

## **Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano Dimensi SERVQUAL dan CSI Terhadap Layanan Sertifikat Tanah Di BPN (Badan Pertanahan Nasional)**

Juwita Artanti Kusumaningtyas<sup>1</sup>, Eko Sedyono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Universitas Kristen Satya Wacana*

*Jln. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia*

<sup>1</sup>mee.juwita@gmail.com, <sup>2</sup>ekosed1@yahoo.com

**Abstract**— BPN (National Land Agency) Salatiga is a government institution that serves in the land sector of national, regional, and sectoral according to the legislation. The purpose of this study is to measure the quality of service BPN to determine customer satisfaction by using the Kano model of SERVQUAL dimensions and CSI. The data collection is done with the distribution of questionnaires to the public and conduct interviews of the BPN. The results showed BPN customer satisfaction is the percentage of 78%. The results showed Borderline or on the boundary quite satisfied and need to maximize customer service BPN Salatiga.

**Keywords**— Model Kano, SERVQUAL, CSI, Kepuasan Pelanggan.

### **I. PENDAHULUAN**

BPN (Badan Pertanahan Nasional) merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementrian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Presiden dan dipimpin oleh Kepala (Sesuai dengan Perpres No. 63 Tahun 2013). Tugas dari Badan Pertanahan Nasional yaitu melaksanakan tugas di bidang pertanahan secara nasional, regional dan sektoral sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Lembaga yang mempunyai tujuan mampu mewujudkan tanah dan pertanahan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat, serta keadilan dan keberlanjutan sistem kemasyarakatan, kebangsaan dan kenegaraan Republik Indonesia ini mempunyai 4 prinsip pengelolaan, yaitu pengelolaan pertanahan harus mampu berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, keadilan penguasaan dan pemilikan tanah, keberlanjutan sistem kemasyarakatan dan kebangsaan Indonesia, dan berkontribusi pada harmoni sosial.

Berdasarkan Agenda Kebijakan dari BPN, pelayanan BPN khususnya di Salatiga diharapkan mampu memenuhi keinginan pelanggan dengan membangun kepercayaan masyarakat atau pelanggan. Selain itu diharapkan juga dapat meningkatkan pelayanan dan pelaksanaan pendaftaran, sertifikasi tanah secara menyeluruh, penguatan hak-hak rakyat atas tanah, serta menangani dan menyelesaikan persoalan pertanahan.

Salah satu Agenda Kebijakan BPN yang sering diminta oleh masyarakat, yaitu dengan pelayanan pembuatan sertifikat tanah. Pelayanan pembuatan sertifikat tanah bisa dilakukan dengan mengunjungi loket yang ada pada kantor BPN sebagai pemohon. Pembuatan sertifikat tanah juga sudah melalui perkembangan dengan adanya layanan inovatif yang bernama Sentuh. Pelayanan ini bersifat

online dengan memanfaatkan smartphone untuk mengetahui sudah sampai dimana proses pembuatan sertifikat tanah.

Perkembangan pelayanan yang baik dibutuhkan analisa untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan respon pelanggan terhadap pelayanan BPN. Selain itu melakukan analisa pelayanan BPN khususnya pembuatan sertifikat tanah diperlukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan yang membuat adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kerja nyata BPN serta tingkat prioritas kepentingan pelayanan pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini menggunakan metode Servqual untuk melakukan analisa mengukur kualitas pelayanan BPN. Servqual (Service Quality) merupakan metode yang dibangun atas adanya perbandingan persepsi pelanggan atas layanan nyata yang pelanggan terima dan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Servqual terdiri dari 5 dimensi yang dapat diukur menggunakan metode Kano. Metode Kano merupakan cara yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen dengan tujuan mengkategorikan atribut produk dan jasa untuk memuaskan pelanggan. Kemudian didukung dengan pengukuran menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan kinerja.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada BPN untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan, mengetahui pelayanan yang masih perlu ada perbaikan, serta mengurangi tingkat keluhan dari pelanggan. Sehingga dapat mengetahui pelayanan yang perlu dipertahankan dan dikembangkan dan pelayanan yang masih perlu diperbaiki karena masih kurang memuaskan pelanggan.

