

Peningkatan Kualitas Produk Donut dengan Pendekatan Model Kano

Improving The Quality Of Products Donate Based On Cano Models

Alvansyah

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Palembang

Jalan Jendral Ahmad Yani 13 Ulu, Palembang 30623

Email: Alvansyah5595@gmail.com

Abstrak

UKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan dengan tujuan menghasilkan produksi barang atau jasa. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimanakah peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya untuk meningkatkan kualitas produk donat berdasarkan model Kano. Metode pengumpulan data meliputi kuesioner dokumentasi, observasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas produk donat berdasarkan model Kano sebesar 87,02% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Dari hasil analisis Kano, pada kuadran I terdapat 1 atribut tergolong kategori Must-be. Artinya, jika dilakukan perbaikan maka akan meningkatkan kualitas produk donat sesuai dengan tanggapan pelanggan. Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang belum menggunakan mesin tetapi masih secara manual. Selain itu, perbaikan yaitu pada atribut harga, kualitas, lezat, enak, kandungan gizi yang baik, dan juga permintaan konsumen. Hasil perhitungan uji beda yaitu nilai signifikan $0,002 < 0,05$ (5%) atau $t\text{-hitung} = 4,409 > t\text{-tabel} = 1,724718$ (taraf 0,05) dengan $dk = 20$), sehingga dapat disimpulkan ada peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Donat, Model Kano

Abstract

UKM is an economic activity carried out by an individual or household or an entity with the aim of producing goods or services. The problem of this research is how to improve the quality of donut products based on the Kano model. The purpose of this study was to determine the efforts to improve the quality of donut products based on the Kano model. Data collection methods include documentation questionnaire, observation, and literature study. The results showed that the average percentage of respondents' responses regarding the quality of donut products based on the Kano model was 87.02% which was included in the very good category. From the results of Kano's analysis, in quadrant I there is 1 attribute belonging to the Must-be category. That is, if improvements are made it will improve the quality of donut products according to customer responses. Donuts Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang do not use machines but still manually. In addition, improvements are in the attributes of price, quality, delicious, tasty, good nutritional content, and also consumer demand. The result of the calculation of the difference test is a significant value of 0.002 $t\text{-table} = 1.724718$ (level 0.05) with $dk = 20$), so it can be concluded that there is an increase in the quality of donut products based on the Kano model on Donuts Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Keywords: Product Quality, Donuts, Kano Model

©Integrasi Universitas Muhammadiyah Palembang

p-ISSN 2528-7419

e-ISSN 2654-5551

Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial. Pada umumnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia tidak memiliki organisasi dan manajemen yang terstruktur. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dijalankan dengan konsep-konsep sederhana, tradisional dan pada umumnya masih memegang prinsip-prinsip kekeluargaan (Ginting, 2016).

Salah satu unsur yang harus diperhatikan UKM agar dapat menarik minat konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik, tentu sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen agar membeli produk tersebut. Sangadji Etta Mamang dan Sopiah (2013) menjelaskan bahwa Kualitas mempunyai pengertian yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Apabila kualitas produk sangat baik maka kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang produk tersebut.

Kualitas produk merupakan aspek yang sangat menentukan pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan dalam pembelian. Semakin baik suatu produk akan menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh 1 2 sebab itu, kualitas produk merupakan faktor yang menentukan untuk meningkatkan penjualan.

Metode Kano digunakan pada proses perancangan pengembangan produk baru sesuai kebutuhan pelanggan. Metode Kano dapat digunakan untuk menentukan apakah atribut-atribut dalam dimensi kualitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Maulana, 2019).

Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang merupakan salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang industri makanan yang telah didirikan pada tahun 2017. Pemasarannya produk donat dilakukan secara offline dan online. Penjualan secara offline dilakukan dengan cara menjual atau menitipkan ke warung-warung, sedangkan penjualan secara online dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook

dan aplikasi whatsapp. Saat ini donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang memiliki variasi yang sedikit sehingga diperlukan pengembangan produk agar dapat meningkatkan kualitas produk. Donat Z & R Lorong Siti Chodijah diketahui belum mengembangkan produknya. Oleh sebab itu, dilakukan penelitian pengembangan produk donat menggunakan metode Kano

Berdasarkan latar belakang, yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Bagaimanakah kualitas produk donat pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang saat ini, kemudian Bagaimanakah peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui kualitas produk donat pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang saat ini. Untuk mengetahui upaya meningkatkan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang

