

ANALISIS KEBUTUHAN SISWA UNTUK MENGEVALUASI LAYANAN PENDIDIKAN DI SMK TELKOM BANDUNG DENGAN MENGGUNAKAN METODE *EDUCATION QUALITY* INTEGRASI MODEL KANO

ANALYSIS OF STUDENT NEEDS TO EVALUATE EDUCATIONAL SERVICES IN VOCATIONAL SCHOOL OF TELKOM BANDUNG USING KANO INTEGRATION QUALITY EDUCATION MODEL

Harry Nurmi Suari¹, Sari Wulandari, S.T., M.T.², Wawan Tripiawan, S.T, M.T.³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, ³ Universitas Telkom

¹harrynurmisuari96@gmail.com, ²sariwulandari@telkomuniversity.ac.id,

³wawantripiawan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

SMK Telkom Bandung merupakan sekolah yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (*Telkom Foundation*). SMK Telkom Bandung terletak di Jalan Radio Palasari, Dayeuhkolot – Kabupaten Bandung. SMK Telkom Bandung memiliki tiga program keahlian yang terdiri dari program studi Teknik Komputer Jaringan, Teknik Jaringan Akses dan Multimedia. Jumlah pendaftar serta jumlah siswa yang diterima pada 5 tahun terakhir terus melonjak. Namun pihak sekolah juga harus tetap memperhatikan kualitas pelayanan baik dari segi kinerja pengajar atau fasilitas fisik yang ada dilingkungan sekolah. Hal tersebut sebagai langkah antisipasi menurunnya jumlah siswa yang ingin mendaftar pada SMK Telkom Bandung pada tahun berikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi layanan pendidikan yang kinerjanya belum dapat memuaskan siswa dan merekomendasikan perbaikan layanan dengan menggunakan dimensi *Education Quality* integrasi Kano. *Education Quality* bertujuan untuk mengukur kinerja tiap-tiap atribut, sementara Kano bertujuan untuk mengkategorikan atribut berdasarkan pernyataan *functional* dan *disfunctional*. Dari pengintegrasian ini, kemudian diputuskan apakah atribut dipertahankan, ditingkatkan, dikembangkan dan diabaikan. Berdasarkan identifikasi atribut Eduqual yang telah dilakukan terdapat 30 atribut pada penelitian ini. 21 atribut Menghasilkan NKP Positif dan 9 atribut menghasilkan NKP negatif. Sementara berdasarkan kuesioner *Functional* dan *disfunctional* Kano yang telah diolah terdapat 9 atribut yang harus ditingkatkan serta 1 atribut yang harus dikembangkan. Atribut tersebut yang menjadi *True Customer Needs* yang akan direkomendasikan perbaikannya.

Kata Kunci: SMK Telkom, *Education Quality*, Kano, Atribut

Abstract

Telkom Vocational High School Bandung is a school under the auspices of the Telkom education foundation. Bandung Telkom Vocational High School is located on Radio Palasari Road, Dayeuhkolot - Kabupaten Bandung. Telkom Vocational High School Bandung has three expertise programs consisting of Computer Network Engineering study programs, Network Access and Multimedia Engineering. The number of registrants and the number of students received in the last 5 years increase. However, the school must also pay attention to the quality of service both in terms of the instructor and facilitation in the school environment. This as an anticipation step decreases the number of students who want to enroll in Telkom Bandung Vocational High School the following year. This study aims to evaluate educational services whose performance has not been able to satisfy students and recommend service improvements by using the dimensions of Kano's Education Quality integration. Education Quality aims to measure the performance of each attribute, while Kano aims to categorize attributes based on functional and disfunctional statements. From this integration, it was decided whether the attributes were maintained, improved, developed and ignored. Based on the identification of Eduqual attributes that have been carried out there are 30 attributes in this study. 21 attributes Produce Positive NKP and 9 attributes produce negative NKP. While based on the Functional and disfunctional Kano questionnaire that has been processed there are 9 attributes that must be improved and 1 attribute that must be developed. The attribute that becomes True Customer Needs will be recommended for improvement.

