

**PENERAPAN KANO MODEL DALAM PROSES
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENYEDIAAN FASILITAS DAN ALTERNATIF
BISNIS RUMAH KOST
(Studi kasus: Bisnis rumah kost di kawasan RumahTiga)**

Yusmin Maatita

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura, Ambon

V. O. Lawalata

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura, Ambon

ABSTRAK

Saat ini, bisnis rumah kost di daerah sekitar perguruan tinggi menjadi sebuah bisnis yang potensial, mengingat jumlah mahasiswa (yang merupakan salah satu pasar utama dari rumah kost) pada suatu perguruan tinggi menunjukkan kecenderungan meningkat dari waktu ke waktu. Namun seiring dengan hal tersebut, akan semakin banyak pula pesaing yang muncul. Sehingga mahasiswa sebagai salah satu pasar terbesar dari bisnis rumah kost memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat kost. Kepuasan konsumen akan menjadi salah satu faktor penentu dalam persaingan pasar. Berdasarkan kondisi tersebut maka diperlukan suatu studi untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada tiap fasilitas rumah kost agar pemilik/calon pemilik bisnis rumah kost dapat menyediakan fasilitas dengan tepat sesuai dengan daya beli pasar sasarnya, serta untuk memberikan bantuan dalam memilih model rancangan alternatif bisnis rumah kost. Pengkajian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode Kano Model Analysis untuk memetakan tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas dari rumah kost, dan selanjutnya membuat model rancangan alternatif bisnis rumah kos. Hasil penelitian adalah (a). untuk kos-kosan tipe Elit memiliki fasilitas ruangan tamu dengan model rancangan 2, fasilitas per kamar dengan model rancangan 1 dan 2, pintu dengan model rancangan 2, tempat parkir dengan model rancangan 2; (b). untuk Kos-kosan Biasa yaitu fasilitas per kamar dengan model rancangan 1 dan 2, dapur dengan model rancangan 2, pintu dengan model rancangan 2, tempat jemuran dengan model rancangan 2, ruangan tamu model rancangan 2, kamar mandi dan wc umum model rancangan 2.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Pemilihan Fasilitas, Kano Model

ABSTRACT

Since an enhancing trend of college student number from time to time, today's house rent around collage area become a potential business. It rises more competitor and student, as the biggest market, has more alternative to choose the house. Therefore, customer satisfaction will become one determined factor in market competition. In order to provide facilities which fitted to purchasing ability of targeted market and to provide an alternative designed model of house rent business, it needs a study to explore customer satisfaction's level on each house' facilities. This research uses Kano Model Analysis to map the satisfaction level of facilities and build the designed model. Results of the research are (a). the elite type uses design model 2 for guest room, door and parking facilities while main room uses both design model 1 and 2; and (b). the ordinary type use design model 2 for kitchen, door, clothesline, guest room, bath room and rest room, while main room facilities uses both design model 1 and 2.

Key words: Customer Satisfaction, Facility Selection, Kano Model.

PENDAHULUAN

Bisnis rumah kost merupakan salah satu bisnis yang menyediakan tempat tinggal sementara untuk manusia yang umumnya berasal dari luar daerah tertentu dan dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. Karena tempat tinggal merupakan 1 dari 3 kebutuhan primer dari manusia, maka bisnis rumah kost menjadi suatu bisnis yang potensial. Salah satu pasar besar dari rumah kost adalah mahasiswa, sehingga

secara tidak langsung, permintaan dari bisnis rumah kost akan terjaga dari waktu ke waktu. Menurut Kotler (2009), terdapat 4 faktor penting dalam pemasaran yang dikenal sebagai 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi), dan *Promotion* (promosi). Mengacu pada teori 4P Kotler tersebut, pemilihan lokasi menjadi sesuatu yang penting dari pemasaran. Sehingga dalam hal ini, daerah sekitar perguruan tinggi menjadi lokasi yang baik dalam mendirikan bisnis rumah kost. Pada penelitian ini akan diambil studi kasus bisnis rumah kost yang terletak di kawasan kampus Universitas Pattimura. Kampus Unpatti Terletak di desa POKA, Daerah yang didefinisikan sebagai daerah di sekitar kampus, Namun seiring dengan berkembangnya pasar dari bisnis rumah kost akan menyebabkan semakin banyak pesaing yang muncul. Sehingga mahasiswa sebagai salah satu pasar terbesar dari bisnis rumah kost memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat kost. Hingga saat ini tidak banyak ditemukan pemilik bisnis rumah kost yang mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan konsumen terhadap fasilitas yang ada di dalam sebuah rumah kost dan hubungannya dengan harga sewa yang diajukan oleh pemilik rumah kost. Hal ini tentunya akan membuat keterisian rumah kost yang maksimal yang artinya akan menghasilkan keuntungan yang maksimal pula untuk pemilik bisnis rumah kost. Mahasiswa sebagai konsumen memiliki pandangan tingkat kepentingan pada fasilitas tertentu yang berbeda-beda dalam memilih rumah kost. Karena fasilitas rumah kost sendiri sangat bervariasi bentuknya, maka pemilik bisnis rumah kost perlu memetakan preferensi konsumen dalam memilih rumah kost. Sementara itu, seringkali biaya yang dikeluarkan dengan kualitas pelayanan memiliki hubungan *trade-off* yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka dibutuhkan biaya yang semakin besar.