Metode

Dalam penelitian ini dilakukan penentuan kategori Kano dan perhitungan koefisien kepuasan konsumen untuk mengetahui atribut yang diinginkan konsumen dan seberapa besar pengaruh yang diberikan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengombinasikan jawaban functional dan dysfunctional tiap atribut produk

Tabel 1. Tabel Evaluasi Kano

Customer requirements		Dysfunctional				
		1	2	3	4	5
Functional	1. Like (suka)	Q	A	A	A	O
	2. Must be (mengharapkan)	R	I	I	I	M
	3. Neutral (netral)	R	I	I	I	M
	4. Live with (toleransi)	R	I	I	I	M
	5. Dislike (tidak suka)	R	R	R	R	Q

2. Setelah seluruh jawaban dari pertanyaan dikonversi ke dalam bentuk A, M, O, R, Q, atau I, maka selanjutnya adalah melakukan penghitungan jumlah masing-masing komponen A, M, O, R, Q, dan I untuk setiap pertanyaan.
3. Menentukan kategori Kano untuk tiap atribut menggunakan Blauth's formula sebagai berikut: (1) Jika jumlah nilai

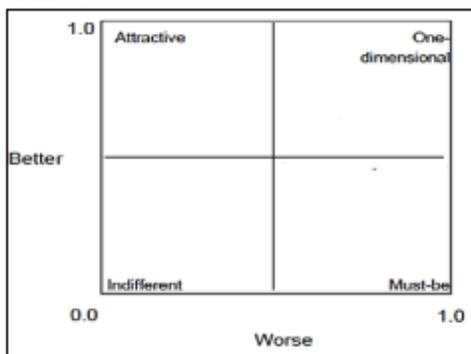
(O+A+M) > jumlah nilai (I +R+Q) maka grade diperoleh nilai paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*). (2) Jika jumlah nilai (O+A+M) < jumlah nilai (I +R+Q) maka grade diperoleh yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse , questionable*). (3) Jika jumlah nilai (O+A+M) = jumlah nilai (I +R+Q) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be dan indifferent, reverse , questionable*).

4. Dari hasil perhitungan jumlah masing-masing kategori, koefisien kepuasan konsumen dapat dicari dengan persamaan dibawah ini

$$Better \text{ (kepuasan)} = \frac{A+O}{A+O+M+I}$$

$$Worse \text{ (ketidakpuasan)} = \frac{O+M}{A+O+M+I}$$

Dari perhitungan better dan worse kategori Kano dapat digambarkan melalui kuadran Kano. Pada kuadran kano, better sebagai sumbu Y dan worse sebagai sumbu X, seperti yang ditunjukkan pada Gambar berikut.



Gambar 1. Contoh Kuadran Kano

Menurut Sudjana (2015), untuk mengetahui peningkatan kualitas produk donat berdasarkan Model Kano digunakan Uji Beda yaitu dengan uji uji-t pada taraf signifikan 5% dan taraf kepercayaan 95%. Persamaan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)}{s \sqrt{\left(\frac{1}{n_1}\right) + \left(\frac{1}{n_2}\right)}}$$

Keterangan :

t = Uji perhitungan hipotesis

X1 = Nilai rata-rata setelah model kano

X2 = Nilai rata-rata sebelum model kano

n1 = Banyaknya data kelas setelah model kano

n2 = Banyaknya data kelas sebelum model kano

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

Jika thitung < ttabel maka Ho diterima

Jika thitung > ttabel maka Ha diterima Dimana:

Ho : tidak ada peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang

Ha : ada peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah Donat Z & R Siti Chodijah Lorong Silaberanti Palembang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner ke pelanggan. Kuisioner dalam penelitian ini terdiri dari 2 angket yaitu angket fungsional atau tanggapan secara positif dan disfungsional tanggapan secara negatif. Indikator yang digunakan meliputi: kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), karakteristik (*characteristic*), reliabilitas (*reliability*), estetika (*aesthetics*), kesan kualitas 29 30 (*perceived quality*), dan persepsi kualitas (*perceived quality*). Setelah membuat angket, selanjutnya diuji coba kepada pelanggan Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Adapun daftar pertanyaan kuisioner fungsional dan disfungsional dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Daftar Petanyaan Kuisioner Fungsional dan Disfungsional

No.	Kuisioner Fungsional	Kuisioner Disfungsional
1	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki Harga terjangkau namun kualitasnya baik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang harganya lebih mahal namun kurang baik
2	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini berkualitas, lezat dan enak	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini tidak berkualitas, kurang lezat dan kurang enak
3	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini tidak mengandung bahan berbahaya atau Pengawet	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini mengandung bahan berbahaya atau pengawet
4	Produk Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang Halal dikonsumsi	Produk Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang tidak halal dikonsumsi

