

DESIGNING NEED ATTRIBUTES OF GO ONLINE COACHING PROGRAM SERVICES AT RUMAH BUMN SUNGAI PENUH USING THE INTEGRATION OF SERVICE QUALITY AND KANO MODEL**Novia Walrahmadani¹, Yati Rohayati², Bobby Hera Sagita³**^{1,2,&3}Universitas TelkomEmail: noviawalrahmadani@student.telkomuniversity.ac.id**ABSTRACT**

Rumah BUMN (RB) is an initiative program from the ministry of State-owned Enterprises for reinforcing Micro, and Medium Enterprises (UMKM). There are several problems commonly faced by UMKM, they management problems, product problems, and financial problems. There are four classifications of coaching programs go modern, go digital, go online, and go global. Through interviews with participants of go digital following go online program completely but have not accomplished go online classification due to difficulties to understand and implement the coaching program. Therefore, these participants failed to proceed to go online classification. Based on this problem, this research conducted that aimed to determine the service needs of the online go coaching program with the method of integrating service quality and kano model with judgment sampling techniques and nonprobability sampling. The sample size was 110 respondents who met the criteria. Obtained 10 attributes of needs that become the needs of true customers that must be improved.

Keywords: *UMKM; Go Online; Service Quality; Kano Model; True Customer Needs*

PERANCANGAN ATRIBUT KEBUTUHAN LAYANAN PROGRAM PEMBINAAN GO ONLINE PADA RUMAH BUMN SUNGAI PENUH MENGGUNAKAN INTEGRASI SERVICE QUALITY DAN MODEL KANO**ABSTRAK**

Rumah BUMN (RB) merupakan program inisiatif dari kementerian BUMN untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Terdapat beberapa masalah yang umumnya dihadapi oleh UMKM yaitu: kendala manajemen, kendala produk dan kendala keuangan. Terdapat empat klasifikasi pembinaan pada RB yaitu go modern, go digital, go online dan go global. RB Sungai Penuh belum berhasil mencapai target pada klasifikasi go online. Melalui wawancara peserta pembinaan go digital yang mengikuti program pembinaan go online hingga tuntas, namun belum berhasil terjaring ke klasifikasi go online dikarenakan kesulitan untuk mengerti dan mengimplementasikan program pembinaan selama pembinaan, hal tersebut membuat peserta UMKM tidak berhasil masuk ke klasifikasi go online. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian yang bertujuan mengetahui kebutuhan layanan program pembinaan go online dengan metode integrasi service quality dan model kano dengan teknik sampel judgement sampling dan nonprobability sampling. Ukuran sampel 110 responden yang memenuhi kriteria. Diperoleh 10 atribut kebutuhan yang menjadi true customer needs yang harus ditingkatkan.

Kata Kunci: *UMKM; Go Online; Service Quality; Model Kano; True Customer Needs.*

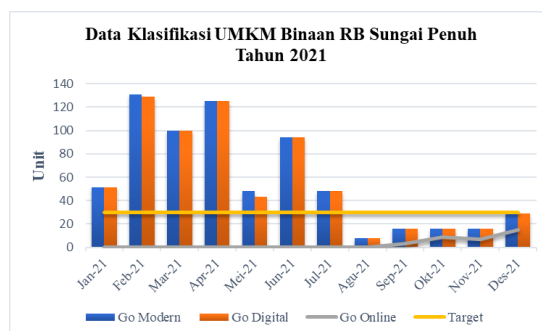
PENDAHULUAN

Tingginya persaingan usaha membuat UMKM harus mampu untuk menghadapi berbagai tantangan guna memperkuat perekonomian nasional. Salah satu modal yang dapat membuat UMKM mampu bersaing adalah dengan kemampuan dan sumber daya yang memadai (Yuwinanto, 2020). Terdapat empat aspek yang umumnya dihadapi oleh UMKM seperti aspek manajemen (sumber daya manusia, manajemen produksi dan operasi, manajemen strategi), kendala produk (bahan baku dan quality control), kendala keuangan dan sisanya mengalami kendala diluar ketiga aspek tersebut, maka diperlukan program-program pelatihan guna meningkatkan strategi manajemen dalam mengelola usaha (Chaerani et al., 2020).

