



**Ranah Research**  
Journal of Multidisciplinary Research and Development

E-ISSN: 2655-0865

DINASTI RESEARCH

082170743613 ranahresearch@gmail.com <https://jurnal.ranahresearch.com>

DOI: <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i5>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Analisis Layanan Kurban Berbasis Teknologi Digital Menggunakan *Analytical Network Process* dan *New Product Development* pada Platform Sebisaku (Semua Bisa Kurban)

Roy Salat<sup>1</sup>, Emmy Pratiwi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Magister Inovasi Sistem Teknologi, Sekolah Interdisiplin Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya, Indonesia, [6047231008@student.its.ac.id](mailto:6047231008@student.its.ac.id)

<sup>2</sup> Program Studi Magister Inovasi Sistem Teknologi, Sekolah Interdisiplin Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya, Indonesia, [emmy.p@its.ac.id](mailto:emmy.p@its.ac.id)

Corresponding Author: [6047231008@student.its.ac.id](mailto:6047231008@student.its.ac.id) <sup>1</sup>

**Abstract:** *This study aims to analyze digital-based qurban services provided by the SEBISAKU (Semua Bisa Kurban) platform using the Analytical Network Process (ANP) method and the New Product Development (NPD) framework. This study involved 99 respondents who were a combination of active users, less active users and inactive users of the SEBISAKU platform. This study explores the parameters that affect SEBISAKU services based on respondents' perceptions and expectations using SERVQUAL, then elaborates these interrelated parameters using ANP to determine the priorities of all existing parameters. Furthermore, the priority parameters generated from ANP will be elaborated using Quality Function Deployment (QFD) to determine the functional and technical requirements needed for these interrelated parameters. Furthermore, this study analyzes all the results of the methods used in this study using NPD. The results of the study indicate that the services available on the SEBISAKU platform are currently still not in accordance with respondents' expectations (with a SERVQUAL value of -2.12). The combination of ANP, QFD and NPD used in this study shows that the SEBISAKU platform can be optimized by elaborating all parameters resulting from a series of methods used, customer-focused strategies, utilizing digital marketing techniques such as Guerilla Marketing that emphasizes low-cost marketing but can reach many people efficiently. The business model analysis shows that the operational approach of this platform is economically viable, with a positive Benefit-to-Cost (B/C) ratio in different logistics scenarios. The study also highlights that the introduction of new features and strategic marketing initiatives can significantly increase revenue, as well as improve user experience and business profitability, thus ensuring the success and sustainability of the platform in the long term.*

**Keyword:** *Analytical Network Process (ANP), New Product Development (NPD), SERVQUAL, Quality Function Deployment (QFD), Customer-centric.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan kurban berbasis digital yang disediakan oleh platform SEBISAKU (Semua Bisa Kurban) menggunakan metode Analytical

Network Process (ANP) dan kerangka New Product Development (NPD). Penelitian ini melibatkan 99 Responden yang merupakan gabungan dari Pengguna aktif, Pengguna kurang aktif dan Pengguna tidak aktif platform SEBISAKU. Penelitian ini mengeksplorasi parameter-parameter yang mempengaruhi layanan SEBISAKU berdasarkan persepsi dan harapan responden menggunakan SERVQUAL, kemudian mengelaborasi parameter-parameter yang saling berhubungan ini menggunakan ANP untuk mengetahui prioritas dari seluruh parameter yang ada. Selanjutnya, prioritas parameter yang dihasilkan dari ANP akan dielaborasi menggunakan Quality Function Deployment (QFD) untuk mengetahui functional dan technical requirements yang diperlukan atas parameter yang saling berhubungan ini. Selanjutnya, penelitian ini menganalisis seluruh hasil dari metode-metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan NPD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan yang terdapat pada platform SEBISAKU saat ini masih belum sesuai dengan harapan responden (dengan nilai SERVQUAL sebesar -2,12). Kombinasi ANP, HOQ dan NPD yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa platform SEBISAKU dapat dioptimalkan dengan strategi yang berfokus pada pelanggan, memanfaatkan teknik pemasaran digital seperti Guerilla Marketing yang menekankan pemasaran dengan biaya rendah namun dapat menjangkau banyak orang secara efisien. Analisis model bisnis menunjukkan bahwa pendekatan operasional platform ini layak secara ekonomi, dengan rasio Benefit-to-Cost (B/C) yang positif pada skenario logistik yang berbeda. Penelitian ini juga menyoroti bahwa pengenalan fitur baru dan inisiatif pemasaran strategis dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan, serta memperbaiki pengalaman pengguna dan profitabilitas bisnis, sehingga memastikan kesuksesan dan keberlanjutan platform dalam jangka panjang.