5	Kemasan donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang telah baik dan tidak kadaluarsa	Kemasan donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang kadang kurang baik dan kadaluarsa
6	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang memiliki standarisasi mutu (SNI)	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang tidak memiliki standarisasi mutu (SNI)
7	Tekstur kenyal Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang telah baik	Tekstur kenyal Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang kurang baik
8	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki tingkat keempuk (lembut) yang baik	Produk donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki tingkat keempuk (lembut) yang kurang baik
9	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki Kandungan gizi yang baik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki kandungan gizi yang kurang baik
10	Produk ini memiliki varian rasa produk yang berbeda	Produk ini memiliki varian rasa produk yang sama atau tidak bervariasi
11	Jumlah atau isi donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini telah sesuai dengan yang tertera di kemasan	Jumlah atau isi donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini tidak sesuai dengan yang tertera di kemasan
12	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki cita rasa yang enak dan sesuai dengan selera konsumen	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki cita rasa yang kurang enak dan tidak sesuai dengan selera konsumen
13	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini tidak mudah rusak / berubah (basi)	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini mudah rusak / berubah (basi)
14	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini tidak harus disimpan dalam suhu dingin	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini harus disimpan dalam suhu dingin
15	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang selalu memenuhi permintaan konsumen	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang tidak selalu memenuhi permintaan konsumen
16	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang memiliki pelayanan yang baik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang memiliki pelayanan yang kurang baik
17	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki bentuk yang sesuai dengan donat pada umumnya	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki tidak bentuk yang sesuai dengan donat pada umumnya
18	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki Tampilan yang menarik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki tampilan yang kurang menarik
19	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki warna yang menarik dan baik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini memiliki warna yang kurang menarik
20	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang sudah dikenal banyak masyarakat	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang belum dikenal banyak masyarakat
21	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang diproduksi menggunakan teknologi mesin yang baik	Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang diproduksi menggunakan teknologi mesin yang kurang baik

Pada uji validitas kuisioner didapatkan perhitungan korelasi produk momen atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($5\%;25$) = 0,361, atau seluruh nilai signifikan $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua angket kualitas produk fungsional dalam penelitian ini valid.

Pada uji reliabilitas didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,726 > 0,361$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh angket dalam penelitian ini reliabel dan seluruh angket fungsional sebanyak 21 pernyataan digunakan dalam penelitian ini.

Evaluasi Kano

Setelah menyebarkan kuisioner fungsional dan disfungsi, selanjutnya melakukan evaluasi Kano terhadap 100 responden. Hal ini bertujuan untuk melakukan pengolahan data tingkat kepentingan preferensi pelanggan

berdasarkan model Kano. Adapun perhitungan hasil evaluasi Kano secara keseluruhan dapat dilihat pada lampiran. Berikut disajikan ringkasan evaluasi Kano yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Evaluasi Kano

No. Item Angket	A	I	M	O	Q	A+O+M	I+Q+R	TOTAL
1	8	53	1	38	0	100	53	153
2	7	59	7	27	0	100	59	159
3	22	56	4	18	0	100	56	156
4	18	59	1	22	0	100	59	159
5	26	55	2	17	0	100	55	155
6	24	50	6	20	0	100	50	150
7	32	51	2	15	0	100	51	151
8	23	59	1	17	0	100	59	159
9	14	53	6	27	0	100	53	153
10	19	62	1	17	1	100	63	163
11	15	61	1	23	0	100	61	161
12	10	63	0	27	0	100	63	163
13	7	69	2	22	0	100	69	169
14	11	64	3	21	1	100	65	165
15	5	60	1	34	0	100	60	160
16	7	66	1	26	0	100	66	166
17	10	69	20	1	0	100	69	169
18	12	68	1	19	0	100	68	168
19	9	66	1	24	0	100	66	166
20	15	65	1	19	0	100	65	165
21	12	59	28	1	0	100	59	159

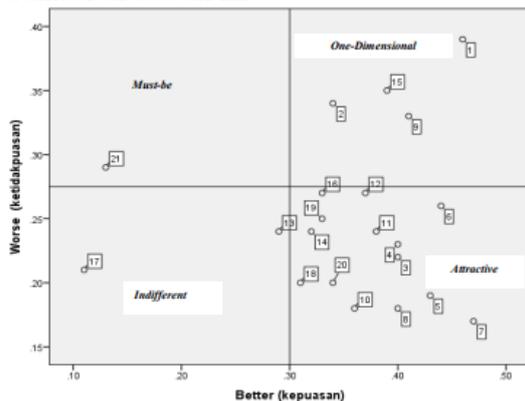
Dimana nilai kategori preferensi (A+O+M) lebih besar dari nilai kategori preferensi (I+Q+R) untuk semua atribut kualitas produk donat berdasarkan model Kano. Dengan demikian maka jika semua atribut diatas dapat dipenuhi oleh Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang, maka kualitas produk donat semakin meningkat, akan tetapi jika sebaliknya maka kualitas produk donat semakin menurun.