Keywords: Telkom Bandung Vocational High School, *Education Quality*, Kano, Attributes

1. Pendahuluan

SMK Telkom Bandung merupakan SMK yang berjenis swasta. Untuk mengidentifikasi pesaing SMK Telkom Bandung dapat dilihat dari jumlah SMK yang berada di kota Bandung dan sekitarnya data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah SMK Negeri dan Swasta di Bandung & sekitarnya

Kabupaten/Kota	SMK		Jumlah
	Swasta	Negeri	
Kota Bandung	110	16	126
Kab.Bandung	129	11	140
Kab Bandung Barat	93	9	102
Jumlah Keseluruhan	332	36	360

Sumber: <http://referensi.data.kemdikbud.go.id> (2017-2018)

Tabel 1 menunjukkan total jumlah SMK Negeri dan Swasta yang tersebar di kota Bandung, Kabupaten Bandung serta Kabupaten Bandung Barat. Diantara tiga wilayah tersebut Kabupaten Bandung memiliki potensi persaingan yang lebih besar diantara wilayah yang lain, karena memiliki 140 SMK yang terdiri dari 129 Swasta dan 11 Negeri.

SMK Telkom Bandung merupakan sekolah yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom, yang sekarang dikenal dengan *Telkom Foundation*. SMK Telkom Bandung terletak di Jalan Radio Palasari Road, Citeureup, Dayeuhkolot– Kabupaten Bandung. Program studi yang diajarkan "SMK Telkom Bandung" adalah Teknik Komputer Jaringan (TKJ), Teknik Jaringan Akses (TJA) dan Multimedia (MM). Berdasarkan wawancara terhadap siswa, SMK Telkom Bandung hanya memiliki satu lapangan olahraga yang digunakan untuk Futsal dan Basket yang membuat siswa kurang puas akan hal itu

Walaupun jumlah siswa pada SMK Telkom Bandung semakin meningkat pada 5 tahun terakhir, pada tahun ajaran 2014-2015 jumlah siswa sebesar 229 menjadi 352 siswa pada tahun ajaran 2018-2019. Seperti yang dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Jumlah Penerimaan Siswa Baru di SMK Telkom

Tahun ajaran	Penerimaan Siswa Baru				
	Jumlah Pendaftar	Diterima			Jumlah Diterima
		L	P	Jmlh	
2014-2015	350	175	52	229	229
2015-2016	297	138	108	246	246
2016-2017	391	196	95	291	291
2017-2018	509	274	82	356	356
2018-2019	525	263	89	352	352

Namun pihak sekolah juga harus tetap memperhatikan kualitas pelayanan baik dari segi kinerja pengajar atau fasilitas fisik yang ada dilingkungan sekolah. Hal tersebut sebagai langkah antisipasi menurunnya jumlah siswa yang ingin mendaftar pada SMK Telkom Bandung pada tahun berikutnya. Karena mengingat banyaknya SMK yang berada di kabupaten bandung maka siswa akan lebih selektif dalam memilih SMK.

Kotler (2000) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Oleh sebab itu, untuk memperoleh hasil perbaikan yang sesuai, maka pihak sekolah dan peneliti perlu untuk mengetahui hal apa saja yang menjadi dampak negatif yang membuat siswa/siswi tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Landasan Teori dan Metodologi

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan kegiatan mengidentifikasi kebutuhan yang segera harus dipenuhi untuk perbaikan layanan pada jasa pendidikan, analisis kebutuhan pelanggan merupakan sebuah cara untuk mengeksplorasi kebutuhan dan harapan pelanggan secara sistematis sesuai dengan perkataan atau ekspektasi pelanggan itu sendiri (Young, 2000). Menurut Ulrich dan Eppinger (2012), tujuan analisis kebutuhan sebagai berikut:

1. Meyakinkan bahwa produk telah difokuskan terhadap kebutuhan pelanggan.
2. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang tersembunyi dan tidak diucapkan seperti kebutuhan eksplisit.
3. Menjadi basis untuk menyusun spesifikasi produk.
4. Memudahkan pembuatan arsip dari aktivitas identifikasi kebutuhan untuk proses pengembangan produk.
5. Menjamin tidak ada kebutuhan pelanggan penting yang terlupakan.
6. Menanamkan pemahaman bersama mengenai kebutuhan pelanggan di antara anggota tim pengembangan.

