

Perbaikan Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Model Kano

Meidiana Vinda*, M, Dzikron A

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

*meidianavindati14@gmail.com, mdzikron@gmail.com

Abstract. Barbershop not only provides haircut services, but also provides services that support the appearance of men. Hairnerds Studio Bandung is a company engaged in haircut services and is a branch of Hairnerds Studio Jakarta. However, after the opening of Hairnerds Studio Bandung branch, based on data obtained from April 2019 – November 2020, several times the number of customer arrivals did not meet the target set by the management. In April, May and October in 2019 but in April Hairnerds Studio Bandung operated on April 15. Meanwhile, in 2020, the decrease in subscribers occurred in March, April, May, July, August and September. From March 18 to the end of May Hairnerds Studio Bandung is not operating due to the pandemic and will reopen in June. One of the factors that affect the quality of service is customer satisfaction. Therefore an analysis is needed to determine the level of customer satisfaction so that the target number of customer arrivals can exceed the target agreed upon by the management. In this study, using a problem identification tool using the Kano model and making a repair design using a fishbone diagram. Based on the results of data processing, there are 3 categories that meet 21 service attributes of Hairnerds Studio, namely 6 one dimensional attributes, 8 attractive attributes, and 7 must be attributes. The service attribute that the solution will provide is the overall attractive attribute because the attributes in that category can increase customer satisfaction very high.

Keywords: *Quality Control, Kano Model, Fishbone.*

Abstrak. Barbershop tidak hanya memberikan pelayanan potong rambut saja, tapi juga memberikan pelayanan yang menunjang penampilan pria. Hairnerds Studio Bandung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa potong rambut dan merupakan cabang dari Hairnerds Studio Jakarta. Namun setelah dibukanya Hairnerds Studio cabang Bandung, berdasarkan data yang didapat dari bulan April 2019 – November 2020 beberapa kali jumlah kedatangan pelanggan tidak memenuhi target yang ditetapkan oleh pihak manajemen. Pada bulan April, Mei dan Oktober ditahun 2019 namun pada bulan April Hairnerds Studio Bandung beroperasi pada tanggal 15 April. Sedangkan pada tahun 2020 penurunan pelanggan terdapat pada bulan Maret, April, Mei, Juli, Agustus dan September. Dari tanggal 18 Maret hingga akhir bulan Mei Hairnerds Studio Bandung tidak beroperasi dikarenakan adanya pandemi dan buka kembali pada bulan Juni. Salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap kualitas layanan yaitu kepuasan pelanggan. Maka dari itu diperlukan analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan agar target jumlah kedatangan pelanggan dapat melebihi target yang telah disepakati oleh pihak manajemen. Pada penelitian ini menggunakan alat identifikasi masalah dengan menggunakan model Kano dan membuat rancangan perbaikan dengan menggunakan diagram fishbone. Berdasarkan hasil dari pengolahan data terdapat 3 kategori yang memenuhi 21 atribut pelayanan Hairnerds Studio yaitu terdapat 6 atribut one dimensional, 8 atribut attractive, dan 7 atribut must be. Atribut pelayanan yang akan diberikan solusi yaitu keseluruhan atribut attractive karena atribut pada kategori tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan sangat tinggi.

Kata Kunci: *Pengendalian Kualitas, Model Kano, Fishbone.*

A. Pendahuluan

Hairnerds Studio Bandung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa potong rambut dan merupakan cabang dari Hairnerds Studio Jakarta. Perusahaan memilih tempat usaha disekitar Tamansari dikarenakan perusahaan merasa bahwa daerah Tamansari memiliki tempat yang ideal berdasarkan pihak manajemen. Namun setelah dibukanya Hairnerds Studio cabang Bandung, berdasarkan data yang didapat dari bulan April 2019 – November 2020 beberapa kali jumlah kedatangan pelanggan tidak memenuhi target yang ditetapkan oleh pihak manajemen.

