

## ABSTRAK

Berkah Cahaya Mandiri merupakan usaha milik keluarga yang bergerak pada sektor unggas sebagai distributor ayam broiler hidup, yang didirikan sejak tahun 2018. Terletak di Kecamatan Jati Asih, Kota Bekasi, Jawa Barat. Berdasarkan data penjualan Berkah Cahaya Mandiri periode Januari 2021 hingga Agustus 2022 mengalami penurunan jumlah penjualan ayam yang disebabkan karena adanya tekanan persaingan kompetitor dibidang sejenis. Selain itu, kualitas layanan yang diberikan oleh Berkah Cahaya Mandiri kurang baik.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut kebutuhan pelanggan yang diperoleh dengan penggalian *Voice of Customer* (VoC) melalui wawancara mendalam (*In-depth Interview*) kepada tujuh pelanggan Berkah Cahaya Mandiri. sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam perbaikan layanan. Metode yang digunakan untuk mendapatkan atribut kebutuhan sesuai dengan preferensi pelanggan adalah Integrasi *Service Quality* dan Model Kano. Integrasi *Service Quality* dan Model Kano dapat melengkapi kekurangan dari masing-masing metode dalam melakukan pemecahan masalah dengan memberikan solusi yang tepat.

Pada Tugas Akhir ini dimensi yang digunakan adalah *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Berdasarkan dimensi *Service Quality* diperoleh 20 atribut kebutuhan layanan pelanggan untuk mengukur kualitas layanan Berkah Cahaya Mandiri yaitu kelayakan kendaraan pengantaran (TE1), kesopanan pakaian yang digunakan tenaga pengantaran (TE2), kebersihan pakaian yang digunakan tenaga pengantaran (TE3), kebersihan keranjang ayam (TE4), kondisi keranjang dalam keadaan baik (TE5), keramahan karyawan dalam melayani pelanggan (EM1), kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan (EM2), kemudahan karyawan untuk dihubungi (EM3), kemampuan komunikasi yang baik dengan pelanggan (EM4), ketepatan waktu pengantaran ayam (RE1), kemampuan penyalur dalam memenuhi permintaan (RE2), kualitas ayam terjaga dengan baik (RE3), kesesuaian pesanan ayam dengan yang dijanjikan (RE4), kecepatan penyalur dalam menanggapi pesanan (RS1), kesediaan penyalur dalam membantu pelanggan (RS2), kemampuan karyawan dalam menangani keluhan

pelanggan (RS3), ketersediaan kompensasi jika pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan (AS1), karyawan timbangan memiliki pengetahuan yang baik tentang ayam (AS2), fleksibilitas proses pembayaran (AS3), akurasi perhitungan pembayaran pesanan (AS4). Hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano menghasilkan *True Customer Needs*. Berdasarkan *True Customer Needs* didapatkan 14 atribut yang harus ditingkatkan yaitu kelayakan kendaraan pengantaran (TE1), kondisi keranjang dalam keadaan baik (TE5), keramahan karyawan dalam melayani pelanggan (EM1), kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan (EM2), kemudahan karyawan untuk dihubungi (EM3), kemampuan komunikasi yang baik dengan pelanggan (EM4), ketepatan waktu pengantaran ayam (RE1), kemampuan penyalur dalam memenuhi permintaan (RE2), kualitas ayam terjaga dengan baik (RE3), kesesuaian pesanan ayam dengan yang dijanjikan (RE4), kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan (RS3), ketersediaan kompensasi jika pesanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan (AS1), karyawan timbangan memiliki pengetahuan yang baik tentang ayam (AS2), akurasi perhitungan pembayaran pesanan (AS4). Berdasarkan *True Customer Needs* terdapat 19 rekomendasi yang disarankan.

**Kata kunci:** Distributor Ayam Broiler, Kebutuhan Pelanggan, *Service Quality*, Model Kano, *True Customer Needs*.