Oleh karena itu, penyedia jasa rumah kost harus cermat dalam membuat rancangan fasilitas yang tersedia dalam bisnis rumah kost mereka. Dalam hal penyediaan fasilitas rumah kost perlu diidentifikasi apakah fasilitas-fasilitas tersebut benar-benar diinginkan konsumen dan seberapa besar peluang rumah kost dengan fasilitas-fasilitas tertentu akan selalu terisi konsumen. Untuk mengidentifikasi hal tersebut perlu suatu pemetaan yang berfungsi sebagai perluasan visi penyedia jasa rumah kost dalam menyediakan fasilitas apa saja dalam rumah kost yang menjadi produk mereka. Oleh karena itu diperlukan suatu studi untuk memetakan tingkat kepuasan yang dimiliki konsumen terhadap ketersediaan berbagai fasilitas rumah kost dan menganalisa keputusan terkait dengan fasilitas apa saja yang sebaiknya disediakan dalam sebuah rumah kost yang mengacu pada tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas rumah kost dengan hubungannya dengan harga sewa. Sekaligus untuk memberikan gambaran pada calon pemilik bisnis rumah kost dalam memilih model rancangan yang akan didirikan. Studi akan dilakukan menggunakan *Kano Model Analysis*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Hal itu berkaitan dengan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan mengenai 'apa yang harus dilakukan' dan seterusnya mengenai unsur-unsur perencanaan. Dapat juga dikatakan bahwa keputusan itu sesungguhnya merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.

Pengertian Pengambilan Keputusan dikemukakan oleh,

1. Ralph C. Davis.
2. Mary Follet
3. James A.F. Stoner.

Teori Kos-Kosan

Pemaknaan istilah kos sampai saat ini memang belum terdefiniskan secara baku, tetapi bagi kalangan mahasiswa istilah ini sangatlah familiar. Kos dipahami sebagai tempat tinggal sementara selama masa kuliah. Iip Wijayanto (2003: 15) "Mengklasifikasi istilah kos ke dalam beberapa kelompok, yaitu kos baik dimana yang dihuni bersama pemilik rumah ataupun tidak, asrama mahasiswa, dan rumah kontrakan". Kondisi kos yang dihuni bersama pemilik rumah (induk semang) dan asrama mahasiswa biasanya lebih teratur karena telah ditentukan peraturan yang jelas mengenai kepengurusan kos, jadwal piket kerja dan waktu belajar. Berbeda halnya dengan kos kontrakan karena keadaannya lebih bebas. Kos selain digunakan sebagai tempat beristirahat juga merupakan tempat belajar, berdiskusi, berkreasi, mengerjakan tugas-tugas kuliah dan kebutuhan lainnya.

Kepuasan

Terdapat beberapa pengertian tentang kepuasan pelanggan, Wilkie (1990) mengartikan sebagai suatu tantangan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk/jasa (Djunaedi,

2006). Band (1991) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau pembelian berlanjut (Musanto,2011, p. 125). Sedangkan Yamit (2001: 78) mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Djunaedi, 2006). Sedangkan pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan kita untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan area itu akan memberikan pengaruh kepada kemampuan perusahaan.

Model Kano

Metode Kano dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano,1984).Yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut atribut dari produk maupun jasa berdasarakan seberapa baik produk/ jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan/konsumen.

Atribut-Atribut dalam KANO Model

Atribut yang digunakan dalam Kano Model terbagi atas lima kategori yaitu : *One- Dimensional* (O), *Attractive* (A), *Must-be* (M), *Indiffirent* (I), *Reverse* (R), dan *Questionable* (Q) :

- a. *One – Dimensional*
- b. *Attractive* (A)
- c. *Mut-be* (M)
- d. Indifferent
- e. Reverse (R)
- f. Questionable (Q)

Kategori-kategori kano Model tersebut tergambarakan dalam suatu diagram sperti pada Gambar 2.1 di bawah ini :

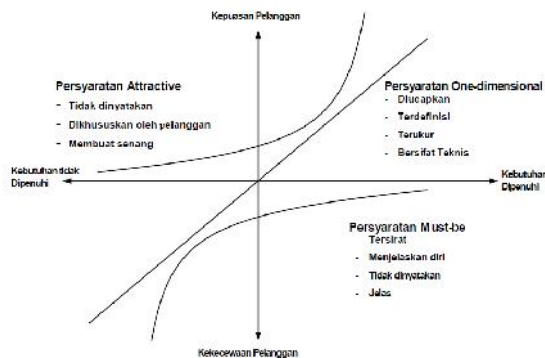


Diagram Kano Model

(Sumber: Kano et.(1984),ASI Quality System (1992),Majur (1993),Rolstadas (1995), Wakhlu (1994),Matjler and Hinterhuber (1998),Cohen (1995))

Penentuan kategori Kano untuk tiap atribut (kolom Grade) dengan menggunakan Blauth's Formula, yaitu (Walden, 1993):

- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh nilai paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*)
- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum dari (*indiferent, reverse, questionable*).
- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be dan indiferent, reverse, questionable*).

Selanjutnya analisa Kano moel perhitungan rata-rata satisfaction dan Dysastifaction dengan rumus sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan

$$\text{Rumus Rata – Rata Satisfaction} : \frac{A+O}{(A+O+M+I)}$$

2. Tingkat Ketidakpuasan/Kekecewaan.

$$\text{Rumus Rata - Rata Dissatisfaction: } \frac{G+M}{(A+O+M+I) \times (-1)}$$

Tanda minus yang disimpan di depan koefisien tingkat Ketidakpuasan/kekecewaan konsumen adalah untuk menegaskan pengaruh negatif dari kepuasan konsumen pada kualitas produk yang tidak dipenuhi.