## II. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian tentang kualitas layanan sudah banyak dilakukan, diantaranya adalah penelitian tentang kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Topik analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode Servqual dan model Kano secara kuantitatif untuk standart pelayanan di hotel. Hasil penelitiannya mengintegrasikan model Kano dan Servqual yaitu untuk mengembangkan metodologi analisis dalam mengambil keputusan. Penelitian ini menemukan 10 kualitas pelayanan untuk menaikkan kepuasan pelanggan. [1] Keterkaitan dengan penelitian ini yaitu penggunaan model Kano dan Servqual untuk mengukur kualitas pelayanan. Perbedaannya, penelitian ini menambahkan pengukuran menggunakan CSI, sehingga lebih mengetahui kepuasan pelanggan dengan perpektif ukuran metode lain. Selain itu, penelitian lain mengenai analisis kepuasan pelanggan juga menggunakan metode Servqual dan model Kano. Hasil penelitiannya menunjukkan keterbatasan dalam penggunaan model Kano yang memerlukan pengembangan dalam perilaku pelanggan lainnya dalam respon strategis manajemen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan [2]. Keterkaitan dengan penelitian ini yaitu mengintegrasikan Model Kano dan Servqual dalam pengukuran kepuasan layanan. Perbedaannya, penelitian ini tidak hanya terbatas model Kano dan Servqual saja, namun diberi tambahan melihat dari tingkat kepentingan dan kepuasan kinerja dengan menggunakan CSI.

Penelitian analisis kepuasan pelanggan tidak hanya menggabungkan metode Servqual dan model Kano saja. Penelitian ketiga dengan tujuan mengetahui citra atau harapan konsumen akan produk alas kaki melalui pendekatan emosional dan psikologis sehingga dapat dilakukan perancangan dan perkembangan produk sesuai harapan pelanggan. Metode yang digunakan yaitu metode Kansei Engineering dan model Kano. Kesimpulan penelitian dengan mengintegrasikan kedua metode tersebut dapat mengetahui desain yang sesuai dengan citra dan perasaan psikologis konsumen. [3] Keterkaitan dengan penelitian ini yaitu penggunaan model Kano untuk mengetahui pemetaan dari tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan. Perbedaannya, penelitian ini menggabungkan dengan Kansei Engineering untuk penentuan atribut layanan yang akan diukur.

Selain metode Servqual, model Kano, dan Kansei Engineering, kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index). Penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menetapkan prioritas yang efektif dalam kepuasan pelanggan perbankan ini melakukan tinjauan literature dan wawancara dengan para petinggi dalam perbankan sehingga menghasilkan 40 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan teknik analisis faktor, faktor yang digunakan yaitu faktor kompetitif, faktor manusia, faktor lingkungan, dan faktor profesional. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kompetitif dan faktor manusia lebih unggul dibandingkan dengan faktor lainnya, seperti faktor profesional dan faktor lingkungan yang kurang maksimal. [4] Keterkaitan dengan penelitian ini yaitu menganalisa kepuasan pelanggan dengan menambahkan pengukuran CSI (Customer Satisfaction Index). Perbedaannya, penelitian ini tidak menggunakan menggunakan metode Kano dan menambahkan Servqual.

Kajian pustaka pada penelitian ini tidak hanya melihat dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, namun juga melihat dasar teori yang terkait. Dasar teori dikutip dari para pakar yang terdapat pada jurnal penelitian. Teori-teori yang terkait dengan penelitian ini yaitu mengenai kepuasan pelanggan, metode Servqual, model Kano, dan Customer Satisfaction Index (CSI).

Kepuasan pelanggan menurut Hall & Swanberg, merupakan teknologi informasi yang dapat menjadi pendorong penting keberhasilan teknologi informasi melalui penggunaan teknologi informasi [5]. Kepuasan pelanggan menurut Juran, Kelsey&Bond, didefinisikan sebagai hasil dan layanan yang ditawarkan untuk merespon kebutuhan pelanggan dan kepuasan atau meningkatkan harapan pelanggan selama menggunakan barang atau jasa [6].