**Kata Kunci:** Analytical Network Process (ANP), New Product Development (NPD), SERVQUAL, Quality Function Deployment (QFD), fokus pelanggan.

---

## PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam pelaksanaan ibadah kurban yang merupakan salah satu bentuk ibadah tahunan umat Islam. Namun, tingkat partisipasi masyarakat dalam berkorban masih menghadapi berbagai tantangan. Dalam Kajian Ekonomi Kurban (2018) oleh Pusat Ekonomi & Bisnis Syariah Universitas Indonesia dan BAZNAS, beberapa kendala utama yang ditemukan meliputi kurangnya persiapan dana, manajemen rantai pasok yang belum efisien, terbatasnya akses dan fasilitas, faktor kesibukan, serta fluktuasi harga kambing yang cenderung meningkat mendekati hari raya Idul Adha. Hal ini mengindikasikan perlunya solusi inovatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Salah satu inovasi yang hadir untuk menjawab tantangan tersebut adalah platform digital SEBISAKU (Semua Bisa Kurban). Platform ini menawarkan pendekatan baru dengan mempermudah masyarakat menabung untuk kurban melalui fitur yang fleksibel dan tanpa batasan nominal minimum. Meskipun baru beroperasi memasuki tahun kedua, data per 30 Juni 2024 mencatat platform ini telah memiliki 7.531 pengguna, meskipun tidak semuanya aktif. Pengguna aktif, yaitu yang rutin memanfaatkan layanan setiap hari, hanya berjumlah 161 orang, sementara pengguna kurang aktif sebanyak 274 orang. Hal ini menunjukkan potensi yang besar, namun juga tantangan dalam memaksimalkan keterlibatan pengguna.

Fitur utama SEBISAKU adalah menabung harian tanpa nominal minimum. Dengan pendekatan ini, pengguna, termasuk segmen mikro seperti pengemudi ojek online, dapat menyisihkan sebagian kecil dari pengeluaran harian mereka. Contoh yang diberikan adalah mengganti kebiasaan membeli kopi atau merokok dengan alokasi dana untuk menabung kurban. Fitur ini dirancang agar lebih fleksibel dibandingkan metode tradisional seperti arisan

atau cicilan kredit, sehingga dapat menjangkau masyarakat dengan kemampuan finansial yang beragam.

Dari perspektif manajemen layanan, analisis kualitas layanan menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan platform digital seperti SEBISAKU. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menawarkan kerangka kerja yang relevan untuk mengukur dan meningkatkan kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama: keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam konteks SEBISAKU, pendekatan ini dapat membantu memahami persepsi pengguna terhadap kualitas layanan yang ditawarkan.

Untuk memperdalam analisis kualitas layanan, metode Analytical Network Process (ANP) digunakan. Metode ini memungkinkan analisis prioritas antar atribut atau kriteria yang saling terkait melalui pendekatan perbandingan berpasangan. Dengan menggunakan ANP, atribut layanan yang paling signifikan bagi pengguna dapat diidentifikasi dan dioptimalkan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pengembangan layanan tidak hanya berbasis asumsi, tetapi juga didukung oleh data dan analisis yang komprehensif.