Evaluasi Kano Model

Daftar Pertanyaan			Disfungsional				
			1	2	3	4	5
			Sangat Suka	Suka	Biasa Saja	Tidak Suka	Sangat Tidak Suka
Fungsional	1	Sangat suka	Q	A	A	A	O
	2	Suka	R	I	I	I	M
	3	Biasa Saja	R	I	I	I	M
	4	Tidak Suka	R	I	I	I	M
	5	Sangat Tidak Suka	R	R	R	R	Q

(Sumber : Boger, Davis, et al., Kano's Method for Understanding Customer-defined Quality, Center for quality management journal, Fall, Vol. 2, No. 4, 1993.)

Keterangan : Q=Questionable (Diragukan) I=Indifferent (Netral)
 R=Reverse (Kemunduran) O=One dimensional (Satu Ukuran)
 A=Attractive (Menarik) M=Must be (Keharusan)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian Dilakukan pada bisnis Rumah kost yang terletak di kawasan Rumah Tiga, Penelitian ini dilakukan sampai selesai.

Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini yang merupakan populasi untuk pengambilan data adalah jumlah kos-kosan yang berada pada negeri rumah tiga yaitu 50 kos-kosan dengan total keseluruhan kamar 572 kamar.

Dan Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah Total dari keseluruhan kamar 572, dan ditentukan jumlah sampel menggunakan rumus *Krejcie dan Morgan (1970)* yaitu pengambilan antara jumlah Populasi (N) 550 dan 600 Sampelnya (n) adalah 226 dan 234 dijumlahkan dan dibagi 2, maka sampel yang diambil adalah 230 sampel (n).

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Gambaran Umum Lingkungan Kos Sekitar Negeri Rumah Tiga

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, letak kos disekitar Negeri Rumahtiga. Masing-masing kamar dihuni 1 sampai 3 orang, ada beberapa kosan khusus untuk kosan perempuan. Pada kos-kosan perempuan, biasanya 1 kamar dihuni 1 hingga 2 orang. Dan peraturan yang diberlakukan dikos-kosan perempuan pada umumnya adalah untuk tidak berkeliaran diatas jam 10. Sedangkan untuk peraturan tersebut tidak berlaku dikos-kosan laki-laki. Untuk peraturan tambahan lain tergantung pada kebijakan yang diberlakukan pemilik kos, seperti menjaga kebersihan dan kenyamanan.

Karakteristik kamar kost Elit Dan Biasa

1. Kamar Kos Elit, Luas kamar minimal 4 x 3 m. Fasilitas yang disediakan dalam kamar adalah Spring bed full set dua badan, lemari dua pintu, kamar mandi dan wc beserta shower, kipas Angin,
2. Kamar Kosan Biasa, Luas kamar minimal 4 x 3. Dan fasilitas dalam kamar belum terisi, pegisian fasilitas diisi oleh penyewa kos, hanya sebagian kecil yang menyediakan fasilitas yaitu spring bed satu badan dan lemari.

Data Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada seluruh responden, pada bagian satu adalah mengenai identitas responden untuk mendapatkan informasi mengenai siapa dan seperti apa responden yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini, berikut ini adalah hasil pengolahan data responden :

1. Jenis kelamin

Responden Berdasarkan jenis kelamin

JENIS KELAMIN	RESPONDEN	
	Jumlah	Prosentase
Laki-Laki	129	56 %
Perempuan	101	44 %
Total	230	100%

2. Usia

Reponden berdasarkan Usia

USIA	Responden	
	Jumlah	Prosentase
15-25	127	55 %
25-35	71	33 %
35-45	20	9 %
45-55	7	3 %
>55	0	0 %
Total	230	100%

3. Pekerjaan

Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN	RESPONDEN	
	Jumlah	Prosentase
PNS/TNI/POLRI	10	4 %
Wiraswasta	20	9 %
Pelajar/Mahasiswa	181	79 %
Lainnya	19	8 %
Total	230	100 %

Model Kano Penyediaan Fasilitas

Adapun hasil dari tabulasi dan kategori yang ditentukan dari Blauth's formula untuk masing-masing atribut yang digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan kepuasan konsumen/penyewa kos-kosan akan diusulkan perbaikannya dapat dilihat pada tabel dibawah:

Kategori Untuk Masing-Masing Atribut

No	Atribut	O	A	M	I	R	Q	O+A+M	I+R+Q	Total	GRADE
Fasilitas Umum											
1	Tempat parkir mobil	41	48	29	112	0	0	118	112	230	A
2	Tempat parkir motor	3	66	13	148	0	0	82	148	230	I
3	Tempat jemuran	40	87	21	82	0	0	148	82	230	A
4	Ruangan tamu	38	46	2	144	0	0	86	144	230	I
5	Wi-Fi	72	94	5	59	0	0	171	59	230	A
6	Berlangganan Tv kabel	16	53	27	134	0	0	96	134	230	I
7	Air bersih	166	31	27	6	0	0	224	6	230	O
8	Kamar mandi & Wc Umum	105	86	4	35	0	0	195	35	230	O
9	Dapur	128	31	18	53	0	0	177	53	230	O
Fasilitas Kamar Kost											
10	Luas Kamar Minimal 4 x 3 m	30	109	13	78	0	0	152	78	230	A
11	Kamar mandi dalam	47	87	16	80	0	0	150	80	230	A
12	WC dalam kamar	43	49	9	129	0	0	101	129	230	I
13	Kipas angin	72	41	1	116	0	0	114	116	230	O
14	Spring bed full set	63	83	4	80	0	0	150	80	230	A
15	Rak harduk	14	45	2	169	0	0	61	169	230	I
16	Rak sepatu	26	34	7	163	0	0	67	163	230	I
17	Shower mandi	12	49	2	167	0	0	63	167	230	I
18	Meja & Lampu belajar	96	62	8	64	0	0	166	64	230	O
19	TV dalam kamar	72	74	3	81	0	0	149	81	230	A
20	Lemari pakaian	63	53	9	105	0	0	125	105	230	O
21	Jam dinding dalam kamar	25	29	8	168	0	0	62	168	230	I
22	Alas kaki	20	30	11	169	0	0	61	169	230	I
23	Tempat sampah	28	41	7	154	0	0	76	154	230	I
24	Lantai granit (TEHEL)	67	74	2	87	0	0	143	87	230	A
25	Stop kontak dalam kamar	41	85	18	86	0	0	144	86	230	A
26	Lampu dengan ukuran Minimal 20 watt	6	51	32	141	0	0	89	141	230	I
27	Ukuran jendela Minimal 100 cm dan lebar 50 cm	10	37	37	146	0	0	84	146	230	I
28	Ukuran ventilasi Minimal 60 cm dan lebar 40 cm	15	33	38	144	0	0	86	144	230	I
29	RATA-RATA	54	65	14	117	0	0	133	117	230	A