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah mendapatkan pelayanan dari suatu kinerja yang melebihi harapan pelanggan tersebut. Sedangkan pelanggan merupakan calon pembeli/pemakai jasa yang menuntut perusahaan untuk memenuhi kualitas yang baik, kualitas yang baik tersebut akan memberikan pengaruh pada nama baik perusahaan di mata pelanggan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja lebih buruk di banding harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat merasa puas. Menurut Kotler (2008), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk barang atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

2.1.3 Metode Eduqual

Metode Eduqual adalah metode untuk mengamati serta mengevaluasi pelayanan pendidikan yang dikembangkan oleh Mohammed Sadique Khan. Metode *Education quality* ini lebih fokus mengukur kualitas dan performansi industri jasa pendidikan (Khan & Mahapatra, 2007). Metode ini pada dasarnya merupakan metode yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan seperti metode servqual, tetapi dimensi yang digunakan berbeda.

2.1.4 Definisi Dimensi Kualitas Penelitian

Berikut merupakan rekapitulasi dimensi terpilih yang digunakan dalam penelitian di SMK Telkom Bandung. Dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Dimensi

No	Dimensi	Pengertian	Sumber
1	<i>Learning Outcomes</i>	Kemampuan penyelenggara untuk menyediakan layanan dan kemampuan yang akan didapat oleh peserta Pendidikan	Kumaran dan Anbazhagan (2011)
2	<i>Responsiveness</i>	Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan.	Priono, 2016
3	<i>Physical Facilities</i>	Dimensi ini berhubungan dengan ketersediaan fasilitas fisik, peralatan, staf, dan alat komunikasi	Mahapatra dan Khan (2007)
4	<i>Personalty Development</i>	Adanya kegiatan pengembangan diri atau karakter siswa, seperti aktivitas olahraga, ekstrakurikuler, dan pemberian penghargaan kepada peserta pendidikan	Kumaran dan Anbazhagan (2011)
5	<i>Academics</i>	Keahlian, dan skill komunikasi tenaga pengajar	Khan & Mahapatra, 2007 dalam Arum, 2016
6	<i>Curriculum</i>	Program pendidikan yang ditawarkan atau diberikan oleh penyelenggara pendidikan.	Priono, 2016

2.1.5 Model Kano

Model Kano adalah teori yang di kembangkan oleh Profesor Noriaki Kano Pada tahun 1980. Metode ini merupakan metode yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan berdasarkan atribut yang sudah ditentukan.

2.1.6 Atribut-Atribut Kano

Kano memiliki atribut kualitas yang terbagi menjadi 6 kategori yaitu :

1. *Must Be*
Pada Kategori ini, kebutuhan konsumen harus dipenuhi, jika kebutuhan konsumen tidak terpenuhi maka konsumen akan merasa kecewa.
2. *One Dimensional*
Kepuasan konsumen harus sebanding dengan kinerja atribut pada kategori one dimensional.
3. *Attractive Requirements*
Kebutuhan tambahan untuk memuaskan konsumen, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka tidak akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen, tetapi jika terpenuhi maka konsumen akan merasa sangat puas.
4. *Indifferent*
Ada atau tidak adanya atribut ini tidak akan mempengaruhi tingkat kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen
5. *Reverse*
Kemunculan atribut ini akan membuat konsumen kecewa dan ketiadaan atribut ini akan membuat konsumen merasa puas.
6. *Questionable*
Kehadiran atribut ini memunculkan pertanyaan bagi konsumen.

2.1.7 Pengklasifikasian dengan Model Kano

Tabel evaluasi kano bertujuan untuk mengelompokkan setiap jawaban responden berdasarkan pernyataan *functional* dan *disfunctional* dalam tabel Evaluasi Model Kano untuk setiap atribut. Atribut yang dihasilkan pada tabel Evaluasi Model Kano kemudian dimasukkan ke dalam tabel yang dibuat untuk merekap seluruh jawaban responden. Untuk menentukan kategori Kano dari setiap atribut, dilakukan dengan cara sebagai berikut :

