

Analisis Kualitas Layanan Baitul Maal Universitas Islam Bandung dengan Menggunakan Metode Kano

Ulina Alifani*, Puti Renosori, Hirawati Oemar

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*ulimaalifani@gmail.com, putirenosori@yahoo.co.id, hirawatio@yahoo.co.id

Abstract. Baitul Maal Bandung Islamic University (BMU) is an institution whose job is to collect and distribute Zakat, Infaq, Alms, and Endowment (ZISWAF) funds. Based on observations and interviews, it is known that the amount of funds owned by BMU is limited, so that the average number of students who receive scholarships is only 40% of students per year who apply for scholarships. Therefore, to increase the amount of managed funds, efforts can be made to increase the level of donor satisfaction and increase the desire to donate, namely by improving the quality of service. The method used is Kano because it can classify variables based on the category of influence on consumer satisfaction. Based on data processing, the results show that there are 6 service attributes out of 20 attributes, including 3 belonging to the one dimensional category and 3 belonging to the attractive category, this category is a category that needs to be improved because the one dimensional category has a linear nature which if not corrected then the donor will be disappointed. and attributes that are included in the attractive category need to be improved because they can increase innovation so that they excel in competition. Attributes that are prioritized for improvement, then a proposed design improvement is proposed to increase donor satisfaction. The proposals given were developing a fund distribution program, adding features to the website, providing an autoreply system after depositing funds, providing a live chat feature, conducting training on how to communicate and information systems.

Keywords: *Service Quality, Kano.*

Abstrak. Baitul Maal Universitas Islam Bandung (BMU) merupakan lembaga yang bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF). Hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa jumlah dana yang dimiliki BMU terbatas, sehingga rata-rata jumlah mahasiswa yang mendapat beasiswa hanya 40% mahasiswa saja per tahun dari yang mengajukan beasiswa. Karenanya, untuk meningkatkan jumlah dana yang dikelola dapat dilakukan upaya agar tingkat kepuasan donatur meningkat dan meningkatkan keinginan berdonasi yaitu dengan perbaikan kualitas layanan. Metode yang digunakan yaitu Kano karena dapat mengklasifikasikan variabel berdasarkan kategori pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil terdapat 6 atribut layanan dari 20 atribut, diantaranya termasuk ke 3 kategori *one dimensional* dan 3 termasuk ke kategori *attractive*, kategori tersebut merupakan kategori yang perlu diperbaiki karena kategori *one dimensional* memiliki sifat linier yang jika tidak diperbaiki maka donatur akan kecewa, dan atribut yang termasuk kategori *attractive* perlu dilakukan perbaikan karena dapat meningkatkan inovasi sehingga unggul dalam persaingan. Atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki, selanjutnya diusulkan rancangan perbaikannya untuk meningkatkan kepuasan donatur. Usulan yang diberikan yaitu mengembangkan program penyaluran dana, menambah fitur pada *website*, memberikan sistem *autoreply* setelah menyetorkan dana, menyediakan fitur *live chat*, mengadakan pelatihan cara berkomunikasi dan sistem informasi.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Metode Kano.*

A. Pendahuluan

Kualitas merupakan keselarasan antara standar suatu produk atau jasa yang ditentukan organisasi dengan keinginan pelanggan [1]. Layanan adalah suatu kegiatan interaksi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan, sumber daya fisik atau sistem penyedia layanan kepada pelanggan yang biasanya berbentuk tidak berwujud tapi terasa manfaatnya [2]. Maka, kualitas layanan dapat diartikan sebagai suatu standar untuk membantu mempersiapkan apa yang diharapkan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Baitul Maal Universitas Islam Bandung (BMU) merupakan suatu lembaga jasa yang berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWAF) serta dana sosial lainnya. Sumber penghimpunan dana ZISWAF BMU diperoleh dari sumber internal Universitas Islam Bandung (UNISBA) yaitu dosen, tenaga kependidikan, dan infaq mahasiswa baru, sedangkan sumber eksternal yaitu alumni, sponsor perusahaan dan perorangan. Dana ZISWAF yang sudah dihimpun, sebesar 90% dananya disalurkan untuk kebutuhan beasiswa Mahasiswa UNISBA. Namun, dari jumlah mahasiswa yang mengajukan beasiswa per tahun, rata-rata hanya 40% mahasiswa saja yang memperoleh beasiswa, hal ini disebabkan karena terbatasnya dana yang dikelola oleh BMU.