Keterangan : O = One-dimensinal (SatuUkuran), A = Attractie (Menarik), M = Mustbe (Keharusan) I = Indifferent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q = Questionable (Diragukan)

Berdasarkan hasil Tabel hasil tabulasi evaluasi di atas maka selanjutnya akan dihitung rata – rata nilai *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* untuk kepuasan konsumen/penyewa kos-kosan. Hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Rumus Rata – Rata Satisfaction} = \frac{A+O}{(A+O+M+I)}$$

$$\text{Rumus Rata – Rata Dissatisfaction} = \frac{O+M}{(A+O+M+I) \times (-1)}$$

Data hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.13 hasil perhitungan cs-Cofisien berikut :

Hasil Perhitungan Rata-rata *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* Penyediaan Fasilitas

No	Atribut	O	A	M	I	R	Q	A+O	O+M	A+O+M+I	CS	CDS
Fasilitas Umum												
1	Tempat parkir mobil	41	48	29	112	0	0	89	77	230	0,39	-0,30
2	Tempat parkir motor	3	66	13	148	0	0	69	79	230	0,30	-0,07
3	Tempat jemuran	40	87	21	82	0	0	127	108	230	0,55	-0,27
4	Ruangan tamu	38	46	2	144	0	0	84	48	230	0,37	-0,17
5	Wi-Fi	72	94	5	59	0	0	166	99	230	0,72	-0,33
6	Berlangganan Tv kabel	16	53	27	134	0	0	69	80	230	0,30	-0,19
7	Air bersih	166	31	27	6	0	0	197	58	230	0,86	-0,84
8	Kamar Mandi & Wc Umum	105	86	4	35	0	0	191	90	230	0,83	-0,47
9	Dapur	128	31	18	53	0	0	159	49	230	0,69	-0,63
Fasilitas Kamar Kost												
10	Luas Kamar Minimal 4 x 3 m	30	109	13	78	0	0	139	122	230	0,60	-0,19
11	Kamar mandi dalam	47	87	16	80	0	0	134	103	230	0,58	-0,27
12	WC dalam kamar	43	49	9	129	0	0	92	58	230	0,40	-0,23
13	Kipas angin	72	41	1	116	0	0	113	42	230	0,49	-0,32
14	Spring bed full set	63	83	4	80	0	0	146	87	230	0,63	-0,29
15	Rak handuk	14	45	2	169	0	0	59	47	230	0,26	-0,07
16	Rak sepatu	26	34	7	163	0	0	60	41	230	0,26	-0,14
17	Shower mandi	12	49	2	167	0	0	61	51	230	0,27	-0,06
18	Meja & Lampu belajar	96	62	8	64	0	0	158	70	230	0,69	-0,45
19	TV dalam kamar	72	74	3	81	0	0	146	77	230	0,63	-0,33
20	Lemari pakaian	63	53	9	105	0	0	116	62	230	0,50	-0,31
21	Jam dinding dalam kamar	25	29	8	168	0	0	54	37	230	0,23	-0,14
22	Alas kaki	20	30	11	169	0	0	50	41	230	0,22	-0,13
23	Tempat sampah	28	41	7	154	0	0	69	48	230	0,30	-0,15
24	Lantai granit (TEHEL)	67	74	2	87	0	0	141	76	230	0,61	-0,30
25	Stop kontak dalam kamar	41	85	18	86	0	0	126	103	230	0,55	-0,26
26	Lampu dengan ukuran Minimal 20 watt	6	51	32	141	0	0	57	83	230	0,25	-0,17
27	Ukuran jendela Minimal 100 cm dan lebar 50 cm	10	37	37	146	0	0	47	74	230	0,20	-0,20
28	Ukuran ventilasi Minimal 60 cm dan lebar 40 cm	15	33	38	144	0	0	48	71	230	0,21	-0,23
29	RATA-RATA	65	54	14	117	0	0	119	68	230	0,48	-0,27

Keterangan : O = One-dimensional (SatuUkuran), A = Attractive (Menarik), M = Mustbe (Keharusan) I = Indeffèrent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q = Questionable (Diragukan), CS = Coificient Satisfaction, CDS = Coificient Dysastifaction

Berdasarkan hasil Tabel diatas maka selanjutnya akan dibuat kano model atau diagram kano untuk. Diagram kano fasilitas dapat dilihat pada gambar 4.6 di bawah ini.