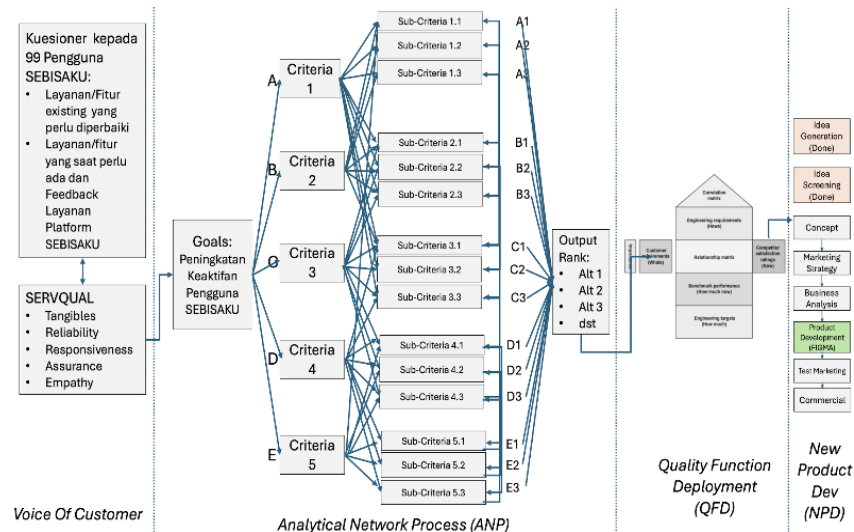
Selanjutnya, hasil analisis dari ANP akan digunakan sebagai dasar untuk merancang pengembangan produk baru (New Product Development/NPD) yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Integrasi antara analisis kualitas layanan dan pengembangan produk baru memungkinkan platform SEBISAKU untuk terus berinovasi dan memberikan solusi yang lebih baik bagi masyarakat. Pendekatan ini juga mencerminkan pentingnya sinergi antara aspek teknologi dan kebutuhan pengguna dalam meningkatkan partisipasi kurban.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan SEBISAKU sekaligus mengoptimalkan fitur yang ada guna mendorong peningkatan partisipasi kurban di Indonesia. Kombinasi antara analisis kualitas layanan menggunakan SERVQUAL, eksplorasi prioritas melalui ANP, dan penerapan NPD menjadi kerangka yang komprehensif untuk memahami dan mengatasi kendala partisipasi kurban di era digital.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan melalui empat aktivitas utama yang saling berkesinambungan. Aktivitas pertama adalah pengumpulan data melalui kuesioner yang ditujukan kepada pengguna platform SEBISAKU. Tahap ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menyebabkan ketidakaktifan pengguna sekaligus memahami kebutuhan mereka. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode SERVQUAL, yang berfokus pada lima dimensi utama kualitas layanan: keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Analisis ini memberikan gambaran awal tentang persepsi pengguna terhadap layanan SEBISAKU.

Tahap berikutnya melibatkan pemetaan hasil dari analisis SERVQUAL menjadi kriteria dan sub-kriteria menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP). Dengan metode perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*), prioritas antar atribut layanan dapat diidentifikasi secara lebih mendalam. Output dari ANP berupa alternatif prioritas atribut layanan yang perlu ditingkatkan akan menjadi dasar untuk proses eksplorasi lebih lanjut. Eksplorasi ini dilakukan melalui *Quality Function Deployment* (QFD) untuk memetakan kebutuhan dan harapan pengguna dengan kesiapan teknis layanan yang ditawarkan SEBISAKU.



Gambar 1. Diagram Desain Penelitian

Pada tahap akhir, hasil dari QFD digunakan dalam proses pengembangan produk baru (*New Product Development/NPD*). Tahap ini mencakup persiapan pengembangan layanan yang tidak hanya memperhatikan kebutuhan dan harapan pengguna, tetapi juga mempertimbangkan aspek kesiapan teknis, strategi pemasaran, analisis bisnis, dan komersialisasi. Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, penelitian bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang komprehensif guna meningkatkan kualitas layanan SEBISAKU dan mendorong keterlibatan pengguna secara lebih aktif.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survei terhadap 99 responden pengguna platform SEBISAKU memberikan gambaran penting terkait pengalaman dan kebutuhan pengguna. Dalam hal durasi menjadi pengguna, sebanyak 49 responden tercatat baru menggunakan layanan kurang dari enam bulan, sedangkan 50 responden lainnya telah menggunakan platform selama lebih dari satu tahun namun kurang dari dua tahun. Data ini menunjukkan adanya variasi pengalaman di antara pengguna, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap layanan SEBISAKU.

Tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan platform menunjukkan skor yang belum mencapai tingkat optimal. Dari survei, 17% responden memberikan nilai 10 sebagai kepuasan tertinggi, sementara mayoritas lainnya memberikan nilai antara 6 hingga 9. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian pengguna merasa puas, masih ada ruang signifikan untuk perbaikan kualitas layanan, terutama pada aspek yang mendukung kenyamanan dan keberlanjutan penggunaan.

Fitur yang paling disukai pengguna adalah "Menabung Harian," yang dipilih oleh 46 responden. Namun, sebanyak 41 responden lebih menyukai fitur gratis ongkos kirim, meskipun fitur ini bersifat tematik dan bukan layanan reguler. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mengutamakan fitur inti, tetapi juga fitur tambahan yang memberikan manfaat langsung. Namun, beberapa pengguna juga menyoroti perlunya peningkatan fitur seperti akurasi informasi, kemudahan menabung, dan keamanan data pribadi, yang menjadi perhatian utama bagi sejumlah responden.