Menurut Gaspersz (1), manajemen kualitas dapat dikatakan sebagai “semua aktivitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan yang menentukan kebijaksanaan kualitas, tujuan dan tanggung jawab, serta mengimplementasikannya melalui alat-alat manajemen kualitas”. Dalam penerapannya, aktivitas dan fungsi manajemen tersebut harus diawasi untuk mempertahankan tingkat keunggulan yang diinginkan seperti penetapan kebijakan mutu, membuat dan merencanakan mutu, jaminan dan kontrol kualitas serta peningkatan kualitas.

Menurut Lovelock (2), pengertian dari jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, dalam bentuk suatu kegiatan yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, objek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli. Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan suatu produk fisik yang umumnya dikonsumsi bersama dengan waktu produksi dan memberi nilai tambah seperti kenikmatan, hiburan santai, kesehatan, bersifat tidak berwujud.

Model kano adalah model yang dikembangkan oleh Norioki Kano pada tahun 1984, Menurut Wijaya (3) yang mengutip penelitian dari Kano, Kano merupakan sebuah model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan.

Menurut Besterfield (4) Diagram Sebab-Akibat (cause-effect diagram) adalah metode grafis sederhana untuk membuat hipotesis mengenai rantai penyebab dan akibat serta untuk menyaring potensi penyebab dan mengorganisasikan hubungan antar variabel. Kegunaan utama diagram ini adalah untuk menganalisis timbulnya akibat, yaitu dengan mencari atau menemukan dan menggambarkan faktor-faktor yang menjadi penyebab dari suatu masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kebutuhan pelayanan jasa untuk meningkatkan kualitas dengan dimensi Kano di Hairnerds Studio Bandung?
2. Bagaimana kepuasan dan harapan pelanggan terhadap atribut kualitas pelayanan jasa Hairnerds Studio Bandung berdasarkan model layanan kualitas jasa kano?
3. Bagaimana rancangan usulan perbaikan jasa layanan pada Hairnerds Studio Bandung?

Berdasarkan rumusan masalah yang dikembangkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui atribut kebutuhan pelanggan dengan menggunakan dimensi Kano di Hairners Studio Bandung.
2. Mengetahui pelayanan yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Hairnerds Studio Bandung berdasarkan model layanan jasa kano.
3. Mengetahui usulan perbaikan jasa pelayanan pada Hairnerds Studio Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner, dimana pertanyaannya diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan dan karyawan Hairnerds Studio Bandung. Kuesioner disebarkan kepada responden dalam obyek penelitian yaitu pelanggan Hairnerds Studio Bandung. Untuk mendapatkan informasi sesuai yang diinginkan, maka daftar pertanyaan digunakan sebagai alat bantu atau sarana pengumpulan data yang akan diolah. Untuk mendapatkan hasil data yang akan diperoleh maka dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk pertanyaan – pertanyaan mengenai penilaian pada penilaian terhadap tingkat kepentingan dari aspek pelayanan yang sesuai dengan penilaian pelanggan pada pelayanan yang diberikan Hairnerds Studio Bandung. Kuesioner

functional dan *dysfunctional* Kegunaan tabel evaluasi Kano dibawah ini, untuk mengelompokkan suatu atribut – atribut dari tiap responden.

Tabel 1. Kuesioner *Functional* dan *Dysfunctional*

<i>Customer need</i>		<i>Dysfunctional</i>				
		1 = Suka	2 = Harap	3 = Netral	4 = Toleransi	5 = Tidak Suka
<i>Functional</i>	1 = Suka	Q	A	A	A	O
	2 = Harap	R	I	I	I	M
	3 = Netral	R	I	I	I	M
	4 = Toleransi	R	I	I	I	M
	5 = Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Notes: A = Attractive, O = One dimensional, M = Mustbe, Q = Questionable, R = Reverse, I = Indifferent

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penentuan kategori kano dari jawaban tiap – tiap atribut berdasarkan jenis *functional* dan *dysfunctional*, dilakukan dengan cara menentukan titik nilai responden ditiap nilai atribut *functional* dengan *dysfunctional*. Maka akan diperoleh titik temu untuk menentukan atribut tersebut kedalam model kano. Dibawah ini hasil penentuan dalam klasifikasi masing – masing atribut ke kategori Kano

Setelah menentukan klasifikasi pada *functional* dan *dysfunctional*, selanjutnya dilakukan pengelompokkan dan perhitungan dari hasil klasifikasi yang sudah didapatkan sehingga untuk langkah ini hanya menentukan jumlah kategori kano tiap – tiap atribut terhadap hasil semua responden.