Servqual (Service Quality) dimulai dengan asumsi bahwa pelayanan ditentukan dari perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang disampaikan. [7] Servqual adalah skala multi-item dikembangkan untuk menilai kualitas pelayanan persepsi pelanggan terhadap kerja nyata pelayanan dan bisnis perusahaan. [8] Metode Servqual memiliki 5 dimensi, yaitu: 1) Tangible mengacu pada penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi. 2) Reliability mengacu pada kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan aman dan akurat. 3) Responsiveness mengacu pada kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. 4) Assurance

mengacu pada pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan di pelanggan terhadap penyedia layanan. 5) Empathy mengacu pada penyediaan, kepedulian, perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan. [9]

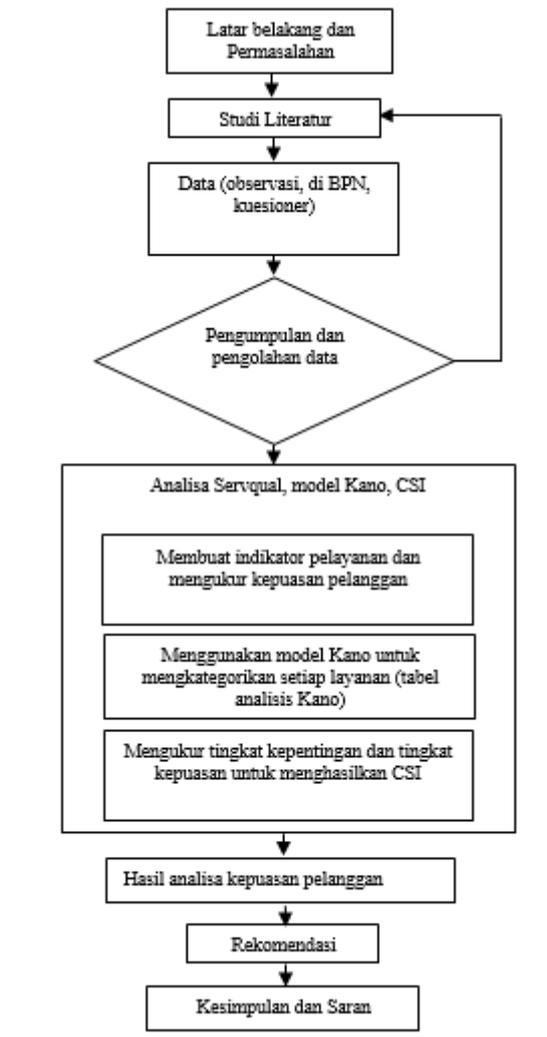
Model Kano merupakan suatu model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. [10] Atribut-atribut layanan dalam model Kano dapat dibedakan menjadi beberapa kategori yaitu : 1) Must be (M), pelanggan tidak puas apabila kinerja atribut tersebut rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. 2) One-dimensional (O), tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula. 3) Attractive (A), tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sampai tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan. 4) Indifferent (I), ada atau tidaknya atribut tertentu sama sekali tidak akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Atribut-atribut yang dimaksud biasanya merupakan atribut pelengkap yang tidak diperhatikan oleh pelanggan. 5) Reverse (R), pelanggan akan menjadi puas jika atribut yang dimaksud tidak ada dan akan menjadi tidak puas jika atribut tersebut ada. Atribut-atribut yang dimaksud merupakan atribut yang tidak diinginkan oleh pelanggan. 6) Questionable result (Q), adanya kesalahpahaman pelanggan atau kesalahan interpretasi dalam mengikuti survey menyebabkan kesalahan dalam survey tersebut, respon yang diberikan pelanggan akan atribut tertentu dapat menimbulkan kontradiksi yang masih bisa dipertanyakan. [11]

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. CSI sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. [12]

### **III.METODOLOGI PENELITIAN**

#### *A. Tahapan Penelitian*

Tahapan penelitian yang dilakukan dalam menganalisa jurnal ini yaitu :