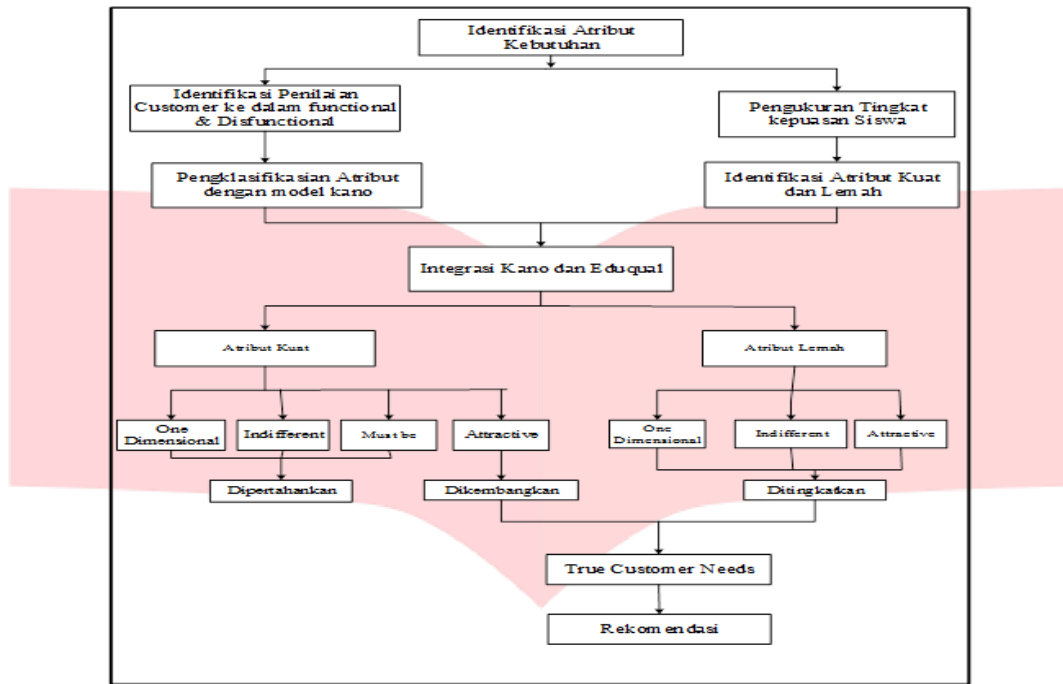
1. Jika jumlah (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano diperoleh dari nilai yang paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*).
2. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano ditentukan dari nilai yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).
3. Jika jumlah (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano ditentukan dari nilai yang paling maksimum dari semua kategori Kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be* dan *indifferent, reverse, questionable*).

2.1.8 Integrasi Eduqual dan Kano

Model ini mengasumsikan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja atribut pelayanan adalah linier (Tan dan Pawitra, 2001). Model Kano (Kano et al., 1984) memiliki peranan penting dalam mengkategorikan kinerja layanan. Proses Integrasi Eduqual dan Kano dilakukan untuk menerapkan atribut atribut yang ada pada dimensi Eduqual, agar lebih terfokus terhadap atribut mana yang ingin dikembangkan lebih lanjut. Kedua data ini diolah dan dianalisa sehingga akan diketahui atribut kualitas mana yang perlu diabaikan, dipertahankan, ditingkatkan atau dikembangkan (Tan dan Pawitra, 2001, p.425).

2.2 Metodologi Penelitian

Model konseptual menampilkan hubungan antara faktor-faktor yang akan memberi kan dampak terhadap suatu kondisi yang ingin dicapai dan menampilkan konsep yang saling berhubungan satu sama lain. Model konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Konseptual

3. Pembahasan

Data Pada Penelitian ini diperoleh melalui siswa/siswi SMK Telkom Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan cara Observasi, wawancara, Studi pustaka dan penyebaran kuesioner. Wawancara dan studi pustaka akan menghasilkan atribut kebutuhan. Kuesioner dirancang agar butir butir Pernyataan sesuai dengan yang di butuhkan murid SMK Telkom Bandung terkait layanan yang akan direkomendasikan. Pada penelitian ini kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu Eduqual dan Kano.

3.1 Kuesioner Eduqual

Kuesioner Eduqual Pada penelitian ini dirancang untuk mendapatkan data kepuasan pelanggan berdasarkan atribut kebutuhan. Kuesioner ini disusun dengan skala Likert. Skala yang digunakan adalah 1 sampai 4. Kuesioner Eduqual menggunakan skala pengukuran yakni skala kepentingan, skala harapan dan skala kenyataan. Skala kepentingan untuk menilai kepentingan pelanggan pada suatu atribut kebutuhan. Skala kenyataan untuk menilai kepuasan pelanggan pada kinerja dari atribut kebutuhan. Skala harapan untuk menilai harapan pelanggan pada atribut kebutuhan.