Sumber penghimpunan dana ZISWAF yang masuk ke lembaga BMU pada tahun 2018-2021 menunjukkan kenaikan jumlah donasi, walaupun jumlah donasi internal pada tahun 2021 menurun, secara keseluruhan jumlah donasi tetap meningkat tiap tahunnya. Jumlah donasi yang meningkat di BMU dapat mengindikasikan bahwa kesadaran para muzakki baik dari perusahaan maupun individu/perorangan mulai meningkat. Hal itu juga didukung dengan data dari BAZNAS yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan tren berzakat pada kaum millennial rentang usia 25-44 tahun dengan jumlah kontribusinya sebesar 70% dari seluruh pengumpulan zakat, infaq dan sedekah pada tahun 2021, tren tersebut dikarenakan tersedianya saluran digital sehingga memudahkan untuk berdonasi [3].

Data tersebut dapat menjadi peluang bagi BMU agar dapat menghimpun dana dan menyalurkannya lebih banyak lagi dengan mengoptimalkan penggunaan saluran digital. Tidak hanya menjadi peluang, hal tersebut dapat menjadi ancaman karena makin bertambahnya masyarakat yang memberikan dana ZISWAF, maka makin bertambah juga persaingan antar lembaga amil dana ZISWAF untuk mendapatkan kepercayaan dari donatur sehingga mengakibatkan perlunya setiap lembaga untuk memperbaiki kualitas kinerjanya. Upaya untuk memberikan kepercayaan kepada donatur atau muzakki agar dapat menerima program yang ditawarkan lembaga amil yaitu melalui pemberian transparansi laporan keuangan dan pertanggungjawaban secara tepat waktu, memberikan pelayanan yang tepat dan berkualitas baik terhadap program yang ditawarkan maupun teknis operasional yang diberikan [4].

Berdasarkan uraian tersebut, perlu dilakukan beberapa upaya perbaikan kualitas layanan dengan memberikan teknis pelayanan yang sesuai kebutuhan donatur sehingga BMU dapat lebih dipercaya sebagai lembaga amil ZISWAF dan jumlah dana yang dikelola dapat lebih meningkat. Perbaikan kualitas layanan tersebut dapat menjadikan BMU lebih bermanfaat bagi umat Islam, khususnya mahasiswa UNISBA.

Perbaikan kualitas layanan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kano yang memungkinkan kita untuk memprioritaskan atribut kualitas layanan dengan mengkategorikan kebutuhan pelanggan secara rinci berdasar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan [5]. Hasil dari pengkategorian Kano dipakai sebagai pertimbangan untuk pengembangan strategi dan menciptakan nilai untuk memenuhi kepuasan pelanggan [6]. Uraian dari ke enam kategori tingkat kepuasan pelanggan berdasar model Kano ialah [7]:

1. *Must Be* atau *Basic Needs* ialah suatu atribut yang dikategorikan sebagai fungsi dasar suatu produk atau jasa. Jika atribut layanan yang masuk ke kategori ini tidak dipenuhi, maka pelanggan akan sangat tidak puas, dan berpotensi tidak ingin menggunakan layanan tersebut. Namun walaupun terpenuhi, atribut layanan yang masuk ke kategori ini tidak selalu berpengaruh pada kepuasan konsumen, karena konsumen menganggap atribut layanan tersebut biasa saja.
2. *One-dimensional* atau *performance needs* ialah suatu atribut layanan yang jika dipenuhi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang maksimal dan jika tidak terpenuhi

menghasilkan ketidakpuasan dari pelanggan.

3. *Attractive* atau *excitement needs* ialah suatu atribut layanan yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumen, namun ketika atribut layanan yang masuk ke kategori ini terpenuhi maka akan mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi untuk konsumen dan jika tidak terpenuhi pun maka konsumen akan menganggapnya biasa saja.

