



# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK CATERING SUGIH MENGGUNAKAN METODE KANO

<sup>1</sup>Muhammad Yogi Wibowo

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Teknologi  
Yogyakarta

<sup>2</sup>Andung Jati Nugroho

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Teknologi  
Yogyakarta

Korespondensi penulis: [yogiwibowo498@gmail.com](mailto:yogiwibowo498@gmail.com), [andungjnugroho@gmail.com](mailto:andungjnugroho@gmail.com)

## **Abstract**

*CV Sugih Rasa is a business engaged in the culinary field that was founded in 2010. This company has targeted sales of 10,000 pcs/day with a total revenue of IDR 2,000,000,000/month. However, from January to February this company experienced a decrease in revenue caused by several factors such as complaints from various customers. In January 2023 the company earned a total revenue of IDR 1,850,000,000 while in February 2023 it was IDR 1,525,000,000, with an average number of orders of 6,000-7,500/day while the daily target is 10,000 pcs. The main goal is none other than for consumers to feel satisfied or have their needs met and the company still gets profits even though it has made continuous improvements, the method used in this study is to use the Kano model method by distributing questionnaires, so the results of the questionnaire measurements will be processed using the Kano method. . Based on the results of this study, the attributes that cause a decrease in customer satisfaction at CV Sugih Rasa catering are four attributes that get grade M where if the performance of these attributes is low then customer satisfaction will greatly decrease, where there are still problems with these attributes such as the lack of cleanliness of the company environment , there is still a lack of menu variants offered, alertness towards consumers who will order then accuracy at the time of delivery. To overcome improvements, it can be proposed to use the 5W + 1H method.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, Kano model*

## **Abstrak**

CV Sugih Rasa merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2010. Perusahaan ini telah menargetkan penjualan sebesar 10.000pcs/hari dengan total pendapatan sebesar Rp 2.000.000.000/bulan. Namun dilihat dari bulan Januari – Februari perusahaan ini mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh beberapa faktor seperti masih terdapat keluhan dari berbagai pelanggan, Pada bulan Januari tahun 2023 perusahaan ini memperoleh total pendapatan sebesar Rp 1.850.000.000 sedangkan pada bulan Februari tahun 2023 sebesar Rp

*Received November 30, 2022; Revised Maret 30, 2023; Accepted Juli 30, 2023*

\*Corresponding author, e-mail address

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CATERING CV SUGIH MENGUNAKAN METODE KANO

1.525.000.000, dengan jumlah pemesanan rata-rata sebesar 6.000-7.500/hari sedangkan target pada setiap harinya sebesar 10.000pcs. Tujuan utama tidak lain agar konsumen merasa puas atau terpenuhi kebutuhannya dan perusahaan tetap mendapatkan untung walaupun telah melakukan perbaikan berkelanjutan, metode yang di gunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kano model dengan melakukan penyebaran kuisioner maka dari hasil pengukuran kuisioner akan di olah dengan menggunakan metode kano. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, atribut yang menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan pada cetering CV Sugih Rasa ini terdapat empat atribut yang mendapatkan greade M dimana apabila kinerja atribut ini rendah maka kepuasan pelanggan akan sangat menurun, dimana masih terdapat masalan pada atribut tersebut seperti kurangnya kebersihan lingkungan perusahaan, masih kurangnya varian menu yang ditawarkan, kesigapan terhadap konsumen yang akan memesan kemudian ketepatan pada saat pengiriman, Untuk mengatasi perbaikan maka dapat diusulkan menggunakan metode 5W+1H.

**Kata kunci:** Kepuasan pelanggan, Kano model

### LATAR BELAKANG

Perusahaan catering ini melayani pemesanan paket untuk perusahaan-perusahaan yang ada di JABODETABEK. Pada perusahaan ini mempunyai 25 menu makanan dengan berbagai macam menu dan harga yang berbeda mulai dari harga Rp 10.000 - Rp 16.000, dalam jangka waktu 1hari perusahaan ini mampu mendapatkan pesanan lebih dari 50 pesanan dengan jumlah sebesar 6.000-7.500pcs/hari dengan total pendapatan Rp 60.000.000 - Rp 120.000.000/hari. Perusahaan ini telah menargetkan penjualan sebesar 10.000pcs/hari dengan total pendapatan sebesar Rp 2.000.000.000/bulan. Namun dilihat dari bulan Januari – Februari perusahaan ini mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh beberapa faktor seperti masih terdapat keluhan dari berbagai pelanggan, keluhan tersebut antara lain seperti masih kurangnya dalam melayani konsumen untuk pemesanan makanan, masalah tentang penyajian yang diberikan dan keterlambatan kedatangan pesanan, Pada bulan Januari tahun 2023 perusahaan ini memperoleh total pendapatan sebesar Rp 1.850.000.000 sedangkan pada bulan Februari tahun 2023 sebesar Rp 1.525.000.000, dengan jumlah pemesanan rata-rata sebesar 6.000-7.500/hari sedangkan target pada setiap harinya sebesar 10.000pcs pada setiap harinya. Dilihat dari rumusan masalah tersebut perusahaan ini masih belum mampu untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang mengakibatkan penurunan pendapatan dan tidak mendapatkan target pemesanan. Maka dari itu untuk mengetahui keluhan yang masih mempengaruhi tingkat

kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui atribut yang menjadi faktor terjadinya penurunan pendapatan perusahaan harus memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang di harapkan oleh konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Kano mulai dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano, 1984). Pengertian secara umum Metode Kano adalah model yang sering di digunakan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari suatu produk maupun layanan jasa dengan bertujuan untuk mengetahui seberapa baik produk tersebut, dan seberapa tinggi pelanggan pada produk tersebut. apakah produk tersebut sudah memenuhi kebutuhan pelanggan.

Atribut layanan memiliki perbedaan masing-masing dan terbagi menjadi beberapa kategori, pada kategori must be atau basicneeds, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan begitu memberikan pengaruh besar dan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. pada kategori one dimensional atau performance needs, linear akan berhubungan dengan kinerja atribut, sehingga jika kinerja pada atribut tinggi maka akan mempengaruhi tingginya tingkat kepuasan pelanggan pula. Sedangkan kategori attractive atau excitement needs, jika tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi seiring meningkatnya kinerja atribut. Namun penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Dapat diketahui Hasil dari Uji Validitas pada pengolahan data diatas, diketahui bahwa padan nilai r Tabel 0,279, dengan jumlah responden dengan total 50 responden dan disetiap atribut memiliki nilai yang berbeda dapat diperoleh hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS dimana pada setiap atribut kuesioner yang telah disebarkan memiliki nilai r hitung adalah 0,529 dan nilai r Tabel 0,279. Nilai pada Tabel r hitung > r Hitung yaitu  $0,529 > 0,279$ . Maka dapat ditarik kesimpulan pada kolom keterangan disetiap atribut pertanyaan dinyatakan valid yang artinya lolos pada tahap uji validitas dan kuesioner

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CATERING CV SUGIH MENGUNAKAN METODE KANO

dinyatakan layak untuk disebarakan kepada responden. Setelah melalui uji validitas dan telah dikatakn valid pengolahan ini dilanjutkan dengan melakukan uji Reliabilitas.

### Uji Reabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas kuesioner yang telah diolah menggunakan SPSS diketahui nilai reliabilitas kuesioner 0,750 yang artinya nilai Alpha Cronbach dari kuesioner  $> 0,060$ , kemudian ketentuan lain, reliabel atau tidaknya nilai kuesioner tersebut perlu dibandingkan dengan ketentuan reliabilitas yang sudah diakui.

Dari hasil pengolahan data Reliabilitas pada tabel diatas dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha pada Tabel reliability diatas adalah 0,750 dan nilai dari N of items adalah 0,060. Maka dapat disimpulkan nilai Cronbach alpha pada Uji Reliabilitas kuesioner tabel diatas lebih besar dari standar Cronbach Alpha 0,60. Maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Pada uji reliabilitas pada setiap atribut didapatkan hasil reliabel atau konsisten.

### Analisis Diagram Kano

Hasil dari diagram Kano pada pengolahan data diatas setelah dihitung menggunakan microsoft excel yang bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang masuk pada kategori Atractive yaitu dimana persyaratan ini merupakan kunci dari kepuasan konsumen yang memiliki pengaruh paling besar pada kepuasan konsumen jika diberikan, One-dimentional pada tipe ini kepuasan konsumen berbanding secara proportional tingkat pemenuhan kebutuhan konsumen, dimana semakin tinggi tingkat penentuan kebutuhan dari konsumen, maka semakin tinggi derajat kepuasan konsumen dan sebaliknya. Indiffernt dalam kategori ini dimana pelanggan tidak memperdulikan apakah fitur tersebut ada atau tidak ada dan membuat perbedaan nyata dalam reaksi kepuasan dalam produk tersebut. dan Must-be merupakan kriteria dasar yang harus ada pada suatu produk atau jasa. Jika persyaratan dasar ini tidak ada tidak dipenuhi atau kurang maka konsumen akan merasa sangat tidak puas.