3.2 Kuesioner Kano

Kuesioner Kano dibuat untuk mengelompokkan atribut kebutuhan kedalam kategori kano dengan pertanyaan functional dan disfunctional. dimana functional digunakan untuk mengukur kesesuaian atribut kebutuhan dengan layanan di SMK Telkom Bandung dan *disfunctional* digunakan untuk mengukur ketidaksesuaian atribut kebutuhan dengan layanan di SMK Telkom Bandung.

3.3 Transformasi Data

Data yang di kumpulkan melalui kuesioner kano dan eduqual yang telah di sebar merupakan data dengan jenis ordinal untuk itu perlu dilakukan transformasi data menjadi data interval, agar memudahkan peneliti dalam pengolahan data.

3.4 Pengolahan data Kuesioner Eduqual

Atribut atribut yang dinyatakan valid dan reliabel kemudian digunakan untuk menghitung NKP dari layanan SMK Telkom Bandung. NKP di peroleh dari selisih antara kenyataan dan harapan yang menghasilkan atribut positif dan atribut negatif, dimana atribut positif merupakan atribut kuat dan atribut negatif merupakan atribut lemah. Hasil atribut yang telah diolah dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Atribut

No	Kode	Harapan	Kenyataan	Gap	Kepentingan	NKP	Keterangan
1	LO1	3,27	3,67	0,40	3,42	1,36	Kuat
2	LO2	3,42	3,67	0,24	3,27	0,80	Kuat
3	LO3	3,15	3,67	0,51	3,27	1,67	Kuat
4	RP1	3,27	3,42	0,15	3,15	0,48	Kuat
5	RP2	3,42	2,80	-0,62	3,27	-2,01	Lemah
6	RP3	3,27	3,80	0,54	3,06	1,64	Kuat
7	RP4	3,27	3,67	0,40	3,15	1,25	Kuat
8	RP5	3,15	3,67	0,51	3,27	1,67	Kuat
9	RP6	3,15	3,71	0,56	3,27	1,81	Kuat
10	PF1	3,67	4,06	0,40	3,67	1,46	Kuat
11	PF2	3,67	2,75	-0,91	3,27	-2,97	Lemah
12	PF3	3,67	2,80	-0,86	3,15	-2,72	Lemah
13	PF4	3,67	2,80	-0,86	3,67	-3,16	Lemah
14	PF5	3,27	3,80	0,54	3,27	1,75	Kuat
15	PF6	3,42	2,71	-0,71	3,46	-2,46	Lemah
16	PF7	3,42	2,75	-0,67	3,67	-2,44	Lemah
17	PF8	3,27	2,92	-0,35	3,67	-1,28	Lemah
18	PF9	3,42	2,71	-0,71	3,42	-2,43	Lemah
19	PD1	3,27	3,67	0,40	3,42	1,36	Kuat
20	PD2	3,27	4,06	0,79	3,42	2,72	Kuat
21	PD3	3,15	3,99	0,83	3,82	3,17	Kuat
22	AC1	3,67	3,99	0,32	3,15	1,01	Kuat
23	AC2	3,42	4,15	0,73	3,27	2,40	Kuat
24	AC3	4,24	4,27	0,03	3,15	0,10	Kuat
25	AC4	3,92	3,42	-0,50	2,80	-1,39	Lemah
26	CR1	3,42	4,06	0,64	3,42	2,20	Kuat

Tabel 4. Hasil Atribut (Lanjutan)

No	Kode	Harapan	Kenyataan	Gap	Kepentingan	NKP	Keterangan
27	CR2	3,27	3,67	0,40	3,42	1,36	Kuat
28	CR3	3,15	3,67	0,51	3,42	1,75	Kuat
29	CR4	3,27	3,42	0,15	3,42	0,52	Kuat
30	CR5	3,42	3,67	0,24	2,92	0,71	Kuat

Dari pengolahan data Eduqual di atas terdapat 9 atribut yang termasuk ke dalam kategori lemah atau yang menghasilkan nilai negatif, diantaranya RP2 pada dimensi *Responsiveness*, PF2, PF3, PF4, PF6, PF7, PF8, PF9 pada dimensi *Physical Facilities* dan AC4 pada dimensi *Academics*. Sementara untuk Atribut yang menghasilkan nilai positif dan tergolong ke dalam atribut kuat yaitu LO1, LO2, LO3 pada dimensi *Learning Outcomes*, RP1, RP3, RP4, RP5, RP6 pada dimensi *Responsiveness*, PF1, PF5 pada dimensi *Physical Facilities*, PD1, PD2, PD3 pada dimensi *Personal Development*, AC1, AC2, AC3 pada dimensi *Academics*, CR1, CR2, CR3, CR4, CR5 pada dimensi *Curriculum*.