Dari hasil perhitungan jumlah masing-masing kategori, koefisien kepuasan konsumen dapat dicari dengan persamaan berikut. Berdasarkan tabel hasil perhitungan evaluasi kano diperoleh hasil better (kepuasan) dan worse (ketidakpuasan) yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Keofisien Kano

No. Item Angket	A+O	O+M	A+O+M+I	Better	Worse
1	46	39	100	0.46	0.39
2	34	34	100	0.34	0.34
3	40	22	100	0.40	0.22
4	40	23	100	0.40	0.23
5	43	19	100	0.43	0.19
6	44	26	100	0.44	0.26
7	47	17	100	0.47	0.17
8	40	18	100	0.40	0.18
9	41	33	100	0.41	0.33
10	36	18	99	0.36	0.18
11	38	24	100	0.38	0.24
12	37	27	100	0.37	0.27
13	29	24	100	0.29	0.24
14	32	24	99	0.32	0.24
15	39	35	100	0.39	0.35
16	33	27	100	0.33	0.27
17	11	21	100	0.11	0.21
18	31	20	100	0.31	0.20
19	33	25	100	0.33	0.25
20	34	20	100	0.34	0.20
21	13	29	100	0.13	0.29

Setelah melakukan perhitungan nilai koefisien kualitas produk, maka tahap selanjutnya adalah menentukan langkah perbaikan agar dapat terwujudnya tingkat kualitas produk pada setiap atribut dimensi kualitas melalui proses peletakkan nilai – nilai koefisien tersebut kedalam Matriks Diagram Kartesius seperti yang terlihat pada Gambar di bawah ini



Gambar 2. Diagram Kartesius Peningkatan Kualitas Produk Donat

Berdasarkan Gambar di atas maka kategori nilai koefisien pelanggan terbagi menjadi empat kuadran, yaitu sebagai berikut.

Kuadran I : Terdapat 1 atribut tergolong kategori *Must-be* (harus). Artinya, pada kuadran I ini harus dilakukan perbaikan. Perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan, namun bila belum diberikan tindakan, akan membuat pelanggan akan kecewa. Pada atribut ini, terdapat pada nomor angket 21 yaitu Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang diproduksi menggunakan teknologi mesin yang kurang baik. Tetapi, pada kenyataannya Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang belum menggunakan mesin tetapi masih secara tradisional. Oleh sebab itu, disarankan agar dapat menggunakan mesin khusus, guna mendapatkan hasil yang lebih baik. *Indifferent One-Dimensional Attractive Must-be* 57

Kuadran II : Terdapat 4 atribut tergolong kategori *One-dimensional*, adapun perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan. Perbaikan tersebut terdapat pada angket nomor 1, 2, 9, dan 15 yaitu harga, kualitas, lezat, enak, kandungan gizi yang baik, dan juga permintaan konsumen. Oleh sebab itu,

disarankan untuk memperbaiki satu persatu dimensi tersebut.

Kuadran III : Terdapat 14 atribut tergolong kategori *Attractive* (menarik). Ini menunjukkan bahwa pada nomor-nomor angket tersebut harus dipertahankan karena menurut tanggapan responden sudah menarik atau sudah setuju.

Kuadran IV : Terdapat 2 tergolong kategori *Indifferent* (biasa saja atau acuh tak acuh). adapun perbaikan pada kategori ini tidak akan berdampak kepada penilaian pelanggan baik dan buruk suatu produk. Ini terlihat dari angket nomor 13 dan 17, yaitu Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini mudah rusak / berubah (basi) atau tidak bentuk yang sesuai dengan donat pada umumnya

Pembahasan

Setelah mendapatkan hasil angket dan melakukan serangkaian pengujian, maka diperoleh hasil penelitian. Berdasarkan hasil jawaban angket diperoleh bahwa persentase rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas produk donat berdasarkan model Kano sebesar 87,02%. Dengan demikian, tanggapan responden mengenai peningkatan kualitas produk Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang termasuk dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil analisis model Kano diperoleh bahwa pada kuadran I terdapat 1 atribut tergolong kategori *Must-be* (harus). Artinya, pada kuadran I ini harus dilakukan perbaikan. Perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan, namun bila belum diberikan tindakan, akan membuat pelanggan akan kecewa. Pada atribut ini, terdapat pada nomor angket 21 yaitu Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang diproduksi menggunakan teknologi mesin yang kurang baik. Tetapi, pada kenyataannya Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang belum menggunakan mesin tetapi masih secara tradisional. Oleh sebab itu, disarankan agar dapat menggunakan mesin khusus, guna mendapatkan hasil yang lebih baik.