**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

Keterangan tahapan penelitian:

1. Latar Belakang dan Permasalahan, berisi alasan penelitian ini memilih pengukuran kepuasan pelanggan untuk dianalisa di BPN.
2. Studi Literatur, berisi penelitian terdahulu yang terkait dengan topik pembahasan pada penelitian ini dan dasar teori mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini (Servqual, model Kano, dan CSI).
3. Data, berisi data-data yang mendukung penelitian diambil melalui observasi di BPN, dan penyebaran kuesioner.
4. Pengumpulan dan Pengolahan data, berisi kumpulan data-data yang disatukan dan siap untuk diolah menggunakan metode Servqual, model Kano, dan CSI.
5. Analisa dengan Servqual, model Kano, CSI, berisi pembuatan indikator pelayanan menurut dimensi Servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy). Penggunaan tabel analisis Kano digunakan untuk

mengkategorikan layanan. Pengukuran tingkat kepentingan dan kepuasan dari masing-masing atribut menggunakan skala Likert 1-5.

6. Hasil analisa kepuasan pelanggan, berisi pembahasan mengenai hasil pengukuran Servqual, model Kano, dan CSI.
7. Rekomendasi, berisi saran yang diberikan kepada BPN terkait pembuatan sertifikat tanah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan hasil dari perspektif pelanggan.
8. Kesimpulan dan Saran, berisi rangkuman secara singkat dari hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### B. Pemilihan Sample

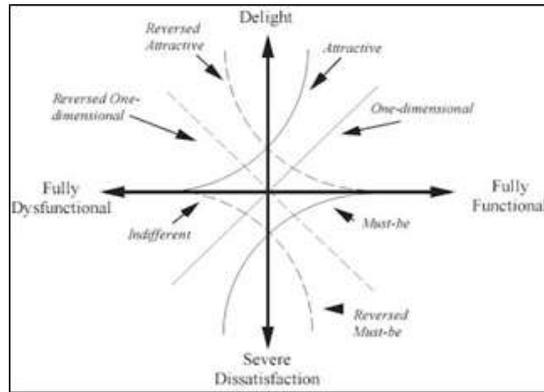
Research sampling atau study sampling berguna untuk mencari dan meneliti sebagian kecil dari obyek, situasi atau peristiwa. Sebagian individu yang diselidiki dalam penelitian tersebut disebut sampel atau contoh, sedangkan semua individu yang diperoleh dari sampling tersebut disebut dengan populasi [13]. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik Non Random Sampling (non probability sampling). Teknik Non Random Sampling (non probability sampling) adalah cara pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian dengan convenience sampling (pemilihan unit analisa sesuai dengan penelitian), purposive sampling (berdasarkan pertimbangan dalam pengambilan sampel), dan quota sampling [13]. Alasan teknik sampel non-probabilitas dipilih karena responden yang mengisi kuesioner adalah pemohon yang mendatangi BPN, Notaris, dan pengguna jasa BPN dalam pembuatan sertifikat tanah dengan kuota 60 responden.

#### C. Teknik dan Langkah-langkah Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam jurnal ini adalah menggunakan teknik kuantitatif. Teknik kuantitatif pada dasarnya merupakan suatu pengamatan yang melibatkan suatu ciri tertentu, berupa perhitungan, angka atau kuantitas. Penelitian kuantitatif ini didasarkan pada perhitungan persentase, rata-rata, chi kuadrat, dan juga perhitungan statistik lainnya [13].

Metode Servqual yang digunakan untuk menentukan atribut layanan sesuai dengan 5 dimensi. Pengukurannya disesuaikan dengan pemetaan yang ada pada model Kano. Adapun indikator yang digunakan dalam lima dimensi tersebut terdapat pada lembar lampiran Tabel Indikator 5 dimensi Servqual.

Model Kano, dilakukan setelah data kuesioner terkumpul untuk mengkategorikan atribut setiap layanan. Jika (*one dimensional + attractive + must be*) > (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* yang diperoleh dari nilai yang paling tinggi. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori Kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be* dan *indifferent, reverse, questionable*).