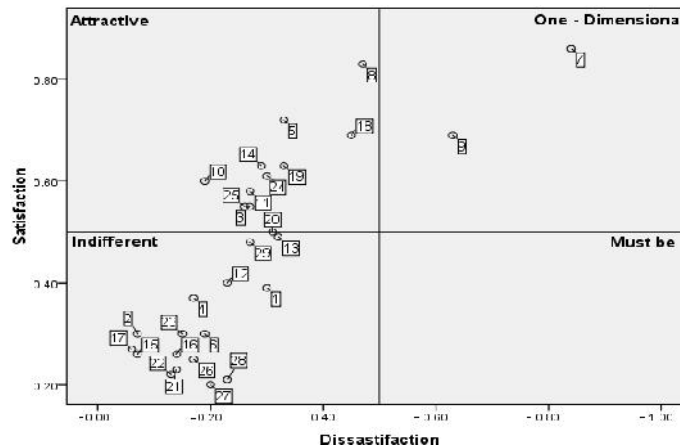


Diagram Model Kano Fasilitas Rumah Kos

Rancangan Untuk Alternative Bisnis Rumah Kos

Untuk rancangan alternative bisnis rumah kos, yang kita lakukan adalah membuat rancangan gambar pada Software *Sweet Home 3D*, didalam rancangan dibuat tiga rancangan yaitu Rancangan Model 0 (Rancangan yang ada saat ini atau sebelumnya), Model 1 (ide rancangan model pertama), Model 2 (ide rancangan model kedua), dibuat dua rancangan kos-kosan yaitu, kos-kosan Elit dengan Harga Rp 500 ribu – 800 ribu per bulan, dan kos-kosan Bias dengan harga Rp 300 ribu – 400 ribu per bulan, setelah itu dibuatkan kuisoner, kuisoner kedua ini sama saja dengan kuisoner pertama yaitu untuk pernyataan Fungsional (harus disediakan) dan Dysfungsional (tidak disediakan).

Model Kano untuk rancangan Kosan Elit

Setelah dilihat hasil pemilihan fasilitas diatas selanjuta tabulasi evaluasi Kano yang di tentukan dari Blauth's formula untuk masing-masing model rancangan yangdugunakan sebagai alat ukur dalam menentukan kepuasan.

Hasil Tabulasi Evaluasi Kano Model Rancangan kosan

No	Fasilitas	Model Rancangan	O	A	M	I	R	Q	O+A+M	I+R+Q	Total	Grade
1	Tempat Parkir	Model 0	26	26	53	125	0	0	105	105	230	I
		Model 1	18	9	58	145	0	0	85	85	230	I
		Model 2	49	82	72	27	0	0	203	203	230	M
2	Tempat Jemuran	Model 0	12	55	18	145	0	0	85	85	230	I
		Model 1	32	56	25	117	0	0	113	113	230	I
		Model 2	69	41	28	92	0	0	138	138	230	A
3	Ruangan Tamu	Model 0	26	40	36	128	0	0	102	102	230	I
		Model 1	34	17	73	106	0	0	124	124	230	M
		Model 2	74	72	17	67	0	0	163	163	230	A
4	Fasilitis per kamar	Model 0	44	39	28	119	0	0	111	111	230	I
		Model 1	125	37	7	61	0	0	169	169	230	A
		Model 2	47	129	27	27	0	0	203	203	230	O
5	Kamar Mandi & WC Dalam	Model 0	56	54	26	94	0	0	136	136	230	A
		Model 1	34	22	34	140	0	0	90	90	230	I
		Model 2	70	60	29	71	0	0	159	159	230	A
6	Dapur	Model 0	29	12	67	122	0	0	108	108	230	I
		Model 1	58	50	23	99	0	0	131	131	230	A
		Model 2	90	45	23	72	0	0	158	158	230	A
7	Pintu	Model 0	30	3	51	146	0	0	84	84	230	I
		Model 1	38	29	25	138	0	0	92	92	230	I
		Model 2	58	101	42	29	0	0	201	201	230	O
8	Jendela	Model 0	50	34	27	119	0	0	111	111	230	I
		Model 1	56	33	32	109	0	0	121	121	230	I
		Model 2	75	46	40	69	0	0	161	161	230	A
9	RATA-RATA		46	50	36	99	0	0	131	99	230	A

Keterangan : = One-dimensinal (Satu Ukuran), A = Attractie (Menarik), M = Must-bekeharusan), I = Indifferent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q=Questionable (Diragukan),

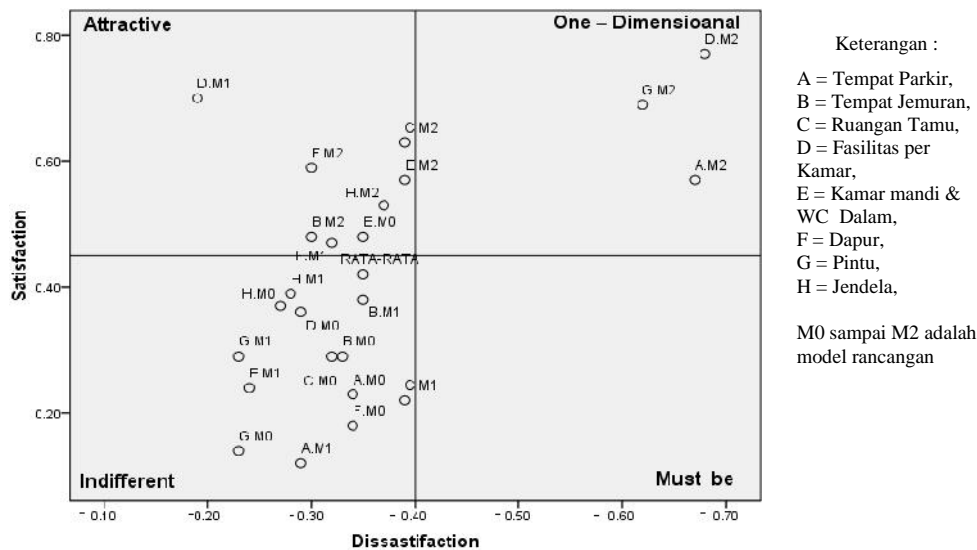
Berdasarkan hasil Tabel 4.18 hasil tabulasi evaluasi di atas maka selanjutnya akan dihitung rata – rata nilai *Satisfaction* dan *Dissastisfaction* untuk kepuasan Rancangan Kos-kosan Elit.Hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut :

Hasil Perhitungan Rata-rata *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* Model Rancangan kosan

No	Fasilitas	Model Rancangan	O	A	M	I	R	Q	A+O	O+M	A+O+M+I	CS	CDS
1	Tempat Parkir	Model0	26	26	53	125	0	0	52	79	230	0,23	-0,34
		Model 1	18	9	58	145	0	0	27	76	230	0,12	-0,29
		Model 2	49	82	72	27	0	0	131	121	230	0,57	-0,67
2	Tempat Jemuran	Model0	12	55	18	145	0	0	67	30	230	0,29	-0,32
		Model 1	32	56	25	117	0	0	88	57	230	0,38	-0,35
		Model 2	69	41	28	92	0	0	110	97	230	0,48	-0,30
3	Ruangan Tamu	Model0	26	40	36	128	0	0	66	62	230	0,29	-0,33
		Model 1	34	17	73	106	0	0	51	107	230	0,22	-0,39
		Model 2	74	72	17	67	0	0	146	91	230	0,63	-0,39
4	Fasilitis per kamar	Model0	44	39	28	119	0	0	83	72	230	0,36	-0,29
		Model 1	125	37	7	61	0	0	162	132	230	0,70	-0,19
		Model 2	47	129	27	27	0	0	176	74	230	0,77	-0,68
5	Kamar Mandi & WC Dalam	Model0	56	54	26	94	0	0	110	82	230	0,48	-0,35
		Model 1	34	22	34	140	0	0	56	68	230	0,24	-0,24
		Model 2	70	60	29	71	0	0	130	99	230	0,57	-0,39
6	Dapur	Model0	29	12	67	122	0	0	41	96	230	0,18	-0,34
		Model 1	58	50	23	99	0	0	108	81	230	0,47	-0,32
		Model 2	90	45	23	72	0	0	135	113	230	0,59	-0,30
7	Pintu	Model0	30	3	51	146	0	0	33	81	230	0,14	-0,23
		Model 1	38	29	25	138	0	0	67	63	230	0,29	-0,23
		Model 2	58	101	42	29	0	0	159	100	230	0,69	-0,62
8	Jendela	Model0	50	34	27	119	0	0	84	77	230	0,37	-0,27
		Model 1	56	33	32	109	0	0	89	88	230	0,39	-0,28
		Model 2	75	46	40	69	0	0	121	115	230	0,53	-0,37
9	RATA-RATA		46	50	36	99	0	0	96	86	230	0,42	-0,35

Keterangan : O = One-dimensinal (Satu Ukuran), A = Attractie (Menarik), M = Must-be (Keharusan), I = Indifferent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q = Questionable (Diragukan), CS = Cificient Sastifation, CDS = Coificient Dysastifation

Diagram kano rancangan fasilitas kosan Elit dapat dilihat pada gambar 4.7 di bawah ini.



.Diagram Model Kano Rancangan kosan elit

Model Kano untuk rancangan Kosan Biasa

Hasil tabulasi Evaluasi Kano Rancangan Kosan Biasa dapat dilihat pada tabel 4.21. di bawah :

Hasil Tabulasi Evaluasi Kano Model Rancangan Kosan Biasa

No	Fasilitas	Model Rancangan	O	A	M	I	R	Q	O+A+M	I+R+Q	Total	Grade
1	Tempat Jemuran	Model0	56	74	37	63	0	0	167	63	230	A
		Model1	15	27	52	136	0	0	94	136	230	I
		Model2	93	27	88	22	0	0	208	22	230	O
2	Ruang Tamu	Model0	33	18	42	137	0	0	93	137	230	I
		Model1	23	34	54	119	0	0	111	119	230	I
		Model2	80	45	59	46	0	0	184	46	230	O
3	Fasilitas per kamar	Model0	24	34	33	139	0	0	91	139	230	I
		Model1	38	115	11	66	0	0	164	66	230	A
		Model2	167	45	15	3	0	0	227	3	230	O
4	Kamar Mandi & WC Umum	Model0	61	35	34	100	0	0	130	100	230	O
		Model1	73	52	32	73	0	0	157	73	230	O
		Model2	28	25	59	118	0	0	112	118	230	I
5	Dapur	Model0	20	36	77	97	0	0	133	97	230	A
		Model1	62	51	28	89	0	0	141	89	230	O
		Model2	48	93	22	67	0	0	163	67	230	A
6	Pintu	Model0	2	38	38	152	0	0	78	152	230	I
		Model1	5	41	11	173	0	0	57	173	230	I
		Model2	108	43	55	24	0	0	206	24	230	O
7	Jendela	Model0	11	46	4	169	0	0	61	169	230	I
		Model1	30	68	33	99	0	0	131	99	230	A
		Model2	40	88	52	50	0	0	180	50	230	A
8	RATA-RATA		48	49	40	92	0	0	138	92	230	A