Rumah BUMN (RB) merupakan program inisiatif dari Kementerian BUMN dan BUMN untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). RB berperan sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi untuk mewujudkan digital economy ecosystem, agar meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM yang berkualitas.

Rumah BUMN (RB) Sungai Penuh memberikan beberapa pembinaan dalam mengkategorikan UMKM binaan kedalam tiga level (BUMN, 2019), yaitu: (1) Go modern, adalah level binaan yang berfokus untuk meningkatkan kualitas produk, branding, packaging, perizinan dan standardisasi serta manajemen bisnis sederhana. Diperuntukkan untuk UMKM dengan kompetensi yang masih rendah. UMKM pada level ini umumnya masih berbentuk usaha rumahan, dengan jumlah pekerja 1-2 orang. (2) Go digital, adalah level binaan lanjutan dari go modern. Pada level ini, UMKM akan mendapatkan materi terkait aplikasi digital dan otomasi dalam proses bisnis dan pemasaran. Beberapa hal yang dipelajari pada level pembinaan ini adalah pembuatan akun digital (email, dll), pelatihan aplikasi digital (POS, dll), pelatihan sosial media dasar (WA, Line, Instagram, Facebook, dll). (3) Go online, adalah level binaan yang berisikan materi-materi terkait perluasan akses pasar secara online. Beberapa hal yang dipelajari pada level ini adalah pelatihan sosial media ads (facebook ads, Instagram promotion, dll), pelatihan marketplace blanja.com, dan pelatihan website.

Sepanjang tahun 2021 untuk UMKM binaan RB sungai penuh pada klasifikasi go online belum pernah mencapai target yang ditetapkan yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Data Klasifikasi UMKM Binaan RB Sungai Penuh

Pada Gambar 1 menunjukkan, RB Sungai Penuh memiliki target 30 UMKM baru disetiap klasifikasinya yang bersifat tetap. Namun, pada Januari – Agustus 2021 belum ada UMKM yang bisa mencapai go online. Pada September 2021 terdapat 3-unit UMKM yang mencapai go online. Pada Oktober 2021 terdapat 9-unit UMKM yang mencapai go online. Pada November 2021 terdapat 7-unit UMKM yang mencapai go online. Pada Desember 2021 terdapat 15-unit UMKM yang mencapai go online.

Tabel 1. Data Keluhan Peserta UMKM Terhadap Layanan Pembinaan Go Online

No	Keluhan	Banyak Keluhan
1	Materi pelatihan sulit dipahami	80%
2	Materi pelatihan tidak terstruktur	80%
3	Pelatihan tidak terjadwal dengan baik	70%
4	Waktu pelatihan yang pendek	70%
5	Jumlah pelatihan yang diberikan sedikit	70%
6	Materi pelatihan marketplace kurang	60%
7	Pendampingan dan konsultasi penggunaan marketplace masih kurang	60%
8	Penggunaan istilah yang sulit dipahami	50%
9	Kurangnya sarana dan prasarana pelatihan	50%

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat kekurangan pada layanan program pembinaan go online RB Sungai Penuh yang meliputi materi pelatihan sulit dipahami, materi pelatihan tidak terstruktur, pelatihan tidak terjadwal dengan baik, waktu pelatihan yang pendek, jumlah pelatihan yang diberikan sedikit, materi pelatihan marketplace

kurang, pendampingan dan konsultasi penggunaan marketplace masih kurang, penggunaan istilah yang sulit dipahami dan kurangnya sarana dan prasarana pelatihan.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan peningkatakan kepuasan pelanggan dengan mengidentifikasi serta mengevaluasi kebutuhan suatu populasi. Penting untuk mengidentifikasi atribut yang harus ditingkatkan, ditawarkan atau inovasi yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara implisit dan eksplisit (Tontini & Picolo, 2013).

Service Quality

Service quality atau kualitas pelayanan merupakan analisis yang dibutuhkan dalam mengatasi masalah dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan, mengidentifikasi adanya penyebab penurunan kualitas layanan serta desain pelaksanaan tindakan (Lovelock & Wirtz, 2011). Terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas layanan yaitu, layanan yang diharapkan oleh pelanggan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan atau dipersepsikan oleh pelanggan (*perceived service*).