3.5 Pengolahan data kusioner Kano

Pengolahan data kusioner kano bertujuan untuk menghitung nilai tiap tiap atribut lalu mengelompokkan setiap atribut tersebut ke dalam dimensi kano dengan menggunakan tabel evaluasi kano.

Perhitungan Kano										
No	Kode	A	M	O	A+M+O	I	R	Q	I+R+Q	Kategori
1	LO1	16	35	21	72	28	0	0	28	M
2	LO2	15	33	36	84	16	0	0	16	O
3	LO3	22	28	21	71	29	0	0	29	M
4	RP1	19	29	23	71	29	0	0	29	M
5	RP2	18	35	22	75	22	0	0	22	M
6	RP3	24	27	14	65	35	0	0	35	M
7	RP4	16	33	22	71	29	0	0	29	M
8	RP5	23	37	21	81	19	0	0	19	M
9	RP6	18	30	23	71	29	0	0	29	M
10	PF1	19	34	20	73	27	0	0	27	M
11	PF2	34	18	35	87	13	0	0	13	O
12	PF3	24	23	41	88	13	0	0	13	O
13	PF4	20	31	21	72	28	0	0	28	M
14	PF5	21	18	11	50	50	0	0	50	I
15	PF6	19	26	26	71	29	0	0	29	M
16	PF7	24	27	23	74	26	0	0	26	M
17	PF8	12	38	31	81	19	0	0	19	M
18	PF9	18	26	24	68	32	0	0	32	M
19	PD1	13	40	15	68	32	0	0	32	M
20	PD2	20	39	17	76	24	0	0	24	M
21	PD3	21	41	14	76	24	0	0	24	M
22	AC1	15	41	15	71	29	0	0	29	M
23	AC2	19	44	11	74	26	0	0	26	M
24	AC3	13	44	15	72	28	0	0	28	M
25	AC4	29	23	37	89	11	0	0	11	O
26	CR1	13	33	23	69	31	0	0	31	M
27	CR2	15	35	22	72	28	0	0	28	M
28	CR3	20	35	14	69	31	0	0	31	M
29	CR4	14	32	25	71	29	0	0	29	O
30	CR5	47	15	23	85	15	0	0	15	A

Gambar 2. Perhitungan Kano

3.6 Pengolahan *Customer Satisfaction Coefficient*

Customer Satisfaction Coefficient bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut terhadap kepuasan dan ketidakpuasan yang di rasakan oleh siswa, jika atribut tersebut di adakan.

3.7 Pengintegrasian Hasil Kuesioner Eduqual dan Kano

Setelah diketahui atribut-atribut yang termasuk kategori kuat dan lemah serta diketahui atribut-atribut termasuk dalam kategori Kano seperti data yang sudah di lampirkan di atas, maka langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan Hasil kuesioner Eduqual dan kuesioner Kano, hal ini bertujuan untuk mengetahui atribut yang akan di pertahankan dan di tingkatkan.

Tabel 5. Integrasi Eduqual dan Kano

Integrasi Eduqual dan Kano					
No	Kode	NKP	Keterangan	Kategori Kano	Rekomendasi
1	LO1	1,36	Kuat	M	Dipertahankan
2	LO2	0,80	Kuat	O	Dipertahankan
3	LO3	1,67	Kuat	M	Dipertahankan
4	RP1	0,48	Kuat	M	Dipertahankan
5	RP2	-2,01	Lemah	M	Ditingkatkan
6	RP3	1,64	Kuat	M	Dipertahankan
7	RP4	1,25	Kuat	M	Dipertahankan
8	RP5	1,67	Kuat	M	Dipertahankan
9	RP6	1,81	Kuat	M	Dipertahankan
10	PF1	1,46	Kuat	M	Dipertahankan
11	PF2	-2,97	Lemah	O	Ditingkatkan
12	PF3	-2,72	Lemah	O	Ditingkatkan
13	PF4	-3,16	Lemah	M	Ditingkatkan
14	PF5	1,75	Kuat	I	Dipertahankan
15	PF6	-2,46	Lemah	M	Ditingkatkan
16	PF7	-2,44	Lemah	M	Ditingkatkan
17	PF8	-1,28	Lemah	M	Ditingkatkan
18	PF9	-2,43	Lemah	M	Ditingkatkan
19	PD1	1,36	Kuat	M	Dipertahankan
20	PD2	2,72	Kuat	M	Dipertahankan
21	PD3	3,17	Kuat	M	Dipertahankan
22	AC1	1,01	Kuat	M	Dipertahankan
23	AC2	2,40	Kuat	M	Dipertahankan
24	AC3	0,10	Kuat	M	Dipertahankan
25	AC4	-1,39	Lemah	O	Ditingkatkan
26	CR1	2,20	Kuat	M	Dipertahankan
27	CR2	1,36	Kuat	M	Dipertahankan
28	CR3	1,75	Kuat	M	Dipertahankan
29	CR4	0,52	Kuat	O	Dipertahankan
30	CR5	0,71	Kuat	A	Dikembangkan