Dari perhitungan dengan total pertanyaan sebesar 15 pertanyaan dan dalam setiap pertanyaan memiliki nilai yang berbeda telah didapatkan nilai if better than dengan nilai rata-rata 0,558 dan nilai if worse than dengan nilai rata-rata sebesar 0,364. Pada diagram kano yang telah ditentukan nilai if worse than dan nilai if better than, terdapat 5 kategori pertanyaan pada kategori Atractive yaitu P1(Cita rasa makanan dan minuman yang di sajikan ?), P2(Kebersihan ruangan dan tempat makan ?), P3(Kesesuaian porsi makanan dan minuman ?),P10(Kesigapan karyawan dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen saat melakukan pemesanan ?),P15(Ketepatan dalam proses pemesanan hingga pengantaran ?), dan pada kategori One dimentional terdapat 1 kategori

pertanyaan P7(Penataan eskterior dan interior ruangan ?). Terdapat 8 kategori pertanyaan pada must be, yaitu, P4(Variasi paket catering yang di tawarkan ?), P5(Mengetahui kandungan gizi menu bagi konsumen ?), P6(Keterjangkauan harga makanan ?), P8(Kerapihan pakaian karyawan saat menjaga stand ?), P12(Kesopanan karyawan terhadap menu yang di sajikan ?),P13(Keramahan karyawan dalam melayani konsumen saat pengantaran ?), P14(Kebersihan tempat penyajian makanan ?), dan 1 kategori pada kolom indeferent, yaitu P11(Pengetahuan karyawan terhadap menu yang di sajikan ?)

Atribut yang memiliki tingkat kepuasan rendah dan harus segera di perbaiki agar peningkatan kepuasan pelanggan tercapai antara lain atribut pertanyaan P2(Kebersihan ruangan dan tempat makan?) pada atribut ini disebabkan karena karyawan sering melanggar SOP sehingga mengakibatkan dampak buruk pada kebersihan lingkungan, P4(Variasi paket catering yang ditawarkan?) pada atribut ini masih terdapat kurangnya variasi makanan yang menarik sehingga pelanggan mera bosan pada variasi makanan yang di tawarkan, P10(Kesigapan karyawan dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen saat melakukan pesanan?) pada atribut ini disebabkan oleh respon karyawan pada saat pemesanan kurang baik sehingga menyebabkan konsumen merasa kurang puas,P15(Ketepatan dalam proses pemesanan hingga pengantaran?) pada atribut ini masih terdapat masalah pada saat pengiriman yaitu masih sering telat pada saat pengiriman yang diakibatkan oleh minimnya kendaraan yang dimiliki perusahaan ini, dilihat dari atribut pertanyaan yang menunjukkan respon konsumen terhadap perusahaan ini maka diperlukan perbaikan pada atribut tersebut agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, maka dari itu diperlukan metode untuk dapat melakukan perbaikan metode yang digunakan adalah 5W+1H.

P1(Variasi menu makanan yang di tawarkan?), P3(Kesesuaian porsi makanan dan minuman?), P7(Penataan eskterior dan interior ruangan?). Terdapat 8 kategori pertanyaan pada must be, yaitu, P4(Variasi paket catering yang di tawarkan?), P5(Mengetahui kandungan gizi menu bagi konsumen?),P6(Keterjangkauan harga makanan?), P8(Kerapihan pakaian karyawan saat menjaga stand ?), P12(Kesopanan karyawan terhadap menu yang di sajikan?),P13(Keramahan karyawan dalam melayani konsumen saat pengantaran?), P14(Kebersihan tempat penyajian makanan ?), dan 1 kategori pada kolom indeferent, yaitu P11(Pengetahuan karyawan terhadap menu yang di sajikan?).

Hasil dari pengisian sebuah kuesioner di atas menghasilkan data yang tertinggi hampir semua pelayanan di atas di nyatakan cukup baik oleh responden yang sesuai dengan tujuan penguji, data yang dihasilkan akan memiliki informasi yang akurat jika di terapkan di kemudian hari pada catering sugh.