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka akan dilakukan pengelompokan dimensi yang nantinya akan digunakan berdasarkan kebutuhan program pembinaan RB Sungai Penuh. Berikut merupakan penelitian terdahulu pada lembaga pembinaan, lembaga pelatihan, lembaga pendidikan dan lembaga konsultasi

Tabel 2. Penelitian terdahulu

Dimensi	(Surahman & Masduki, 2020)	(Ibrahim, Rahman & Yasin, 2014)	(Fiandi, Sudirman, & Noor, 2021)	(Clarissa & Mangoting, 2013)	Penelitian ini
<i>Training Equipment</i>		v			v
<i>Instructor/Assurance</i>	v	v	v		v
<i>Curriculum</i>		v			v
<i>Delivery</i>		v			
<i>Campus environment</i>		v			
<i>Physical Facilities</i>		v			
<i>Support Service</i>		v		v	v
<i>Library</i>		v			
<i>Management of Institute</i>		v			
<i>Students Overall Satisfaction</i>		v			
<i>Tangibles</i>	v		v		
<i>Empathy</i>	v		v		v
<i>Reliability</i>	v		v	v	
<i>Responsiveness</i>	v		v	v	

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka akan dilakukan pengelompokan dimensi yang dijadikan dasar penelitian. Berikut ini merupakan dimensi yang dipilih karena dapat mempresentasikan kebutuhan apa yang harus ada pada RB Sungai Penuh berdasarkan penelitian terdahulu. Dimensi yang dipilih merupakan dimensi yang paling relevan untuk meningkatkan kualitas layanan program pembinaan *go online* RB Sungai Penuh.

Tabel 3 Dimensi Terpilih

Dimensi	Definisi
<i>Curriculum</i>	Program yang disediakan oleh pembinaan disusun serta diatur dengan baik sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha
<i>Assurance</i>	Mencakup kompetensi yang dimiliki fasilitator atau pengetahuan pemateri, keterampilan serta komunikasi
<i>Training Equipment</i>	Fasilitas, peralatan, sarana komunikasi pendukung pelatihan
<i>Support Service</i>	Layanan konsultasi dan pendampingan yang dihadirkan oleh Lembaga untuk memperhatikan keberhasilan peserta
<i>Empathy</i>	Perhatian khusus yang diberikan kepada peserta atau bagaimana pengelola memperlakukan peserta pembinaan dengan memperhatikan kepuasan peserta melalui survei

Model Kano

Model Kano dikembangkan oleh Noriaki Kano pada tahun 1984. Model kano digunakan untuk mengukur sejauh mana fungsi layanan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kano et al.,1984; dalam Pawitra & Tan, 2001). Kebutuhan pelanggan dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu: *must be*, *one dimensional* dan *attractive*. Namun terdapat tiga kategori lainnya yang muncul seiring dengan adanya respon dari pelanggan (Wang & Ji, 2010). Kategori tersebut yaitu: *Indifferent*, *Reverse* dan *Questionable*.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan dalam melakukan penelitian menggunakan integrasi *Service Quality* dan Model Kano. Pada tahap awal peneliti mengidentifikasi atribut kebutuhan program pembinaan *go online* yang mengacu pada tinjauan teoritis dan persepsi peserta UMKM. Tinjauan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini membahas tentang *Service Quality* dan Model Kano, *Service Quality* sebagai alat untuk mengelompokkan atribut kebutuhan menggunakan diagram afnitas ke dalam dimensi *Service Quality*, dan Model Kano untuk mengkategorikan atribut kebutuhan kedalam Model Kano.

Atribut kebutuhan yang diperoleh sebelumnya dari hasil *in-depth interview* digunakan untuk menghasilkan kuesioner tingkat kepentingan, kenyataan dan harapan atribut kebutuhan peserta UMKM. Peneliti menggunakan 110 responden sebagai ukuran sampel untuk mewakili persepsi peserta UMKM terhadap program pembinaan *go online* RB Sungai Penuh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling dengan judgement sampling. Non-probability sampling dipilih dengan memperhatikan beberapa faktor berdasarkan subjektifitas peneliti, sehingga tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi responden dengan judgemental sampling yang merupakan jenis pengambilan data yang dipilih berdasarkan penilaian peneliti (Malhotra, Nunan & Birks, 2017).