Pengetahuan yang kurang terhadap kepuasan atribut layanan, dapat menimbulkan akibat negatif untuk perusahaan. Namun, perlu diperhatikan bahwa atribut layanan yang masuk ke suatu kategori tersebut tidak selalu tetap karena akan berubah sesuai dengan perkembangan waktu. Tak hanya ketiga kategori tersebut, terdapat kategori lain untuk merespon konsumen terhadap suatu persyaratan layanan jasa diantaranya adalah:

1. *Indifferent*, ialah suatu atribut layanan jasa yang dikategorikan jika adanya atau tidak atribut layanan tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. *Questionable* ialah suatu atribut layanan jasa yang dikategorikan jika pelanggan ragu akan layanan yang diberikan tersebut memberikan kepuasan atau tidak.
3. *Reverse* ialah suatu atribut layanan jasa yang mengakibatkan konsumen puas jika tidak diberikan, dan jika layanannya diberikan maka tingkat kepuasan dari pelanggan menurun.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan melalui pendekatan kuantitatif karena menggunakan variabel sebagai objek penelitian [8]. Variabel tersebut perlu didefinisikan ke bentuk operasionalisasi variabel sehingga memudahkan untuk pengumpulan data dan memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian [8]. Variabel yang digunakan yaitu 5 dimensi kualitas layanan jasa yaitu tangible, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance.

Populasi yang diamati pada penelitian ini yaitu para donatur Baitul Maal Universitas Islam Bandung (BMU) dengan pengambilan sampelnya menggunakan Purposive Sampling. Purposive Sampling digunakan karena sampel yang diambil berdasarkan populasi donatur internal Universitas Islam Bandung yang mengetahui informasi tentang layanan yang diberikan BMU. Ukuran jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus slovin dengan nilai error 10% yaitu sebesar 79 responden.

Data yang digunakan bersumber dari sumber primer dan sumber sekunder dengan proses pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan berdasarkan studi literatur terhadap penelitian-penelitian yang sudah dilakukan. Hasil observasi dan wawancara digunakan untuk mengidentifikasi masalah.

Atribut layanan lembaga amal ZISWAF diperoleh melalui proses brainstorming dengan pihak BMU dan wawancara terstruktur kepada donatur potensial yang memberikan jumlah donasi terbesar, serta melalui literasi terkait penelitian yang berhubungan dengan perbaikan kualitas layanan. Atribut layanan yang sudah terkumpul akan digunakan sebagai variabel/parameter dalam penelitian dengan didasarkan pada pengelompokan lima dimensi kualitas layanan jasa yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty.

Hasil pengelompokan dari jawaban wawancara berdasarkan dimensi kualitas layanan jasa, selanjutnya dilakukan pencarian indikator melalui literasi penelitian terdahulu untuk menentukan pertanyaan kuesioner tertutup. Uraian pertanyaan kuesioner tertutup selanjutnya disusun menjadi kuesioner yang terdiri dari 2 bagian yaitu, bagian identitas dan bagian pertanyaan dengan memuat 2 jawaban terkait kondisi responden, jika atribut layanan tersebut ada (pertanyaan fungsional) dan jika atribut layanan tersebut tidak ada (pertanyaan disfungsional). Jawaban tersebut berbentuk skala kano yaitu:

1. Tidak suka (TS) = Saya tidak merasa terbantu adanya atribut layanan yang diberikan.
2. Dapat ditoleransi (DT) = Saya tidak suka tetapi saya dapat mentoleransi/ menerima atribut layanan tersebut
3. Netral (N) = Saya tidak apa-apa jika atribut layanan tersebut diberikan atau tidak diberikan oleh suatu perusahaan.
4. Mengharapkan (H) = Saya merasa atribut layanan yang diberikan memang harus

dipenuhi oleh suatu perusahaan.

5. Suka (S) = Saya merasa terbantu atau menikmati adanya atribut layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Pertanyaan kuesioner tertutup sudah disusun, selanjutnya disebarakan dengan melakukan pretest terlebih dahulu kepada 30 orang responden, untuk menentukan apakah kuesioner dapat diandalkan dan konsisten sebagai alat ukur untuk mengukur kepuasan kualitas layanan jasa BMU. Penyebaran dilakukan kepada 30 responden yaitu donatur internal BMU antara lain dosen dan tenaga kependidikan.

Kuesioner yang sudah tepat dan dapat dipercaya sebagai instrument penelitian, selanjutnya dibagikan kepada para responden sesuai dengan jumlah ukuran sampel yang harus dipenuhi agar dapat mewakili kondisi BMU. Responden yang diamati pada penelitian ini yaitu para donatur internal BMU, dengan jumlah responden sebanyak 79 orang. Jumlah tersebut hasil dari perhitungan metode slovin dengan menggunakan nilai error 10%.