Terkait harapan terhadap layanan, mayoritas responden (64 orang) menginginkan platform ini menyediakan layanan Islami lainnya, seperti zakat, belajar Al-Qur'an, dan pengingat waktu salat. Selain itu, fitur promo seperti gratis ongkos kirim yang diperluas jangkauannya juga diharapkan lebih konsisten. Hal ini menunjukkan peluang besar bagi SEBISAKU untuk mengembangkan layanannya lebih jauh, sehingga tidak hanya berfokus pada kurban, tetapi juga mencakup kebutuhan spiritual dan praktis pengguna secara lebih luas.

**Tabel 1. Hasil Perhitungan SERVQUAL Responden SEBISAKU**

Layanan Existing	Dimensi	Expectation (E)	Perception (P)	(Gap) P - E	Aggregation Result
Informasi Hewan Kurban	Tangibility	6,73	4,02	-2,71	-2,12
Menabung Harian	Empathy	6,79	4,87	-1,92	
Layanan Kirim Hewan Kurban	Assurance	6,88	5,59	-1,29	
Respon Customer Service	Responsiveness	6,72	3,93	-2,79	
Performa Platform	Reliability	6,77	4,89	-1,88	

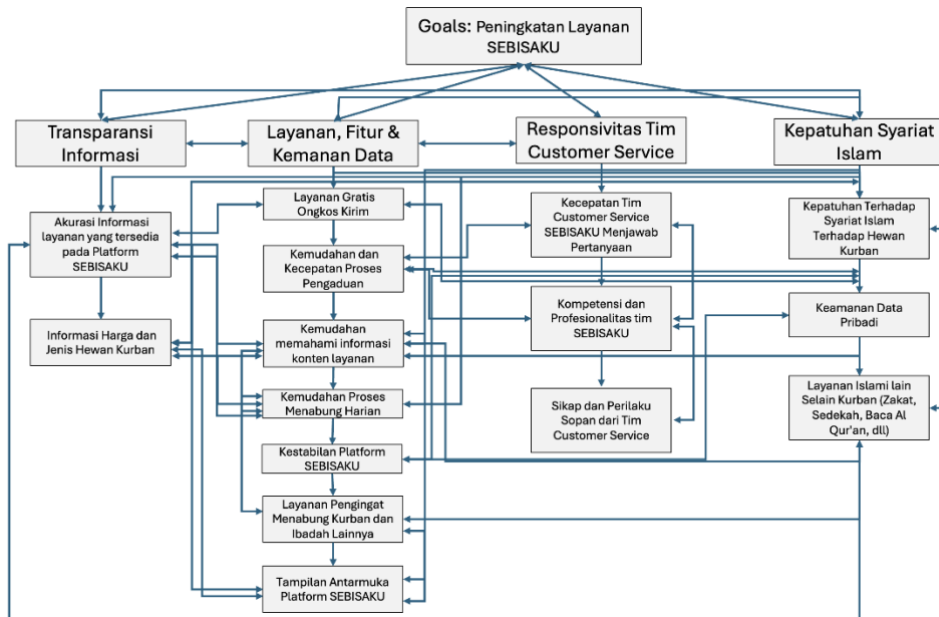
Hasil perhitungan SERVQUAL menggunakan skala *Likert*, menunjukkan bahwa nilai agregasi layanan eksisting SEBISAKU berada pada angka -2,12. Angka ini mencerminkan adanya kesenjangan negatif antara ekspektasi dan persepsi pengguna terhadap layanan yang diberikan. Nilai negatif tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diterima pengguna masih belum memenuhi harapan mereka, sehingga diperlukan evaluasi mendalam dan langkah strategis untuk meningkatkan dimensi-dimensi layanan yang dianggap kurang memadai. Hal ini penting untuk memastikan kepuasan pengguna dapat meningkat seiring waktu dan memberikan pengalaman yang lebih optimal.

**Tabel 2. Atribut yang Memengaruhi Preferensi Responden**

No	Atribut	Dimensi SERVQUAL
1	Akurasi informasi layanan yang tersedia pada Platform SEBISAKU	Assurance
2	Informasi harga dan jenis hewan kurban	Assurance
3	Kepatuhan terhadap syariat Islam terhadap hewan kurban	Assurance
4	Layanan gratis ongkos kirim	Assurance
5	Keamanan data pribadi	Empathy
6	Kemudahan dan kecepatan proses pengaduan	Empathy
7	Kemudahan memahami informasi konten layanan	Empathy
8	Kemudahan proses menabung harian	Empathy
9	Layanan Islami lain selain Kurban	Empathy
10	Kestabilan platform SEBISAKU	Reliability
11	Kecepatan tim <i>customer service</i> dalam menjawab pertanyaan	Responsiveness
12	Kompetensi dan profesionalitas tim SEBISAKU	Responsiveness
13	Sikap dan perilaku sopan dari tim <i>customer service</i>	Responsiveness
14	Layanan pengingat menabung kurban dan ibadah lainnya	Tangibility
15	Tampilan antarmuka platform SEBISAKU	Tangibility