**Gambar 2.** Pemetaan Kategori Kano

**TABEL I**  
**EVALUASI KANO**

Customer Requirement	Dysfunctional (Negative) Question					
	1. Like	2. Must-be	3. Neutral	4. Live with	5. Dislike	
Functional (Positif)	1. Like	Q	A	A	A	O
	2. Must-be	R	I	I	I	M
Question	3. Neutral	R	I	I	I	M
	4. Live with	R	I	I	I	M
	5. Dislike	R	R	R	R	Q

Pengukuran yang berisi atribut layanan menurut ke-5 dimensi Servqual di bagikan kepada pelanggan. Sehingga dapat melihat perspektif dari pelanggan terkait dengan atribut pelayanan BPN. Masing-masing atribut pelayanan dibagikan dengan kalimat functional (positif) dan kalimat disfunctional (negatif), kemudian dilihat pengukurannya berdasarkan pemetaan model Kano yang terdapat pada Tabel Evaluasi Kano untuk mengetahui kesimpulan Customer Requirement.

Pemetaan Kano diperlukan untuk perhitungan rata-rata *Satisfaction* dan *Dissatisfaction* dari setiap atribut layanan dalam kuesioner. Aturan dalam mengevaluasinya adalah:

$$M > O > A > I$$

Cara menghitung rata-rata setiap atributnya adalah:

*Extent of Satisfaction*

$$SI = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

*Extent of Dissatisfaction*

$$DI = \frac{O + M}{(A + O + M + I)(-1)}$$

Hasil rata-rata Satisfaction dan Dissatisfaction dapat mengetahui atribut yang menjadi kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan. Nilai atribut layanan dengan hasil positif dipertahankan dan untuk atribut layanan yang bernilai negatif diperlukan tindakan perbaikan.

Kepuasan pelanggan didukung dengan pengukuran Customer Satisfaction Index (CSI). CSI merupakan pengukuran untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan atau produk dari suatu perusahaan.

Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
	Skala: 1-5	Skala: 1-5	(S)=(I) x (P)
...			
...			
...			
Skor Total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

**Gambar 3.** Indeks Kepuasan Pengguna

Tahapan-tahapan dalam mengukur CSI dengan menghitung rata-rata kepentingan pelanggan dan rata-rata kepuasan pelanggan dengan membagikan kuesioner yang terdiri dari atribut-atribut dengan skala likert 1-5. Setelah itu menghitung skor dengan cara mengkalikan nilai rata-rata kepentingan dan nilai rata-rata kepuasan dari setiap atribut layanan. Total dari skor tersebut dengan total dari rata-rata kepentingan yang akan menghasilkan nilai CSI dengan cara :

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Menghitung nilai CSI melibatkan total skor (T) yang dibagikan dengan total rata-rata kepentingan pelanggan (Y) yang dikalikan 5. Nilai 5 disini menunjukkan besar skala likert yang digunakan. Kemudian dikalikan dengan 100%, sehingga menghasilkan nilai CSI.

**TABEL II**  
**PRESENTASE TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN**

Angka Indeks	Interpretasi
$X \leq 64\%$	Very poor
$64\% < X \leq 71\%$	Poor
$71\% < X \leq 77\%$	Cause for concern
$77\% < X \leq 80\%$	Borderline
$80\% < X \leq 84\%$	Good
$84\% < X \leq 87\%$	Very Good
$87\% < X$	Excelent

Ket: X = Angka Indeks Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Customer Satisfaction Measurement, "www.leadershipfactor.com"

Hasil dari CSI tersebut dicocokkan dengan tabel Presentase Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hasil CSI yang berupa Presentase, dicocokkan dengan Angka Indeks untuk mengetahui tingkat Interpretasi. Berdasarkan hasil tingkat Interpretasi dapat disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan BPN.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 60 responden kepada masyarakat yang menggunakan pelayanan BPN khususnya Salatiga. Responden-responden tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia responden, dan jenis pekerjaan.