Hasil dari penyebaran kuesioner tertutup, selanjutnya dilakukan pengklasifikasian jawaban responden ke dalam kategori-kategori dari metode Kano yaitu Attractive, One Dimensional, Must be, Questionable, Reverse, Indifferent dengan memprosesnya menggunakan Tabel Evaluasi Kano, dan selanjutnya dianalisis dengan metode if-then. Hasil atribut layanan yang sudah terklasifikasi ke dalam kategori kano yaitu Attractive dan One Dimensional selanjutnya dilakukan perancangan solusi untuk memperbaiki kualitas layanan jasanya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari pengolahan metode Kano diperoleh dari 2 langkah yaitu:

1. **Klasifikasi kategori jawaban fungsional dan disfungsional dengan matriks model kano.**

Proses pengklasifikasian kategori tersebut dilakukan menggunakan tabel evaluasi kano yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Evaluasi Kano

		<i>Dysfunctional</i>					
		<i>Suka</i>	<i>Mengharapkan</i>	<i>Netral</i>	<i>Dapat ditoleransi</i>	<i>Tidak Suka</i>	
		5	4	3	2	1	
<i>Functional</i>	<i>Suka</i>	5	<i>Questionable</i>	<i>Attractive</i>	<i>Attractive</i>	<i>Attractive</i>	<i>One Dimensional</i>
	<i>Mengharapkan</i>	4	<i>Reverse</i>	<i>Questionable</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Must-be</i>
	<i>Netral</i>	3	<i>Reverse</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Must-be</i>
	<i>Dapat ditoleransi</i>	2	<i>Reverse</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Indifferent</i>	<i>Questionable</i>	<i>Must-be</i>
	<i>Tidak Suka</i>	1	<i>Reverse</i>	<i>Reverse</i>	<i>Reverse</i>	<i>Reverse</i>	<i>Questionable</i>

2. **Melakukan analisis hasil evaluasi agar mendapatkan pandangan lebih luas dengan metode if-then. Metode ini berdasar kepada formula blauths, formulanya yaitu:**

- Jika (“one-dimensional” + “attractive” + “must be”) > (“indifferent”+ “reverse” + “questionable”), maka grade yang didapatkan adalah paling maksimum dari “one dimensional”, “attractive”, atau “must-be”.
- Jika (“one-dimensional” + “attractive” + “must be”) < (“indifferent”+ “reverse” + “questionable”), maka grade yang didapatkan adalah paling maksimum dari “indifferent”, “reverse”, atau “questionable”.
- Jika (“one-dimensional” + “attractive” + “must be”) = (“indifferent”+ “reverse” + “questionable”), maka grade yang didapatkan adalah paling maksimum diantara semua kategori Kano.

Rekapitulasi hasil pengklasifikasian hubungan jawaban fungsional dan disfungsional serta analisis jawaban dengan *formula blauths* ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Analisis Jawaban Metode Kano

No	Atribut	Frekuensi						Kategori
		A	O	M	I	R	Q	
1	Baitul Maal UNISBA memiliki ruang pelayanan yang luas dan dilengkapi kursi tunggu	36	1	1	41	0	0	Indifferent
2	Baitul Maal UNISBA menjaga kebersihannya dan memiliki tempat sampah	2	7	65	5	0	0	Must be
3	Baitul Maal UNISBA memiliki kotak saran untuk menerima saran, kritik, dan complain tertulis	4	3	5	67	0	0	Indifferent
4	Baitul Maal UNISBA mempunyai media untuk menyampaikan informasi kegiatan lembaga, program penyaluran dana, dan kabar terkini seperti pada (Website, Buletin, dan Media Sosial)	1	14	61	3	0	0	Must be
5	Baitul Maal UNISBA memiliki kontak layanan konsumen seperti chat live via telepon, whatsapp, dan email untuk memudahkan komunikasi	1	14	61	3	0	0	Must be
6	Baitul Maal UNISBA memiliki keanekaragaman produk layanan atau program penyaluran donasi yang dapat memenuhi kebutuhan penerima layanan jasanya dan menarik keinginan donatur untuk berdonasi seperti (Dana Beasiswa, Dana Pinjaman Jangka Panjang, Dana Pinjaman Jangka Pendek Tanpa Bunga, Dana Orang tua Asuh, Dana Wakaf Bergulir, Dana Bantuan Usaha, Dana Bantuan untuk Bakti Desa)	2	68	3	5	1	0	One dimensional
7	Donatur yang memiliki akun pada website Baitul Maal UNISBA, dapat melihat laporan khusus jumlah dana yang telah diberikan donatur beserta waktunya	6	56	11	5	1	0	One dimensional
8	Baitul Maal UNISBA menyediakan layanan untuk kemudahan berdonasi seperti melalui, payroll, transfer antar bank, dan e-wallet seperti dana, gopay, ovo serta pembayaran melalui scan QR	15	17	42	5	0	0	Must be
9	Baitul Maal UNISBA memberikan update informasi terkait jumlah dana yang diterima untuk tiap produk ZISWAF yang ditawarkan melalui media sosial, website, untuk masyarakat luas.	4	31	42	2	0	0	Must be
10	Baitul Maal UNISBA memberikan laporan atas dana yang sudah diberikan oleh donatur secara personal melalui whatsapp dan email	4	18	54	3	0	0	Must be
11	Baitul Maal UNISBA memberikan informasi kepada publik/masyarakat terkait laporan keuangan penghimpunan dan penyaluran melalui website, dan media sosialnya per bulan/triwulan/semester/tahun.	1	10	61	7	0	0	Must be
12	Baitul Maal UNISBA memberikan bukti transaksi kepada donatur maksimal 1x24 Jam atas pembayaran donasi yang sudah masuk ke lembaga.	2	65	5	7	0	0	One dimensional