Tabel 2. Pengelompokkan dan Perhitungan Hasil Klasifikasi

Atribut Pelayanan	Kategori Kano						Total
	Q	R	I	O	A	M	
1	0	0	24	25	13	20	82
2	0	0	19	28	13	22	82
3	0	0	23	12	32	15	82
4	0	0	19	13	18	32	82
5	0	0	26	16	17	23	82
6	0	0	20	16	20	26	82
7	0	0	16	24	32	10	82
8	0	0	19	21	31	11	82
9	0	0	23	9	35	15	82
10	0	0	28	24	23	7	82
11	0	0	18	10	41	13	82
12	0	0	19	27	17	19	82
13	0	0	24	21	17	20	82
14	0	0	18	19	20	25	82
15	0	0	23	7	45	7	82
16	0	0	23	7	21	31	82
17	0	0	22	11	21	28	82
18	0	0	26	7	37	12	82
19	0	0	21	14	16	31	82
20	0	0	11	26	22	23	82

Atribut Pelayanan	Kategori Kano						Total
	Q	R	I	O	A	M	
21	0	0	16	25	26	15	82

Penelitian ini tidak hanya menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Hairnerds Studio Bandung saja, tetapi juga menyebarkan kuesioner ke Barbershop lain yang memiliki segmen pasar sejenis dengan Hairnerds Studio Bandung. Kuesioner ini disebarkan setengah dari kuesioner tertutup dan digunakan untuk membandingkan atribut pelayanan antara Hairnerds Studio Bandung dan Barbershop lain yang berada di segmen pasar sejenis. Nilai rata-rata hasil kuesioner yang semakin mendekati angka satu memiliki arti bahwa atribut pelayanan yang diberikan Barbershop telah memenuhi kepuasan pelanggan.

Sampel yang digunakan berasal dari jumlah populasi pelanggan Hairnerds Studio Bandung setiap bulannya. Setelah diperoleh banyaknya sampel yang dibutuhkan dengan menggunakan perhitungan dibawah ini maka kuesioner dapat disebarkan kepada pelanggan Hairnerds Studio Bandung. Berikut rumus perhitungan penentuan sampel dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$= \frac{450}{1+450(0,1^2)} = 81,82 \approx 82 \text{ sampel}$$

Maka berdasarkan perhitungan diatas, jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 81,82 \approx 82 responden.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 30 kuesioner dari 82 kuesioner yang disebarkan. Pengolahan uji validitas data dengan menggunakan tingkat error 10%, sehingga nilai *rtabel* yang diperoleh yaitu 0,306.

Menentukan Kategori Kano untuk Tiap Atribut Layanan penentuan dalam kebutuhan pelanggan sesuai dengan kategori Kano, selanjutnya menentukan kategori Kano tiap masing – masing atribut layanan dengan menggunakan *Blauth's Formula* sebagai berikut:

1. Jika (one – dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable), maka grade diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (one – dimensional, attractive, must-be).
2. Jika (one – dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable), maka grade diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (indifferent, reverse, questionable).
3. Jika (one – dimensional + attractive + must-be) = (indifferent + reverse + questionable) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (one – dimensional, attractive, must-be, indifferent, reverse, questionable).