TABEL III  
JENIS KELAMIN RESPONDEN

Jenis Kelamin	Jumlah responden	(%)
Pria	33	55%
Wanita	27	45%
Total	60	100%

Tabel Jenis Kelamin Responden berisi presentase responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita. Presentase terbesar dari responden adalah pria dengan presentase 55% untuk jumlah responden sebanyak 33 pria, sedangkan wanita 45% dengan jumlah responden 27 wanita.

TABEL III  
JENIS KELAMIN RESP

Kelompok usia (tahun)	Jumlah responden	(%)
<30	3	5%
31-35	28	46.67%
36-40	16	26.67%
41-45	11	18.33%
46-50	2	3.33%
Total	60	100%

Tabel Tingkat Usia Responden berisi presentase responden yang dikelompokkan berdasarkan kelompok usia dengan range 5 tahun. Presentase terbesar berada pada kelompok usia 31-35 tahun dengan 46.67% dengan jumlah 28 responden.

TABEL II  
JENIS PEKERJAAN RESPONDEN

Jenis pekerjaan	Jumlah responden	(%)
Pegawai Negeri	22	36.67%
Pegawai Swasta	18	31.67%
Auditor	7	11.67%
Pegawai tidak tetap	5	8.33%
Ibu rumah tangga	4	6.67%
Wiraswasta	3	5%
Total	60	100%

Tabel Jenis Pekerjaan Responden berisi presentase responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan. Presentase terbesar berada pada jenis pekerjaan Pegawai Negeri dengan 36.67% dengan jumlah 22 responden.

## B. Hasil Analisa Data

### 1. Tabulasi Survey

Tabulasi Survey merupakan hasil dari analisa data kuesioner kepada pelanggan BPN khususnya di Salatiga dengan melihat Tabel Evaluasi Kano untuk menentukan Grade. Pengolahan data dilakukan menggunakan Ms. Excel. Hasil Tabulasi Survey diketahui tingkat kepuasan dari setiap atribut sebagai berikut :

Tangible, 1) Pemanfaatan teknologi sudah digunakan untuk pembuatan sertifikat (Indifferent), 2) Layanan inovatif ‘Sentuh’ untuk sertifikat online diimplementasikan sesuai perencanaan (Must be), 3) Fasilitas (tempat mengantri, toilet, tempat pelayanan) bersih (Indifferent), 4) Kemudahan untuk memperoleh informasi tentang pelayanan sertifikat tanah (Must be), 5) Surat ukur tanah diterima pelanggan setelah pengukuran tanah (Attractive).

Reliability, 6) Pengetahuan serta kemampuan karyawan yang dapat diandalkan untuk menangani permasalahan pelanggan (Must be), 7) Proses janji pengukuran tanah dapat dilaksanakan sesuai agenda (One dimensional), 8) Keakuratan data pengukuran tanah milik pelanggan (One dimensional), 9) Proses pembayaran pelanggan cepat dan mudah sesuai anggaran (Must be).

Responsiveness, 10) Kecermatan dan ketelitian pelayanan (One dimensional), 11) Kesanggupan dalam membantu pelanggan (One dimensional), 12) Kesiapan merespon bila terjadi kesalahan pengukuran tanah (One dimensional).

Assurance, 13) Pelayanan sopan dan ramah (Attractive), 14) Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melayani (Attractive), 15) Proses pembayaran sudah berjalan dengan baik dan sangat membantu proses pembayaran pelanggan (One dimensional), 16) Kejelasan informasi mengenai kapan sertifikat tanah selesai diproses (Attractive).

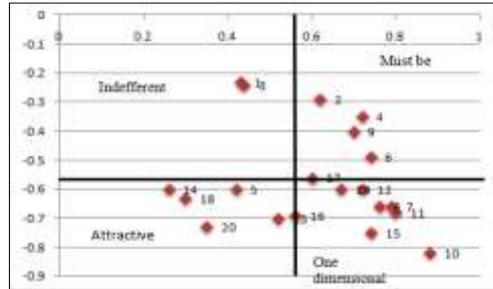
Empathy, 17) Adanya pelayanan informasi dan gangguan dari pelanggan (Must be), 18) Kecepatan dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan (Attractive), 19) Waktu beroperasi dalam melayani (jam pelayanan) sesuai jadwal (One dimensional), 20) Kopensasi terhadap pelanggan atas kesalahan yang dilakukan petugas dalam pengukuran tanah maupun pembuatan sertifikat tanah (Attractive).