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Analisis Jawaban Metode Kano (Lanjutan)

No	Atribut	Frekuensi						Kategori
		A	O	M	I	R	Q	
13	Baitul Maal UNISBA memberikan informasi ajakan berdonasi pada kegiatan lembaga secara berkala melalui pamflet/banner, media sosial, website.	2	7	63	7	0	0	Must be
14	Baitul Maal UNISBA memberikan pelayanan tepat waktu, sesuai jam kerja yang tertulis.	3	1	7	68	0	0	Indifferent
15	Karyawan Baitul Maal UNISBA cepat tanggap dalam memberikan jawaban atas pertanyaan terkait program layanan dan prosedurnya baik secara offline dan online dalam waktu 1x24 jam.	60	3	6	9	0	1	Attractive
16	Karyawan Baitul Maal UNISBA memberikan pelayanan yang ramah dan professional sehingga meningkatkan kepercayaan dan keinginan untuk berdonasi	9	12	5	52	1	0	Indifferent
17	Karyawan Baitul Maal UNISBA menerima respon terkait kritik dan saran dengan baik dan tidak memandang usia dan jabatan yang berbicara	0	4	68	7	0	0	Must be
18	Karyawan Baitul Maal UNISBA dapat menjaga informasi data pribadi donatur yang tidak ingin namanya dipublikasikan dalam laporan publik	2	11	63	3	0	0	Must be
19	Karyawan Baitul Maal UNISBA dapat memberikan saran terhadap produk layanan yang sesuai dengan kemampuan/keinginan donatur.	56	6	10	6	1	0	Attractive
20	Karyawan Baitul Maal UNISBA memiliki waktu yang fleksibel dan luang untuk melakukan kerjasama dan memberikan pelayanan.	54	9	2	14	0	0	Attractive

Berdasarkan hasil klasifikasi dengan tabel evaluasi kano dan analisis menggunakan *formula blauths*, dapat diketahui bahwa terdapat 10 atribut termasuk ke dalam kategori *must be*, sehingga 10 atribut layanan tersebut wajib dipenuhi oleh BMU, apabila tidak terpenuhi, donatur akan kecewa dan jika atribut layanan tersebut terpenuhi tidak akan meningkatkan kepuasan donatur, sebab atribut tersebut merupakan atribut yang mendasar dan memang seharusnya dimiliki oleh suatu Lembaga Amil ZISWAF sehingga dianggap atribut layanan tersebut biasa saja. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa 10 atribut yang termasuk ke dalam kategori *must be* sudah dipenuhi oleh BMU, maka dari itu 10 atribut ini tidak termasuk ke atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki, karena konsumen menganggap atribut layanan tersebut biasa saja.

Kategori lain yang terklasifikasi dengan tabel evaluasi kano ialah kategori *indifferent*. Kategori ini diartikan jika dipenuhi atau tidak dipenuhi, tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain responden tidak peduli terhadap atribut tersebut. Terdapat 4 Atribut yang termasuk ke dalam kategori *indifferent*, kategori tersebut tidak menjadi aspek utama yang diperhatikan oleh donatur, karena terdapat beberapa donatur melakukan komunikasi hanya melalui *chat* saja tanpa datang ke kantor BMU, sehingga ruang pelayanan, kotak saran tertulis dan pelayanan tepat waktu tersebut menurut persepsi donatur dirasa tidak terlalu penting.