Penelitian dimulai dengan memproses data menggunakan pengolahan data *Service Quality* dan Model Kano pada tahap desain sistem terintegrasi. Kemudian akan dihasilkan atribut kuat dan atribut lemah sesuai dengan atributnya dan melakukan pengkategorian atribut berdasarkan kategori Kano. Peneliti menyusun desain sistem perbaikan dari hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano berupa *True Customer Needs*. Hasil *True Customer Needs* akan diverifikasi kondisi riil, kemudian akan dilakukan validasi dan evaluasi hasil rancangan dengan pihak RB Sungai Penuh untuk mendapatkan umpan balik dari pemilik masalah. Desain sistem perancangan ini memiliki beberapa keterbatasan, karena sistem memiliki keterbatasan peneliti menyusun rencana implementasi hasil rancangan untuk mengantisipasi keterbatasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas mengenai pengolahan data dan hasil dalam tugas akhir menggunakan integrasi *Service Quality* dan Model Kano yang terdiri dari lima dimensi, yaitu: *curriculum*, *assurance*, *training equipment*, *support service* dan *empathy*.

Pengolahan Data *Service Quality*

Berikut ini merupakan tabel hasil data kuesioner yang merupakan hasil pengolahan kuesioner tingkat kepentingan, kenyataan dan harapan dari masing-masing atribut kebutuhan berdasarkan dimensi *Service Quality* yang akan menghasilkan NKP dan mengidentifikasi atribut kuat dan lemah.

Tabel 4 Hasil Pengolahan Data *Service Quality*

No	Atribut	NKP	Jenis Atribut
1	CR1	-0.03	Lemah
2	CR2	-0.62	Lemah
3	CR3	-0.19	Lemah
4	AS1	-0.79	Lemah
5	AS2	-0.57	Lemah
6	AS3	-0.65	Lemah
7	TE1	-0.50	Lemah
8	TE2	-0.49	Lemah
9	TE3	-0.49	Lemah
10	SS1	-0.32	Lemah
11	SS2	-0.06	Lemah
12	SS3	-0.06	Lemah
13	EP1	-0.28	Lemah
14	EP2	-0.45	Lemah
15	EP3	-0.26	Lemah

Dari keseluruhan atribut menunjukkan bahwa 15 atribut tersebut masuk kedalam kategori atribut lemah dikarenakan memiliki nilai NKP negatif. Artinya terdapat gap diantara kenyataan dan harapan.

Pengolahan Data Model Kano

Berikut ini merupakan tabel hasil data pengolahan kuesioner tingkat kepentingan untuk mengumpulkan data NKP serta kuesioner fungsional dan disfungsional untuk menentukan kategori Kano menggunakan tabel evaluasi Kano. Setelah proses pengkategorian tiap data dilakukan, maka *blauth formula* digunakan untuk menentukan kategori Kano keseluruhan dari setiap atribut.

Tabel 6. Kategori Kano

Atribut	Jumlah Klasifikasi						A+M+O	R+Q+I	Kategori Kano
	A	M	O	R	Q	I			
CR1	31	34	24	0	0	21	89	44	M
CR2	31	34	22	0	0	23	87	48	M
CR3	37	20	26	0	0	27	83	47	A
AS1	31	25	28	0	0	26	84	65	A
AS2	31	27	20	0	0	32	78	58	I
AS3	32	33	23	0	0	22	88	55	M
TE1	29	30	22	0	0	29	81	68	M
TE2	22	25	30	0	0	33	77	43	I
TE3	24	23	27	0	0	36	74	46	I
SS1	39	27	19	0	0	25	85	59	A
SS2	28	20	34	0	0	28	82	32	O
SS3	32	27	19	0	0	32	78	76	I
EP1	31	26	30	0	0	23	87	58	A
EP2	30	33	23	0	0	24	86	38	M
EP3	21	25	30	0	0	34	76	70	I

Berdasarkan hasil kategorisasi dengan menggunakan *Blauth Formula* terdapat empat atribut yang masuk dalam kategori *Attractive*, lima kategori *Must-Be*, satu kategori *One-Dimensional* dan lima atribut kategori *Indifferent*.

Integrasi Service Quality dan Model Kano

Hasil pengolahan kuesioner nilai kepentingan pelanggan akan dianalisa untuk mendapatkan kategori Kano.