### 2. Nilai Extent of Satisfaction/Dissatisfaction

Nilai Extent of Satisfaction/Dissatisfaction diperoleh dengan memanfaatkan hasil Tabulasi Survey. Perkalian 100% dilakukan untuk setiap atribut pada Tabulasi Survey. Sedangkan untuk mengetahui nilai Extent of Satisfaction/Dissatisfaction menggunakan rumus rata-rata Extent of Satisfaction/Dissatisfaction.

Berdasarkan nilai dari Extent of Satisfaction dan Extent of Dissatisfaction, maka diperoleh titik-titik posisi setiap atribut pada kategori Kano. Hal ini dapat digambarkan pada diagram model Kano sebagai berikut :

**Gambar 4.** Diagram Atribut Model Kano



3. Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI ini didapatkan melalui perhitungan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dilakukan melalui kuesioner kepada responden. Kuesioner responden tersebut dilakukan perhitungan CSI untuk menghasilkan data kepentingan, kepuasan, dan skor CSI sebagai berikut :

TABEL III  
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Atribut	Kepentingan (I) Skala 1-5	Kepuasan (P) Skala 1-5	Skor (S) $S=(I) \times (P)$
1	3.37	2.92	9.8404
2	3.8	2.67	10.146
3	4.73	4.83	22.8459
4	4.52	4.05	18.306
5	3.48	3.27	11.3796
6	4.13	4.27	17.6351
7	4.7	3.63	17.061
8	4.78	3.88	18.5464
9	4.13	3.3	13.629
10	4.22	4.43	18.6946
11	4.02	4.6	18.492
12	4.88	3.97	19.3736
13	3.9	3.83	14.937
14	3.73	3.92	14.6216
15	4.63	4.53	20.9739
16	4.38	3.65	15.987
17	4.18	3.75	15.675
18	4.73	3.78	17.8794
19	4.37	4.72	20.6264
20	4.4	3.45	15.18
<b>Total</b>	<b>85.08</b>		<b>331.8299</b>
<b>CSI</b>			<b>78</b>

Hasil perhitungan nilai CSI menunjukkan tingkat kepuasan berada pada 78%. Jika dilihat dalam Tabel Presentase Tingkat Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan < 80% atau berada pada Borderline. Hal ini menunjukkan respon masyarakat terhadap kinerja layanan BPN Salatiga dalam posisi cukup puas, karena dirasa belum maksimal secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan dilihat dari penilaian kepentingan menurut pelanggan dan juga tingkat kepuasan, seperti pemanfaatan teknologi, sosialisasi mengenai

informasi mengenai sertifikat tanah kepada masyarakat, respon jika terjadi permasalahan, biaya dan pembayaran pembuatan sertifikat tanah, dan syarat dan proses pembuatan sertifikat tanah yang dirasa masih sulit dan lama.

#### 4. Rekomendasi

Rekomendasi yang diberikan untuk BPN khususnya BPN Salatiga dalam penelitian ini diharapkan dapat membuat pelayanan BPN Salatiga lebih maksimal. Rekomendasi berdasarkan hasil analisa kuesioner kepada pelanggan yaitu : 1) Pemanfaatan teknologi lebih dimaksimalkan, karena teknologi sendiri diharapkan dapat membantu kinerja pegawai BPN Salatiga untuk pembuatan sertifikat tanah. Sehingga permasalahan proses pembuatan sertifikat tanah yang masih dikeluhkan lama, dan respon dalam menangani permasalahan pembuatan sertifikat tanah terutama masalah data, lebih bisa teratasi dengan kecanggihan teknologi. Fasilitas Sentuh sebagai pembuatan sertifikat online bisa lebih digunakan secara maksimal. 2) Sosialisasi, karena diharapkan dengan adanya sosialisasi yang lebih merata kepada pelanggan, dapat mengurangi keluhan terhadap rumitnya syarat kebutuhan sertifikat tanah yang belum semua memahami. Selain itu dengan adanya sosialisasi juga membuat masyarakat mengerti rincian perhitungan biaya yang akan dikeluarkan. Sehingga meminimalkan tingkat keluhan mahal biaya yang diperlukan.