Tabel 3. Menentukan Kategori Kano tiap Masing-masing Atribut

Atribut Pelayanan	Kategori Kano						Total
	Q	R	I	O	A	M	
1	0	0	24	25	13	20	82
2	0	0	19	28	13	22	82
3	0	0	23	12	32	15	82
4	0	0	19	13	18	32	82
5	0	0	26	16	17	23	82
6	0	0	20	16	20	26	82
7	0	0	16	24	32	10	82
8	0	0	19	21	31	11	82
9	0	0	23	9	35	15	82

Atribut Pelayanan	Kategori Kano						Total
	Q	R	I	O	A	M	
10	0	0	28	24	23	7	82
11	0	0	18	10	41	13	82
12	0	0	19	27	17	19	82
13	0	0	24	21	17	20	82
14	0	0	18	19	20	25	82
15	0	0	23	7	45	7	82
16	0	0	23	7	21	31	82
17	0	0	22	11	21	28	82
18	0	0	26	7	37	12	82
19	0	0	21	14	16	31	82
20	0	0	11	26	22	23	82
21	0	0	16	25	26	15	82

Setelah dilakukan penjumlahan dengan berdasarkan aturan penggunaan dalam *Blauth's Formula* seperti pada tabel diatas maka hasil yang diperoleh bahwa pada kategori *Attractive*, *One – dimensional* dan *Must – be* memiliki jumlah yang lebih besar dibandingkan jumlah kategori *Questionable*, *Reverse* dan *Indifferent* yang lebih kecil. Untuk selanjutnya dalam hasil akhir pada model kano yaitu menentukan tiap – tiap atribut ke dalam kategori Kano sehingga hasil yang didapat dari hasil nilai tertinggi dari kesesuaian kategori Kano

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan model kano Terdapat tiga kategori dari hasil pengolahan data dengan menggunakan model kano yaitu kategori *must be*, *one dimensional*, dan *attractive*. Keseluruhan atribut pelayanan yang berada pada kategori *attractive* akan dibuat usulan perbaikannya. Hal ini dilakukan karena atribut pelayanan *attractive* merupakan pelayanan yang paling besar pengaruhnya dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Tabel 4. Hasil Pengolahan

No	Atribut Pelayanan	Kategori Kano
<i>Tangible</i>		
1	<i>Barbershop</i> memiliki WC dan ruang tunggu	<i>One Dimensional</i>
2	Lokasi <i>Barbershop</i> berada dipusat keramaian	<i>One Dimensional</i>
3	Area parkir yang mudah diakses	<i>Attractive</i>
4	Kebersihan dan kerapihan <i>Barbershop</i> yang terjamin	<i>Must Be</i>
<i>Emphaty</i>		
5	Karyawan <i>Barbershop</i> dapat memberikan kenyamanan pada saat proses cukur rambut	<i>Must Be</i>
6	Karyawan <i>Barbershop</i> ramah kepada konsumen	<i>Must Be</i>
7	<i>Barbershop</i> memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen	<i>Attractive</i>
8	Karyawan <i>Barbershop</i> memberikan saran potongan rambut kepada konsumen	<i>Attractive</i>
<i>Assurance</i>		
9	Adanya tanggung jawab bila salah potong	<i>Attractive</i>

No	Atribut Pelayanan	Kategori Kano
10	Kerapihan karyawan dalam memotong rambut merupakan hal yang harus diperhatikan	<i>One Dimensional</i>
11	Karyawan <i>Barbershop</i> jujur kepada konsumen jika terjadi kesalahan	<i>Attractive</i>
<i>Responsiveness</i>		
12	Respon karyawan yang baik dan cepat terhadap keluhan konsumen	<i>One Dimensional</i>
13	Karyawan <i>Barbershop</i> sangat tanggap kepada konsumen	<i>One Dimensional</i>
14	Kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai <i>Barbershop</i>	<i>Must Be</i>
15	Proses pangkas rambut terhadap konsumen tidak memakan waktu lama	<i>Attractive</i>
<i>Reliability</i>		
16	<i>Barbershop</i> memiliki alat yang lengkap	<i>Must Be</i>
17	<i>Barbershop</i> memiliki alat yang berkualitas	<i>Must Be</i>
18	Tarif merupakan hal yang harus diperhatikan	<i>Attractive</i>
19	<i>Barbershop</i> memiliki kotak tip untuk karyawan	<i>Must Be</i>
20	Proses pembayaran dilakukan dengan mudah	<i>One Dimensional</i>
21	Proses antri tidak rumit	<i>Attractive</i>