Keterangan : O = One-dimensional (Satu Ukuran), A = Attractive (Menarik), M = Must-be (Keharusan), I = Indifferent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q = Questionable (Diragukan)

Berdasarkan hasil Tabel 4.21 hasil tabulasi evaluasi di atas maka selanjutnya akan dihitung rata – rata nilai *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* untuk kepuasan Rancangan Kos-kosan Biasa. Hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut :

Hasil Perhitungan Rata-rata *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* Model Rancangan Kosan Biasa

No	Fasilitas	Model Rancangan	O	A	M	I	R	Q	A+O	O+M	A+O+M+I	CS	CDS
1	Tempat Jemuran	Model 0	56	74	37	63	0	0	130	93	230	0,57	-0,40
		Model 1	15	27	52	136	0	0	42	67	230	0,18	-0,29
		Model 2	93	27	88	22	0	0	120	181	230	0,52	-0,79
2	Ruangan Tamu	Model 0	33	18	42	137	0	0	51	75	230	0,22	-0,33
		Model 1	23	34	54	119	0	0	57	77	230	0,25	-0,33
		Model 2	80	45	59	46	0	0	125	139	230	0,54	-0,60
3	Fasilitas Kamar Kos	Model 0	24	34	33	139	0	0	58	57	230	0,25	-0,25
		Model 1	38	115	11	66	0	0	153	49	230	0,67	-0,21
		Model 2	167	45	15	3	0	0	212	182	230	0,92	-0,79
4	Kamar Mandi & WC Umum	Model 0	61	35	34	100	0	0	96	95	230	0,42	-0,41
		Model 1	73	52	32	73	0	0	125	105	230	0,54	-0,46
		Model 2	28	25	59	118	0	0	53	87	230	0,23	-0,38
5	Dapur	Model 0	20	36	77	97	0	0	56	97	230	0,24	-0,42
		Model 1	62	51	28	89	0	0	113	90	230	0,49	-0,39
		Model 2	48	93	22	67	0	0	141	70	230	0,61	-0,30
6	Pintu	Model 0	2	38	38	152	0	0	40	40	230	0,17	-0,17
		Model 1	5	41	11	173	0	0	46	16	230	0,20	-0,07
		Model 2	108	43	55	24	0	0	151	163	230	0,66	-0,71
7	Jendela	Model 0	11	46	4	169	0	0	57	15	230	0,25	-0,07
		Model 1	30	68	33	99	0	0	98	63	230	0,43	-0,27
		Model 2	40	88	52	50	0	0	128	92	230	0,56	-0,40
8	RATA-RATA		48	49	40	92	0	0	98	88	230	0,42	-0,38

Keterangan : O = One-dimensinal (Satu Ukuran), A = Attractie (Menarik), M = Must-be (Keharusan), I = Indifferent (Netral), R = Reverse (Kemunduran), Q = Questionable (Diragukan), CS = Cificient Sastifation, CDS = Coificien Dysastifaction

Diagram kano fasilitas model rancangan dapat dilihat pada gambar 4.8 di bawah ini :

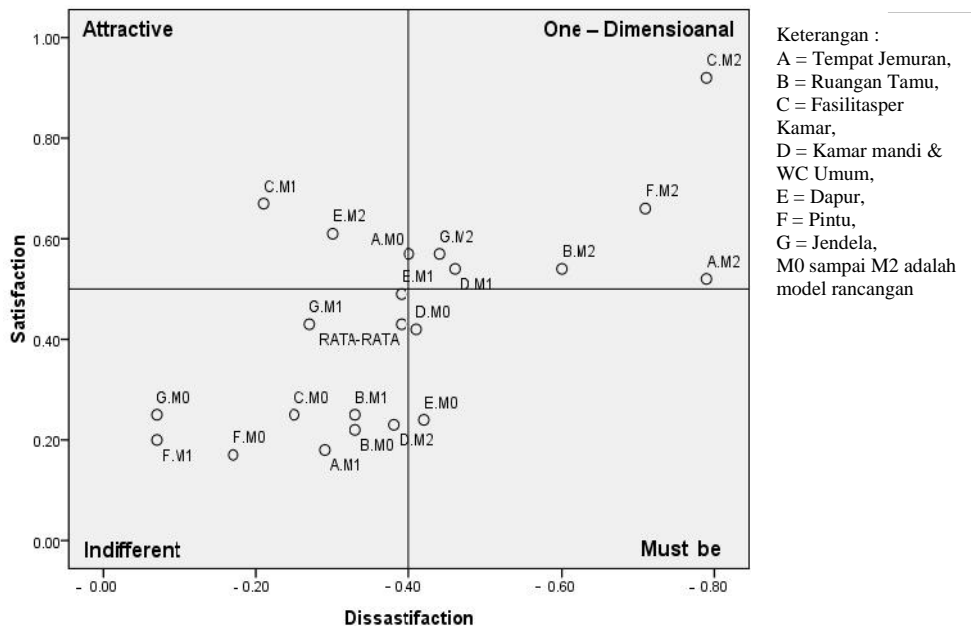


Diagram Model Kano Rancangan kosan Biasa

PENUTUP

Kesimpulan

Dari Hasil pengolahan data dan analisis pembahasan menggunakan *Metode Kano*, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Perhitungan tingkat kepuasan konsumen/penyewa kos-kosan pada penyediaan fasilitas secara garis besar, fasilitas yang ketersediaannya sangat besar terhadap kepuasan konsumen/penyewa kos-kosan adalah, untuk fasilitas umum yaitu akses internet Wi-Fi, air bersih, kamar mandi dan wc umum dan dapur. Fasilitas kamar kos yaitu : Meja dan lampu belajar, luas kamar minimal 4 x 3 m, spring bed full