### V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu : 1) Hasil dari penentuan Grade dari kuesioner pelanggan dengan Grade Indifferent ada pada atribut 1 dan 3, Grade Attractive ada pada atribut 5, 13, 14, 16, 18, dan 20, Grade Must be ada pada atribut 2, 4, 6, 9, dan 17, sedangkan Grade One dimensional ada pada atribut 7, 8, 10, 11, 12, 15, dan 19. 2) Hasil Customer Satisfaction Index (CSI) menunjukkan tingkat kepuasan berada pada Presentase 78%, yang menunjukkan Borderline atau dibatas cukup puas dan perlu lebih memaksimalkan pelayanan pelanggan BPN Salatiga.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menganalisa kepuasan pelanggan terhadap pembuatan sertifikat tanah, tapi bisa lebih ke pelayanan BPN lainnya. Metode penelitian juga bisa lebih dikembangkan, tidak hanya menggunakan model Kano, Servqual, dan CSI saja. Namun bisa menggunakan metode lain untuk mengukur nilai kepuasan pelanggan. Selain itu, topik pembahasan tidak hanya mengarah kepada kepuasan pelanggan, namun bisa dikembangkan kearah loyalitas pelanggan.

### REFERENSI

- [1] Li-Hsing Ho, et.al, 2013, Integration of Kano's model and Servqual for enhancing standard hotel customer satisfaction. African Journal of Business Management, Vol.7(23), pp 2257-2265.

- [2] Sulisworo. D, dan Maniquiz. N, 2012, Integrating Kano's Model and Servqual to Improve Healthcare Service Quality, Ahmad Dahlan University, pp. 130-144.
- [3] Haryono. M, dan Bariyah. C, 2014, Perancangan Konsep Produk Alas Kaki Dengan Menggunakan Integrasi Metode Kansei Engineering Dan Model Kano, pp. 71-82.
- [4] Amin. F, et.al, 2014, Study and Ranking Effective Cosumers Satisfaction Indexes (CSI) as a Pre-requisite of Consumers Relationship Management (CRM) in Banking System via AHP Technique, International Journal of Economy, Management and Social Sciences, pp.16-23.
- [5] Losby. J, and Wetmore. A, 2012, Using Scale in Evaluation Survey Work. The International Journal of an Emerging Transdiscipline, CDC 2012.
- [6] Vazifehdust. H, and Farokhian. S, 2013, Factors Influencing Customer Satisfaction With The Success Factors Identified In The Insurance Industry, African Journal of Business Management, Vol. 7, pp 2026-2032.
- [7] Hirmukhe. J, 2012, Measuring Internal Customers Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Administrative Services, International Journal of Scientific and Research Publications, Vol 2, Issue 3.
- [8] Gibson. C, 2009, Using SERVQUAL to Assess the Customer Satisfaction Level of the Oregon HIDTA ISC Analytival Unit, pp. 8.
- [9] Yousapronpaiboon. K, 2014, SERVQUAL: Measuring Education Service Quality in Thailand, Procedia-Social and Behavioral Sciences, pp 1088-1095.
- [10] Amran. T.G, and Ekadeputra. P, 2010, Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano Dan Root Cause Analysis (Studi Kasus PLN Tangerang), Jurnal Teknik Industri, pp 160-172.
- [11] Ramadhani. Y, dan Suciandani. P, 2011, Analisis Kepuasan Pengunjung Wisata Dengan Model Kano Berdasarkan Dimensi Servqual, Jurnal Teknologi Technoscintia, Vol.4, No.1.
- [12] Syukri. S.H.A, 2014, Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja, JITI, pp. 103-111.
- [13] Hasibuan. Z.A, 2007, Metodologi Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Depok : Universitas Indonesia.