Tabel 7. Integrasi Service Quality dan Model Kano

Atribut	NKP	Jenis Atribut	Kategori Kano	Tindakan
CR1	-0.03	Lemah	M	Ditingkatkan
CR2	-0.62	Lemah	M	Ditingkatkan
CR3	-0.19	Lemah	A	Ditingkatkan
AS1	-0.79	Lemah	A	Ditingkatkan
AS2	-0.57	Lemah	I	Diabaikan
AS3	-0.65	Lemah	M	Ditingkatkan
TE1	-0.50	Lemah	M	Ditingkatkan
TE2	-0.49	Lemah	I	Diabaikan
TE3	-0.49	Lemah	I	Diabaikan
SS1	-0.32	Lemah	A	Ditingkatkan
SS2	-0.06	Lemah	O	Ditingkatkan
SS3	-0.06	Lemah	I	Diabaikan
EP1	-0.28	Lemah	A	Ditingkatkan
EP2	-0.45	Lemah	M	Ditingkatkan
EP3	-0.26	Lemah	I	Diabaikan

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan hasil analisis integrasi kuesioner model servqual dengan kuesioner model kano. Terdapat sepuluh atribut yang direkomendasikan untuk ditingkatkan dan lima atribut yang direkomendasikan untuk diabaikan oleh RB Sungai Penuh. Atribut yang direkomendasikan untuk ditingkatkan merupakan TCN (True Customer Needs). Pada penelitian ini terdapat sepuluh atribut yang termasuk kedalam TCN.

Hasil Rancangan Sistem Terintegrasi

Hasil rancangan dari proses integrasi *Service Quality* dan Model Kano menunjukkan bahwa terdapat 10 atribut yang dapat dikatakan sebagai *True Customer Needs* (TCN).

Tabel 8. Hasil Rancangan

Kode Atribut	Kebutuhan	Hasil Integrasi	Rekomendasi
CR1	Program pembinaan sesuai kebutuhan	Ditingkatkan	1. Menyusun program pembinaan serta materi yang sesuai dengan kebutuhan, permintaan dan jenis usaha UMKM yang mendaftar sebagai peserta pembinaan
CR2	Kejelasan informasi jadwal	Ditingkatkan	1. Memanfaatkan salah satu <i>platform</i> sosial media Whatsapp untuk memberikan serta menginformasikan jadwal pembinaan 2. Menyusun jadwal pembinaan yang dikoordinasikan dengan peserta pembinaan
CR3	Program pembinaan tersusun sistematis	Ditingkatkan	1. Menyusun <i>step by step</i> program serta materi pembinaan yang akan diberikan ke peserta pembinaan 2. Menyusun <i>step by step</i> materi pembinaan yang akan diberikan ke peserta pembinaan
AS1	Kompetensi fasilitator	Ditingkatkan	1. Mengadakan pelatihan untuk fasilitator atau pemateri 2. Melakukan pengukuran kemampuan terhadap fasilitator atau pemateri
AS3	Kemampuan komunikasi yang baik	Ditingkatkan	1. Mengadakan pelatihan komunikasi atau <i>public speaking</i> untuk fasilitator atau pemateri
TE1	Peralatan pelatihan sesuai kebutuhan	Ditingkatkan	1. Merancang studio mini untuk setiap jenis usaha para peserta 2. Menyediakan kamera yang berkualitas untuk digunakan foto produk para peserta 3. Membuat penjadwalan <i>maintenance</i> secara berkala
SS1	Efektivitas waktu konsultasi	Ditingkatkan	1. Menyusun jadwal yang disesuaikan dengan peserta konsultasi 2. Menyusun standar waktu untuk program konsultasi
SS2	Efektivitas waktu pendampingan	Ditingkatkan	1. Menyusun jadwal yang disesuaikan dengan peserta pendampingan 2. Menyusun standar waktu untuk program konsultasi
EP1	Hubungan antara fasilitator dan peserta	Ditingkatkan	1. Membuat standarisasi perlakuan fasilitator terhadap peserta 2. Menyusun rencana-rencana yang mendukung hubungan antara fasilitator dan peserta
EP2	Daya tanggap fasilitator	Ditingkatkan	1. Menyusun standarisasi pelayanan untuk fasilitator terhadap peserta 2. Melakukan evaluasi peserta terhadap pelayanan dari setiap fasilitator

Hasil rancangan yang berupa *True Customer Needs* akan dievaluasi Kembali oleh pihak RB Sungai Penuh terkait sumber daya, pengetahuan dan kemampuan pihak RB Sungai Penuh dalam memenuhi rekomendasi.

