebutuhan berkategori kuat dan lemah, sedangkan hasil dari kuesioner model Kano didapatkan atribut kebutuhan berkategori Kano. Hasil ini akan diintegrasikan dengan tujuan untuk mengetahui atribut kebutuhan apa saja yang akan dijadikan prioritas untuk ditingkatkan dan dipertahankan. Pengintegrasian hasil kuesioner *Service Quality for Higher Education* dan Model Kano dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 4.6 Intergrasi *Service Quality* dan Model Kano

No.	Atribut	NKP	Keunggulan /Kelemahan	Kategori Kano	Perbaikan
1	REA01	0,85	Keunggulan	M	Ditingkatkan
2	REA02	2,1	Keunggulan	0	Dipertahankan
3	REA03	-0,96	Kelemahan	M	Ditingkatkan
4	REA04	0,88	Keunggulan	M	Dipertahankan
5	REA05	0,18	Keunggulan	A	Dikembangkan
6	REA06	-0,53	Kelemahan	O	Ditingkatkan
7	ARC01	0	Keunggulan	A	Dikembangkan
8	ARC02	1,47	Keunggulan	A	Dikembangkan
9	DLV01	0,8	Keunggulan	M	Dipertahankan
10	DLV02	-0,38	Kelemahan	M	Ditingkatkan
11	TANG01	-2,93	Kelemahan	M	Ditingkatkan
12	TANG02	2,12	Keunggulan	M	Dipertahankan
13	TANG03	2,57	Keunggulan	M	Dipertahankan
14	TANG04	-1,96	Kelemahan	M	Ditingkatkan
15	TANG05	-0,87	Kelemahan	M	Ditingkatkan
16	TANG06	0,97	Keunggulan	M	Dipertahankan
17	RES01	0,59	Keunggulan	M	Dipertahankan
18	RES02	1,5	Keunggulan	M	Dipertahankan
19	RES03	-0,84	Kelemahan	M	Ditingkatkan
20	RES04	0,43	Keunggulan	M	Dipertahankan
21	HYS01	3,94	Keunggulan	A	Dikembangkan

Atribut-atribut kebutuhan yang perlu untuk ditingkatkan dan di kembangkan inilah yang dikatakan sebagai *true customer needs*. Di bawah ini dapat dilihat pada tabel IV.14 atribut kebutuhan yang termasuk kedalam *true customer needs*.

Tabel 4.7 Rekomendasi True Customer Needs

NO	Dimensi	Atribut Kebutuhan	NKP	K.Kano
1	TANG01	Kecepatan Akses Internet yang stabil dalam menunjang kegiatan belajar	-2,93	M
2	TANG04	Kinerja AC (Air Conditioning) yang baik	-1,96	M
3	REA03	Instruktur Mengajar sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan	-0,96	M
4	RES03	Kecepatan Petugas merespon saat diminta bantuan	-0,84	M
5	REA06	Ketepatan menerima modul	-0,53	O
6	DLV02	Kesesuaian materi yang diajarkan dengan isi modul	-0,38	M

4. Kesimpulan

1. Penelitian ini berhasil menjabarkan 21 atribut kebutuhan pelanggan yang di dapat dengan cara melakukan wawancara langsung kepada peserta program ADP dan beberapa atribut di dapat dari literatur penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para ahli lalu dikelompokkan menjadi empat dimensi Service Quality for Higher Education, yaitu tangibles, Reability, responsiveness ,emphaty, Delivery dan Hospitality
2. Berdasarkan hasil perhitungan NKP pada pengolahan data diperoleh bahwa beberapa atribut yang diolah memiliki nilai negatif, yang berarti bahwa atribut-atribut tersebut memiliki nilai kepuasan yang berada di bawah ekspektasi pelanggan. Atribut tersebut dikategorikan sebagai atribut lemah, yang pada penelitian ini berjumlah tujuh atribut
3. Hasil pengolahan Model Kano diperoleh bahwa terdapat empat atribut *attractive*, dua atribut *on-dimensional* dan lima belas atribut *must-be*
4. Dalam penelitian ini didapat tujuh atribut berkategori lemah sehingga perlu dilakukan perbaikan. Lalu hasil dari pengolahan data tersebut diberikan kepada pihak Telkom PCC untuk mengetahui tanggapan kenyataannya. Dari tujuh atribut yang diajukan hanya enam yang dapat ditingkatkan oleh pihak Telkom PCC, diantaranya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Telkom Professional certification center, 2012. About Certifacation Centrtr (Telkom PCC).Bandung
- [2] Gunardi, (2015). Pentingnya Sertifikasi Profesi Jelang MEA. Jakarta Barat: Untar
- [3] Abdul Gopur (2014). Percaya Diri Menyambut MEA dengan Kompetensi dan Sertifikasi IT. Jakarta: PT. Mitra Integrasi Informatika
- [4] Puspitasari, N. B., Suliantoro, H., & Kusumawardhani, L. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano
- [5] Sukwadi, R., Yang, C.-C., & Liu, F. (2011). Towards an Identification and Classification of Service Quality Attributes in Higher Education. *International Journal e-Education, e-Business, e-Management and e- Learning* , 163-168.
- [7] Kwan, P. Y., & Ng, P. W. (1999). Quality Indicators in Higher Education - Comparing Hongkong and China's Students. *14*, 20-27.
- [8] Ministry of Education and Culture. (2012). Indonesia Educational Statistics in Brief 2011/2012. (M. Dra. Ida Kintamani, Ed.) Jakarta.