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CATERING CV SUGIH MENGUNAKAN METODE KANO

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Kano dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hasil dari olah data menggunakan metode kano model adalah didapatkan factor penyebab yang mempengaruhi tingkat minat pelanggan terhadap cetering CV Sugih Rasa terdapat pada berbagai atribut yang berbeda yakni terdapat pada atribut P2(Kebersihan ruangan dan tempat makan?) pada atribut ini disebabkan karena karyawan sering melanggar SOP sehingga mengakibatkan dampak buruk pada kebersihan lingkungan, P4(Variasi paket catering yang ditawarkan?) pada atribut ini masih terdapat kurangnya variasi makanan yang menarik sehingga pelanggan mera bosan pada variasi makanan yang di tawarkan, P10(Kesigapan karyawan dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen saat melakukan pesanan?) pada atribut ini disebabkan oleh respon karyawan pada saat pemesanan kurang baik sehingga menyebabkan konsumen merasa kurang puas,P15(Ketepatan dalam proses pemesanan hingga pengantaran?) pada atribut ini masih terdapat masalah pada saat pengiriman yaitu masih sering telat pada saat pengiriman yang diakibatkan oleh minimnya kendaraan yang dimiliki perusahaan ini, dimana pada atribut tersebut masuk pada kategori *must be* yang menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kategori ini maka konsumen akan merasa lebih puas.
2. Hasil pengolahan data menggunakan Metode Kano diatas hampir semua atribut mendapatkan greade A, atribut yang menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan pada cetering CV Sugih Rasa ini terdapat empat atribut yang mendapatkan greade M dimana apabila kinerja atribut ini rendah maka kepuasan pelanggan akan sangat menurun, dimana masih terdapat masalan pada atribut tersebut seperti kurangnya kebersihan lingkungan perusahaan, masih kurangnya varian menu yang ditawarkan, kesigapan terhadap konsumen yang akan memesan kemudian ketepatan pada saat pengiriman. Maka dari itu diperlukannya perbaikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada CV Sugih Rasa.

## DAFTAR REFERENSI

- Akmal, S., Hashim, N., Norizan, A., & Yahaya, S. H. (2017). The Improved Design of Headphone using Integrated Kano and Importance-Performance Analysis for Enhancing Customer Satisfaction. *Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 11(1 Special Issue), 1–13.
- Bakhtiar, A., Susanty, A., & Massay, F. (2012). Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Model Kano (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan). 5(2), 77–84.
- Devani, V., & Kuncoro, A. A. (2012). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Uinuin Suska Riau Dengan Menggunakan Metode Kano. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 10(1), 98–105.
- Dewi, S. K. (2019). Identifikasi Atribut Kepuasan Pelanggan dengan Model KANO. *Prosiding Seminar Nasional IENACO*, 423–429.
- Hutabri, E. (2017). Penerapan Metode Kano Dalam Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Penerepan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Edik Informatika*, 1(2), 55–63.
- Indra, A. S. N., & Rukmayadi, D. (2019). Analisa Atribut dan Pengembangan Produk Croissant Pada PT.XYZ dengan Metode Kano dan Quality Function Deployment. *Jurnal Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–8.
- Maulana, I., & Permana, D. J. (2019). Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Bakso Berdasarkan Model Kano di CV Mett Ball Foods. *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 1(1), 25.
- Muhammad Rizki<sup>1</sup>, Adilla Try Almi<sup>2</sup>, Ismu Kusumanto<sup>3</sup>, Anwardi<sup>4</sup>, S. (2021). *Aplikasi Metode Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Akademik FST UIN SUSKA Riau pada masa Pandemi Covid-19*. 18(02), 180–187.
- Mujibulloh, A., & Jakaria, R. B. (2022). *Perancangan Desain Produk Sepatu Safety Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering Dan Model Kano (Studi Kasus Desain Sepatu Karyawan PT Kalam Leverage Mulia)*. 20(1), 33–39.
- Mukayati. (2018). *Pengambilan Keputusan dalam Meningkatkan Wirausaha Catering Madinah*

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CATERING CV SUGIH MENGUNAKAN METODE KANO

*dengan Strategi Pemasaran.*

- Nugroho, A. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality dan Model Kano (Studi Kasus: PT.Graha Service Indonesia). *Jurnal Senopati*, 3(100), 41–49.
- Puspita, R. M., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69–80.
- Spending, G., & Tourism, S. (2018). *Analisa Kepuasan Konsumen di Katering Ibu Djoko Riwayat Artikel : Diajukan : Direvisi : Diterima : Industri makanan merupakan usaha yang prospektif di Indonesia , karena mendasar bagi Semakin berkembangnya industri makanan menimbulkan minat pengusaha untu. June.*