Atribut layanan yang termasuk ke dalam kategori *one dimensional* menunjukkan sifat linier karena pemberian layanan berbanding lurus dengan kepuasan pengguna layanan, sehingga atribut yang masuk ke kategori ini merupakan atribut yang wajib diberikan oleh Lembaga Amil

ZISWAF, karena akan meningkatkan kepuasan dari donatur, dan jika tidak terpenuhi maka donatur akan kecewa. Atribut layanan yang tergolong ke dalam kategori ini merupakan atribut yang belum dimiliki oleh BMU pada kondisi saat ini, maka dari itu atribut layanan yang termasuk ke dalam kategori *one dimensional* menjadi atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki.

Kategori yang terklasifikasi selanjutnya adalah kategori *attractive*, sebanyak 3 atribut tergolong ke dalam kategori ini. Kategori *attractive* ialah kategori yang tidak wajib dipenuhi, namun apabila diberikan dapat meningkatkan kepuasan bagi donatur, karena pemberian layanan ini lebih dari apa yang diharapkan pelanggan dan jika atribut tersebut tidak terpenuhi tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Atribut yang termasuk ke dalam kategori *attractive* apabila dilaksanakan merupakan suatu usaha untuk mengembangkan proses inovasi agar unggul dalam persaingan. Atribut layanan yang memiliki kategori *attractive* ini dapat menarik perhatian donatur untuk loyal dalam berdonasi karena berkaitan dengan daya tanggap dan jaminan serta kepedulian yang diberikan karyawan BMU.

Atribut layanan yang termasuk ke dalam kategori *one dimensional* dan *attractive* merupakan fokus perhatian yang akan diusulkan rancangan perbaikannya, karena pada kondisi saat ini atribut layanan yang termasuk kategori *one dimensional* belum dimiliki oleh BMU. Sedangkan atribut layanan yang termasuk kategori *attractive*, pada kondisi saat ini sudah dijalankan oleh karyawan namun belum dijalankan secara optimal, sehingga atribut yang termasuk ke dalam 2 kategori tersebut perlu diprioritaskan untuk diperbaiki, dengan usulan rancangan perbaikannya ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Usulan Perbaikan

Atribut Layanan	Usulan Perbaikan
Baitul Maal UNISBA memiliki keanekaragaman produk layanan atau program penyaluran donasi yang dapat memenuhi kebutuhan penerima layanan jasanya dan menarik keinginan donatur untuk berdonasi seperti (Dana Beasiswa, Dana Pinjaman Jangka Panjang, Dana Pinjaman Jangka Pendek Tanpa Bunga, Dana Orang tua Asuh, Dana Wakaf Bergulir, Dana Bantuan Usaha, Dana Bantuan untuk Bakti Desa)	Pengembangan program penyaluran dana yang lebih difokuskan untuk kegiatan Mahasiswa dengan memberikan dana pinjaman insidental untuk mahasiswa dan dana bantuan usaha untuk mahasiswa.
Donatur yang memiliki akun pada website Baitul Maal UNISBA, dapat melihat laporan khusus jumlah dana yang telah diberikan donatur beserta waktunya	Pengembangan fitur <i>website</i> agar donatur dapat melihat riwayat aktivitas donasi yang telah dilakukan dengan bahasa pemrograman yang digunakan adalah php, dan menggunakan <i>database</i> yang digunakan MYSQL, serta menggunakan sistem secara <i>online</i> .
Baitul Maal UNISBA memberikan bukti transaksi kepada donatur maksimal 1x24 Jam atas pembayaran donasi yang sudah masuk ke lembaga.	Memberikan sistem <i>Autoreply</i> setelah donatur menyetorkan dananya melalui <i>WhatsApp/Email</i> untuk yang melakukan pembayaran melalui transfer maksimal pengiriman dalam waktu 2 jam setelah membayar, sementara untuk yang melakukan pembayaran melalui <i>payroll</i> bukti transaksi akan dikirim dalam waktu perbulan
Karyawan Baitul Maal UNISBA cepat tanggap dalam memberikan jawaban atas pertanyaan terkait program layanan dan prosedurnya baik secara offline dan online dalam waktu 1x24 jam.	Penerapan fitur <i>live chat</i> dengan menggunakan <i>virtual assistant chat bot</i> berbasis aplikasi whatsapp menggunakan metode <i>extreme programming</i>
Karyawan Baitul Maal UNISBA memiliki waktu yang fleksibel dan luang untuk melakukan kerjasama dan memberikan pelayanan.	