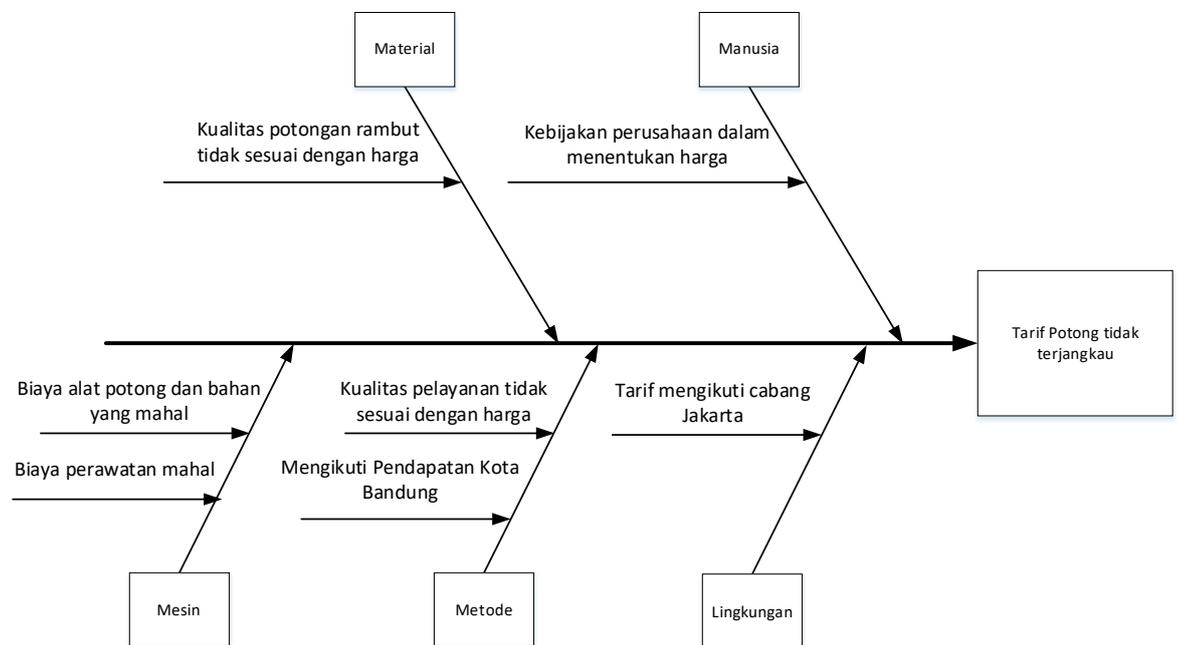
Model kano merupakan metode identifikasi atribut pelayanan yang digunakan pada penelitian ini. Model kano mengelompokkan setiap atribut berdasarkan kemampuan atribut tersebut dalam memenuhi kepuasan pelanggan dari sudut pandang pelanggan itu sendiri. Berdasarkan hasil dari pengolahan data terdapat 3 kategori yang memenuhi 21 atribut pelayanan Heirnerds Studio yaitu terdapat 6 atribut one dimensional, 8 atribut attractive, dan 7 atribut must be. Atribut pelayanan yang akan diberikan solusi yaitu keseluruhan atribut attractive karena atribut pada kategori tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan sangat tinggi. Terdapat 8 atribut pelayanan yang perlu diperbaiki karena masih belum bisa memenuhi kepuasan pelanggan yaitu area parkir yang mudah diakses, barbershop memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen, karyawan barbershop memberikan saran potongan rambut kepada konsumen, adanya tanggung jawab bila salah potong, karyawan barbershop jujur kepada konsumen jika terjadi kesalahan, proses pangkas rambut terhadap konsumen tidak memakan waktu lama, tarif merupakan hal yang harus diperhatikan, dan proses antri tidak rumit Solusi akan diberikan dengan menggunakan pendekatan Fishbone.