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, terdapat 15 atribut kebutuhan layanan program pembinaan *go online* pada RB Sungai Penuh yang didapatkan dari *Voice of Customer* dengan menggunakan 5 dimensi yang didapatkan dari penelitian terdahulu, yaitu: *curriculum*, *assurance*, *training equipment*, *support service* dan *empathy*. Hasil pengolahan data kuesioner *service quality* terdapat 15 atribut kebutuhan layanan yang kinerjanya belum memenuhi harapan peserta UMKM atau masuk kedalam kategori atribut lemah. Berdasarkan hasil pengolahan model kano, didapatkan lima kategori *must be*, satu kategori *one dimensional*, empat kategori *attractive* dan lima kategori *indifferent*. Rekomendasi pengembangan atribut kebutuhan layanan program pembinaan *go online* RB Sungai Penuh disusun berdasarkan *true customer needs* dari hasil integrasi *service quality* dan model kano terdapat atribut yang harus ditingkatkan, yaitu: Program pembinaan sesuai kebutuhan, kejelasan informasi jadwal, program pembinaan terusun sistematis, kompetensi fasilitator, kemampuan komunikasi yang baik, peralatan pelatihan sesuai kebutuhan, efektivitas waktu konsultasi, efektivitas waktu pendampingan, hubungan antara fasilitator dan peserta, daya tanggap fasilitator. Saran bagi penelitian selanjutnya menggunakan karakteristik responden yang variatif dan menggunakan data responden yang lebih besar.

DAFTAR RUJUKAN

- BUMN, B. T. K. (2019). Rumah Kreatif BUMN 2019. In <https://Bumn.Go.Id/>.
<https://bumn.go.id/responsible/info/rumah-kreatif-bumn-rkb-5d>
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Clarissa, V. (2013). *Kepuasan Klien Di Surabaya*. 3(2).
- Fajar, S. (2020). Kualitas Pelayanan Pembinaan Lembaga Penanggulangan Bencana Terhadap Keputusan Satuan Pendidikan Dalam Menggunakan Jasa Konseling Pada Muhammadiyah Disaster Management Center (Mdmc) Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 1(1), 63–74. <https://doi.org/10.32806/jkpi.v1i1.9>
- Fiandi, Y. U., Am, S., & Noor, M. (2021). SMK Muhammadiyah Braja Selabah Lampung Timur (*Studi Kasus Di SMK Muhammadiyah Braja Selebah*) SMK Muhammadiyah Braja Selebah Universitas Muhammadiyah Metro *Pendahuluan Keberadaan lembaga pendidikan (sekolah) sangat dirasa penting oleh seluruh masyarakat*. 1(2), 120–127.
- Ibrahim, M. Z., Rahman, M. N. A., & Yasin, R. M. (2014). Determining factors of students' satisfaction with Malaysian skills training institutes. *International Education Studies*, 7(6), 9–24. <https://doi.org/10.5539/ies.v7n6p9>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th edition* (Issue January 2011).
- Malhotra, N., & Birks, D. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach*. <http://capitadiscovery.co.uk/cardiffmet/items/240307>
- Pawitra, T. A., & Tan, K. C. (2001). Integrating Servqual and Kano's model into QFD for service excellence development. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6), 418–430.
- Tontini, G., & Picolo, J. D. (2013). Identifying the impact of incremental innovations on customer satisfaction using a fusion method between importance-performance analysis and Kano model. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 31(1), 32–52. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-05-2012-0062>
- Wang, T., & Ji, P. (2010). Understanding customer needs through quantitative analysis of Kano's model. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 27(2), 173–184. <https://doi.org/10.1108/02656711011014294>
- Yuwinanto, H. P. (2020). Pelatihan keterampilan dan upaya pengembangan UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 13(1), 79. <https://doi.org/10.20473/jsd.v13i1.2018.79-87>