Karyawan Baitul Maal UNISBA dapat memberikan saran terhadap produk layanan yang sesuai dengan kemampuan/keinginan donatur.	Mengadakan pelatihan cara berkomunikasi dan melayani donatur serta pelatihan sistem informasi tiap 6 bulan sekali
--	---

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan dalam penelitian ini, disimpulkan beberapa hasil penelitian:

1. Terdapat 6 atribut layanan dari 20 atribut layanan yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan, 3 diantaranya tidak dimiliki BMU pada kondisi saat ini yaitu berkaitan dengan keanekaragaman produk layanan yang diberikan, memiliki fitur untuk melihat riwayat aktivitas donatur berdonasi secara pribadi, memberikan bukti transaksi kepada donatur atas pembayaran donasi yang masuk ke lembaga. Sedangkan 3 atribut lainnya, berkaitan dengan dimensi daya tanggap dan jaminan dari karyawan BMU terhadap pelayanan kepada donatur, yaitu cepat tanggap dalam memberikan jawaban, memiliki waktu yang fleksibel dan luang untuk melakukan kerjasama dan memberikan pelayanan, dan memberikan saran terhadap produk layanan sesuai kemampuan/keinginan donatur.
2. Perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan BMU berdasar dari 6 atribut dari hasil metode Kano yaitu dengan mengusulkan, penambahan program penyaluran dana yang lebih difokuskan untuk mahasiswa, menyediakan fitur pada website untuk melihat riwayat aktivitas pembayaran donasi, menambah sistem autoreply sebagai bukti transaksi setelah donatur menyetorkan dananya, menyediakan fitur live chat untuk membantu donatur kapanpun dan dimanapun, serta mengadakan pelatihan cara berkomunikasi dan sistem informasi.

Acknowledge

Terimakasih kepada pimpinan dan staff Baitul Maal UNISBA yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Ariani, Wahyu Dorothea. *Manajemen Kualitas*. Edisi 2. Banten: Universitas Terbuka; 2020.
- [2] Tavakoli, M. M., Shirouyehzad, H., dan Dabestani, R. Efficiency Evaluation Of A Private Bank's Branches With Service Quality Approach By Data Envelopment Analysis. *International Journal of Services and Operations Management*, 16(4), 427-442; 2013.
- [3] BAZNAS. *Laporan Sumber Zakat*. [online]. Bandung: BAZNAS. Tersedia pada <baznas.go.id>; 2021.
- [4] Rahmalia, M. R., dan Machdum, S. V. Membangun Hubungan Pada Proses Fundraising di Lembaga Amil Zakat. *Sosio Informa: Kajian Permasalahan Sosial dan Usaha Kesejahteraan Sosial*, 6(1), 45-54; 2020.
- [5] Lasalewo, Trifandi. Integrasi Model Kano Dan Teknik Qfd Dalam Kegiatan Pengembangan Produk: Suatu Tinjauan Kritis. Pada: Universitas Negeri Surabaya. *Seminar Nasional Seni dan Desain: Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Seni dan Desain*. Surabaya, 28 Oktober 2017. 380-385. Fakultas Bahasa dan Seni: Universitas Negeri Surabaya; 2017.
- [6] Vaziri, J., dan Beheshtinia, MA. (2016). A Holistic Fuzzy Approach to Create Competitive Advantage Via Quality Management In Service Industry (Case Study: Life Insurance Service). *Emerald. Management Decision*, 54(8), 2035-2062.
- [7] Hartono, M. Santoso, A. Tanugraha, M. Prayogo, D dan Kusumo, A. *Kansei Engineering, Kano, & Triz for Logistics Service Excellence Teori dan Aplikasi*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu; 2018.
- [8] Sekaran, Uma., Bougie, Roger. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Edisi 7. New Jersey: Wiley; 2016.

- [9] Rohman Aji Saeful, R. Muhammad Chaznin (2022). Peningkatan Throughput Garmen melalui Perbaikan Stasiun Kerja Bottleneck dengan Theory of Constraint. *Jurnal Riset Teknik Industri* 2(2). 99 – 108. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1138>.