3.8 True Customer Needs

Adapun 10 atribut yang menjadi *True Customer Needs* yang harus di tingkatkan dan di kembangkan seperti yang sudah di jabarkan di atas adalah RP2, PF2, PF3, PF4, PF6, PF7, PF8, PF9, AC4 serta atribut dengan kode CR5 yang memiliki NKP positif tetapi harus di kembangkan karena masuk kedalam kategori *Attractive*. Rekapitulasi atribut yang masuk kedalam *True Customer Needs*.

Tabel 6. Rekapitulasi Atribut

No	Kode	Atribut	NKP	Kategori Kano
1	RP2	Staff sarana prasarana menanggapi keluhan siswa dengan baik	-2,01	M
2	PF2	Lapangan olahraga dalam kondisi baik	-2,97	O
3	PF3	Lapangan olahraga memadai	-2,72	O
4	PF4	Kebersihan,kerapian, kenyamanan ruang kelas	-3,16	M
5	PF6	Lahan parkir memadai	-2,46	M
6	PF7	Toilet dalam kondisi baik	-2,44	M
7	PF8	Fasilitas internet memadai	-1,28	O
8	PF9	Kelengkapan buku di perpustakaan	-2,43	M
9	AC4	Kesediaan guru untuk memberikan bimbingan dan saran	-1,39	O
10	CR5	Pembelajaran berbasis Komputer dan Internet	0,71	A

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan dan analisa data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan diperoleh Kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 30 atribut terdapat 20 Atribut yang harus tetap dipertahankan kinerja fasilitas layanannya oleh SMK Telkom, karena sudah memenuhi harapan siswa.
2. Dari 30 atribut terdapat 9 Atribut yang harus di tingkatkan kinerjanya fasilitas layanannya oleh SMK Telkom, karena kinerja pada atribut belum dapat memenuhi harapan siswa.
3. Dari 30 Atribut kebutuhan, terdapat 1 atribut yang harus di kembangkan kan kinerjanya. Atribut tersebut memiliki nilai nkp positif dan termasuk ke dalam kategori kano *Attractive*. Atribut *Attractive* akan menjadi layanan yang memiliki nilai tambah tersendiri bagi SMK Telkom Bandung dan akan menjadi layanan ciri khas di SMK Telkom Bandung.
4. Berdasarkan hasil klasifikasi atribut kebutuhan layanan di SMK Telkom Bandung dengan Model Kano, dapat di ketahui 23 atribut yang berkategori *must-be*, 5 atribut berkategori *one dimensional*, 1 atribut berkategori *attractive* dan 1 atribut *indifferent*
5. Berdasarkan hasil integrasi Eduqual dan model Kano terdapat 10 *True Customer Needs*. Diantaranya 9 yang perlu ditingkatkan serta 1 atribut yang perlu di kembangkan.
6. Berdasarkan hasil integrasi Eduqual dan model Kano terdapat 10 *True Customer Needs*. Diantaranya 9 yang perlu ditingkatkan serta 1 atribut yang perlu di kembangkan.

5. Daftar Pustaka

- Anbazhagan, B., & Kumaran, P. S. 2011. A Study on Quality in Higher Education: Student's Perspective. *Journal for Bloomers of Research*
- Eppinger, S. D. (2012). Product Design and Development. In Product.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Khan, S. S. (2007). A Framework for analysing quality in education settings. *European Journal of Engineering Education*.
- Tan, C. &. (2001). *Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development. Managing Education quality*. .
- Young, J. O. (2000). *Marketing Management: Customer Needs Analysis*. California: Sage Publication.