Selanjutnya, pada kuadran II terdapat 4 atribut tergolong kategori *One-dimensional*, adapun perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan. Perbaikan tersebut terdapat pada

angket nomor 1, 2, 9, dan 15 yaitu harga, kualitas, lezat, enak, kandungan gizi yang baik, dan juga permintaan konsumen. Oleh sebab itu, disarankan untuk memperbaiki satu persatu dimensi tersebut, seperti mempertimbangkan harga agar lebih terjangkau, tetapi kualitas donat tetap baik. Selain itu, donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang disarankan terus berkarya dan mengadakan uji panelis atau hidonik guna mengetahui rasa yang baik, kualitas dan kelezatan sesuai dengan keinginan pelanggan. Selanjutnya, disarankan kepada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang mencantumkan nilai kandungan gizi yang telah teruji secara signifikan, serta disarankan harus mampu memenuhi permintaan konsumen.

Selain itu, pada kuadran III terdapat 14 atribut tergolong kategori Attractive (menarik). Ini menunjukkan bahwa pada nomor-nomor angket tersebut harus dipertahankan karena menurut tanggapan responden sudah menarik atau sudah setuju. Seluruh angket atau atribut tidak dijelaskan satu persatu, tetapi dapat dilihat pada angket penelitian. Disarankan kepada donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang hendaknya terus meningkatkan, minimal mempertahankan atribut-atribut yang menurut pelanggan telah menarik atau baik.

Pada kuadran IV, terdapat 2 tergolong kategori Indifferent (biasa saja atau acuh tak acuh). adapun perbaikan pada kategori ini tidak akan berdampak kepada penilaian pelanggan baik dan buruk suatu produk. Ini terlihat dari angket nomor 13 dan 17, yaitu Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang ini mudah rusak / berubah (basi) atau tidak bentuk yang sesuai dengan donat pada umumnya.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ (5%) atau hasil $t\text{-hitung} = 4,409 > t\text{-tabel} = 1,724718$ (taraf $t\text{-tabel}$ 5% (0,05) dengan jumlah responden (dk) = $n - 1 = 21 - 1 = 20$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya ada peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut. 1. Dari hasil analisis Kano, pada kuadran I terdapat 1 atribut tergolong kategori Must-be. Artinya, jika dilakukan perbaikan maka akan meningkatkan kualitas produk donat sesuai dengan tanggapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena belum menggunakan mesin namun masih diproses secara manual. Selain itu, perbaikan yaitu pada atribut harga, kualitas rasa, kandungan gizi, dan juga permintaan konsumen. Oleh sebab itu, disarankan untuk memperbaiki satu persatu dimensi tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan uji beda, diperoleh hasil signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ (5%) atau hasil $t\text{-hitung} = 4,409 > t\text{-tabel} = 1,724718$ (taraf $t\text{-tabel}$ 5% (0,05) dengan jumlah responden (dk) = 20), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan kualitas produk donat berdasarkan model Kano pada Donat Z & R Lorong Siti Chodijah Silaberanti Palembang.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gaspersz, Vincent. 2014. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: Gramedia.
- Ginting, Rosnani. 2016. Perbaikan Proses Produksi Ukm Roti Di Kota Medan Melalui Penerapan Disiplin Teknik Industri. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, Vol 18. No. 2, Juli 2016 ISSN 1411 – 5247 ISSN Online 2527- 9408
- I Gede Auditta. 2014. *Standar Kualitas Produk dan Jasa*. Online. Tersedia di <https://www.slideshare.net/igedeauditta/standar-kualitas-produk-jasa-by-igedeauditta-as-accountant>.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lukman, M. 2018. Peningkatan Kualitas Produk Cokelat Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 19, No. 2, Agustus 2018, pp. 190-204 ISSN 1978-1431 print / ISSN 2527-4112.

- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sulistiawan, A. 2017. Integrasi Metode Kano dan Quality Function Deployment (QFD) untuk Peningkatan Pelayanan Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Baureno). Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2017, ISSN: 2579-6429.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.