set, lantai granit (TEHEL), dan tv dalam kamar. Di sisi lain fasilitas yang ketidakterseediaannya sangat besar terhadap ketidakpuasan konsumen/penyewa kos-kosan adalah fasilitas Air bersih dan Dapur. Untuk Model rancangan alternative yang perlu dipertahankan oleh pemilik kos-kosan untuk kos-kosaa Elit yaitu fasilitas ruangan tamu model rancangan 2 (model 2), fasilitas per kamar model rancangan 1 dan 2, pintu model rancangan 2 (Model 2). Dan untuk kos-kosan biasa yaitu fasilitas per kamar model rancangan 1 dan 2, dapur model rancangan 2 (model 2), dan pintu model rancangan 2 (model 2). Dan yang lebih terpenting adalah tempat parkir model rancangan 2 (model 2), fasilitas per kamar kos model rancangan 2 (model 2), dan pintu model rancangan 2 (model 2), untuk kos-kosan Elit. Dan untuk rancangan kos-kosan biasa yaitu tempat jemuran model rancangan 2 (model 2), ruangan tamu model rancangan 2 (model 2), fasilitas per kamar kos model rancangan 2 (model 2), kamar mandi dan wc umum model rancangan 2 (model 2), dapur model rancangan 2 (model 2), dan pintu model rancangan 2 (model 2), karena memiliki nilai *Satisfaction* dan *Dysastifaction* diatas 0,60, tertera pada tabel 4.19 dan Tabel 4.22.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil kesimpulan diatas adalah sebagai berikut :

1. Pemilik kos-kosan harus lebih mengutamakan penyediaan fasilitas, untuk fasilitas umum yaitu Air bersih, dapur kamar mandi dan wc umum, dan untuk fasilitas per kamar kos yaitu ukuran kamar minimal 4 x 3 m, spring bed full set, meja dan lampu belajar, tv dalam kamar dan lantai granit (TEHEL), untuk kategori kos-kosan Elit dengan harga kamar Rp 500 ribu sampai Rp 800 ribu. Dan untuk kos-kosan biasa dengan harga kamar Rp 300 ribu sampai Rp 500 ribu adalah disediakan Air bersih, dapur, kamar mandi dan WC umum, ukuran kamar minimal 4 x 3 m, spring bad dan lantai granit (TEHEL).
2. Untuk model rancangan alternative bisnis, pemilik kos-kosan harus lebih mengutamakan memilih model rancangan tempat parkir model rancangan 2, fasilitas ruangan tamu model 2, fasilitas per kamar model rancangan 1 dan 2, dan pintu model rancangan 2 untuk kos-kosan elit. Dan untuk kos-kosan biasa adalah tempat jemuran model rancangan 2, ruangan tamu model rancangan 2, kamar mandi dan wc umum model rancangan 2 fasilitas per kamar model rancangan 1 dan 2, dapur model rancangan 2, dan pintu model rancangan 2.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianus Dwi Fajar (2011). Desain Prosedur Penilaian Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Implementasi Iso 9001:2008 Dengan Menggunakan Metode *Servqual* Dan *Model Kano* Di Sebuah Perusahaan Jasa Transportasi Alat Berat. Skripsi Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Depok. hal 22 – 30
- Azwar, Saifuddin. (2008). *Reliabilitas dan Validitas* (edisi ke 3). Pustaka Pelajar
- Djunaidi, Much, Alghofari, Akhmad K, dan Rahayu, Dwi A, Penilaian Kualitas Jasa Pelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Berdasarkan Preferensi Konsumen. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 5, No. 1, Agst 2006, hal. 25 – 32
- Firdaus, Ricky. (2009). Identifikasi, analisis, dan pengembangan atribut kebutuhan pelanggan yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan perusahaan kontraktor telekomunikasi berbasis *Kano model* dan *QFD*, Skripsi Sarjana, Teknik Industri, Universitas Indonesia, 2009.
- Kriswanto, Widiawan, (2004). Pemetaan Preverensi Konsumen Supermarket dengan *Metode Kano* Berdimensi *Servqual*. *Jurnal Teknik Industri Universitas Kristen Petra*. Vol.6.no 1 hlm 37-53
- Nurs, *Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Gunung Agung, 2003).
- Pawitra, Teresia, Eka Irawati (2004). Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan dengan memperlihatkan aspek *Kano Model*. *Proceeding seminar Nasional*, Vol 2. hal 291-298
- Prajudi, Atmodiwirio. 2002. *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Balai Aksara.
- Rahman Bayu Anggoro, (2008). Evaluasi Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan *Model Kano*. Skripsi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008
- Suryanti, (2010). Manajemen Pengolahan Kost Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin Dan Kedisiplinan Mahasiswa Di Kelurahan Jebres Kota Surakarta. Skripsi Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan unversitas Sebelas maret Surakarta, Bab ii tinjauan pustaka Hal 17- 22
- Salusu, J. 2006. *Pengambilan Keputusan Stratejik (Untuk Orga-nisasi Publik dan Organisasi Non Profit)*. Jakarta: Erlangga.

- Vicky Taufik Nugraha (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air minum kota Bandung).Skripsi Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama.Bab ii Tinjauan Pustaka Hal,25
- Wikipedia , (2006). Pngertian Kos-Kosan Menurut Kamus Wikipedia,dan Jenis-jenis Kos-Kosan Beserta Fungsinya