Tabel 5. Atribut Layanan yang perlu dilakukan Perbaikan

NO	Atribut Layanan yang perlu dilakukan Perbaikan
1	Area parkir sulit diakses
2	Barber Shop tidak memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen
3	Karyawan Barbershop tidak memberikan saran potongan rambut kepada konsumen
4	Tidak adanya tanggung jawab bila terjadi kesalahan potong
5	Karyawan barbershop tidak terbuka kepada konsumen jika terjadi kesalahan

NO	Atribut Layanan yang perlu dilakukan Perbaikan
6	Proses potong rambut terhadap konsumen memakan waktu lama
7	Tarif potong tidak terjangkau
8	Proses antri rumit

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan model kano Terdapat tiga kategori dari hasil pengolahan data dengan menggunakan model kano yaitu kategori must be, one dimensional, dan attractive. Keseluruhan atribut pelayanan yang berada pada kategori attractive akan dibuat usulan perbaikannya. Hal ini dilakukan karena atribut pelayanan attractive merupakan pelayanan yang paling besar pengaruhnya dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.



Gambar 1. Tarif Potong Tidak Terjangkau

solusi yang diberikan untuk setiap penyebab masalah tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Kebijakan perusahaan dalam menentukan harga

Kebijakan perusahaan dalam menentukan harga merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan. Solusi yang diberikan yaitu dengan melakukan atau melihat pendapatan rata – rata masyarakat Kota Bandung dan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

2. Kualitas potongan rambut yang tidak sesuai dengan harga.

Tarif yang tinggi membuat pelanggan mengharapkan potongan rambut yang diinginkan. Tarif yang terlalu mahal membuat pelanggan memiliki harapan lebih kepada barbershop. Solusi yang dapat dilakukan adalah terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa didukung dengan pemberian pelatihan kepada karyawan dan memberikan penghargaan kepada karyawan teladan sehingga karyawan memiliki keinginan untuk terus maju dan berkembang.

3. Biaya Alat cukur dan bahan yang digunakan mahal

Peralatan yang digunakan oleh perusahaan memiliki harga yang cukup mahal sehingga mengakibatkan kepada harga yang mahal. Solusi yang dapat dilakukan dengan penyesuaian alat dan tarif yang diberikan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

4. Biaya perawatan Mahal

Biaya perawatan alat memiliki harga yang cukup mahal sehingga mengakibatkan kepada harga yang mahal. Solusi yang dapat dilakukan dengan penyesuaian alat dan tarif yang diberikan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

5. Kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harga

Banyak pelanggan yang merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang sesuai dengan tarif yang harus mereka bayar. Tarif yang terlalu mahal membuat pelanggan memiliki harapan lebih kepada barbershop. Solusi yang dapat dilakukan adalah terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa didukung dengan pemberian pelatihan kepada karyawan dan memberikan penghargaan kepada karyawan teladan sehingga karyawan memiliki keinginan untuk terus maju dan berkembang.

6. Mengikuti pendapatan Kota Bandung

Mengikuti pendapatan warga kota Bandung bertujuan guna menyesuaikan harga dengan pesaing yang lain. Solusinya yaitu menyesuaikan dengan pendapatan masyarakat kota Bandung

7. Tarif mengikuti cabang Jakarta

Tarif pelayanan mengikuti cabang pusat di Jakarta sehingga tidak sesuai dengan kemampuan pelanggan yang ada di Bandung. Solusi yang tepat adalah dengan menentukan tarif sesuai dengan segmen pasar atau meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik sesuai dengan tarif yang diberikan.

D. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelayanan jasa Hairnerds Studio Bandung dapat disimpulkan:

1. Terdapat 21 atribut pelayanan pada Hairnerds Studio yaitu Barbershop memiliki WC dan ruang tunggu, Lokasi Barbershop berada dipusat keramaian, Area parkir yang mudah diakses, kebersihan dan kerapian barbershop yang terjamin, karyawan barbershop dapat memberikan kenyamanan pada saat proses cukur rambut, karyawan barbershop ramah kepada konsumen, barbershop memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen, karyawan barbershop memberikan saran potongan rambut kepada konsumen, adanya tanggung jawab bila salah potong, kerapian karyawan dalam memotong rambut merupakan hal yang harus diperhatikan, karyawan barbershop jujur kepada konsumen jika terjadi kesalahan, respon karyawan yang baik dan cepat terhadap keluhan konsumen, karyawan barbershop sangat tanggap kepada konsumen, kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai barbershop, proses pangkas rambut terhadap konsumen tidak memakan waktu lama, barbershop memiliki alat yang lengkap, barbershop memiliki alat yang berkualitas, tarif merupakan hal yang harus diperhatikan, barbershop memiliki kotak tip untuk karyawan, proses pembayaran dilakukan dengan mudah, dan proses antri tidak rumit.
2. Terdapat 8 atribut pelayanan yang perlu diperbaiki karena masih belum bisa memenuhi kepuasan pelanggan yaitu area parkir yang mudah diakses, barbershop memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen, karyawan barbershop memberikan saran potongan rambut kepada konsumen, adanya tanggung jawab bila salah potong, karyawan barbershop jujur kepada konsumen jika terjadi kesalahan, proses pangkas rambut terhadap konsumen tidak memakan waktu lama, tarif merupakan hal yang harus diperhatikan, dan proses antri tidak rumit.
3. Solusi perbaikan yang diberikan antara lain memberikan pengetahuan cara parkir yang rapih kepada tukang parkir sehingga area parkir dapat digunakan untuk kapasitas yang besar, memberikan SOP tentang pelayanan yang harus dilakukan oleh karyawan dengan mempertimbangkan waktu pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan, memberikan pendidikan tentang jenis-jenis potongan rambut pada saat pelatihan, menentukan besarnya gnti rugi yang harus diberikan perusahaan sehingga karyawan dan pelanggan merasa adil, memberikan teguran atau sanksi terhadap karyawan yang berlaku tidak jujur dan tidak adil dalam menghadapi pelanggan, memberikan standar waktu pelayanan agar karyawan tidak terlalu lama dalam melakukan pekerjaannya, tarif pelayanan disesuaikan dengan pelayanan dan produk yang digunakan dengan hasil yang

memuaskan pelanggan, dan saat mengantri pelanggan diberikan nomor antrian beserta dengan nama karyawan yang akan melayani mereka.

Acknowledge

Terimakasih kepada seluruh Pembimbing, kedua orangtua, Pihak Hairnerds Studio Bandung.

Daftar Pustaka

- [1] Gaspersz, V. 2016. Total Quality Management (3rd Edition). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [2] Lovelock, C. H., Wirtz, J., dan Mussry, J., 2010. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid 1. Edisi 7. Diterjemahkan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putra. 2011. Jakarta : Erlangga.
- [3] Wijaya, T, 2018. Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano. Edisi 2. Jakarta : Indeks.
- [4] Besterfield, Dale H. 2009. *Quality Control. 8th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [5] R. Renaldi and D. S. Mulyati, “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran Menggunakan Metode Servqual dan Kano,” *Jurnal Riset Teknik Industri*, pp. 109–116, Dec. 2022, doi: 10.29313/jrti.v2i2.1245.
- [6] Muhammad Zaki An Naufal and Rakhmat Ceha, “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan dengan Menggunakan Metode Servqual – Fuzzy (Studi Kasus: Instalasi Rawat Jalan RSUD Arjawinangun),” *Jurnal Riset Teknik Industri*, pp. 67–76, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrti.v3i1.1975.
- [7] A. Reza Nugraha, M.Dzikron, and Iyan Bachtiar, “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Model Importance Performance Analysis (IPA),” *Jurnal Riset Teknik Industri*, pp. 9–16, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrti.v3i1.1830.