Berdasarkan hasil analisis SERVQUAL, atribut-atribut layanan SEBISAKU yang perlu ditingkatkan kemudian dieksplorasi lebih lanjut menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP). Metode ANP ini akan menganalisa seluruh atribut yang saling berpengaruh dan menentukan prioritas berdasarkan *pairwise comparasion*. Atribut-atribut tersebut dikelompokkan menjadi empat kriteria utama yang mencakup aspek keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati. Setiap kriteria ini dipecah lagi menjadi sub-kriteria yang lebih spesifik untuk memastikan setiap aspek layanan yang menjadi perhatian pengguna dapat dianalisis secara terperinci.

Secara keseluruhan, terdapat 15 sub-kriteria yang dirumuskan berdasarkan umpan balik pengguna dan hasil perhitungan SERVQUAL. Sub-kriteria ini meliputi berbagai elemen seperti kecepatan respon tim layanan, akurasi informasi yang disediakan platform, keamanan data pengguna, kemudahan penggunaan fitur, serta sikap profesional tim *customer service*. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan fokus yang jelas dalam proses penilaian prioritas atribut, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi peningkatan layanan yang lebih efektif dan terarah.



Gambar 2. Jejaring Kriteria dan Sub-Criteria ANP

Hasil perhitungan *pairwise comparison* menunjukkan rata-rata nilai responden, yang telah dibulatkan ke atas untuk mempermudah analisis. Atribut-atribut yang dievaluasi meliputi 15 aspek layanan SEBISAKU, mulai dari akurasi informasi kurban (A1), informasi harga dan jenis hewan kurban (A2), hingga layanan pengingat menabung kurban dan ibadah lainnya (A13), serta tampilan platform (A15). Atribut-atribut ini dipilih berdasarkan masukan pengguna dan analisis SERVQUAL, dengan fokus pada aspek keandalan, kemudahan, keamanan, serta kepatuhan terhadap syariat Islam untuk memastikan pengembangan layanan yang komprehensif dan sesuai kebutuhan pengguna.

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	Eigen Value
A1	1,00	2,00	0,33	2,00	2,00	2,00	0,50	0,33	3,00	3,00	0,50	0,50	3,00	4,00	3,00	17,33
A2	0,50	1,00	0,33	3,00	2,00	2,00	2,00	0,50	3,00	3,00	0,50	0,50	3,00	3,00	3,00	17,52
A3	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	0,50	3,00	3,00	0,50	0,50	3,00	3,00	3,00	17,65
A4	0,50	0,33	0,50	1,00	2,00	3,00	3,00	0,33	3,00	2,00	0,33	0,50	3,00	3,00	3,00	17,28
A5	0,50	0,50	0,33	0,50	1,00	2,00	3,00	0,50	2,00	3,00	0,50	0,50	3,00	3,00	3,00	17,24
A6	0,50	0,50	0,33	0,33	0,50	1,00	2,00	0,33	3,00	3,00	0,50	0,33	3,00	3,00	3,00	17,10
A7	2,00	0,50	0,50	0,33	0,33	0,50	1,00	0,50	3,00	3,00	0,50	0,50	3,00	3,00	3,00	17,02
A8	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	1,00	2,00	3,00	0,33	0,50	3,00	5,00	3,00	17,60
A9	0,33	0,33	0,33	0,33	0,50	0,33	0,33	0,50	1,00	2,00	0,50	0,50	2,00	3,00	2,00	16,58
A10	0,33	0,33	0,33	0,50	0,33	0,33	0,33	0,33	0,50	1,00	2,00	0,50	3,00	3,00	3,00	16,28
A11	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	0,50	1,00	0,50	3,00	5,00	4,00	17,20
A12	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	17,22
A13	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,50	0,33	0,33	0,33	1,00	2,00	3,00	16,08
A14	0,25	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,20	0,33	0,33	0,20	0,33	0,50	1,00	2,00	16,30
A15	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33	0,50	0,33	0,25	0,33	0,33	0,50	1,00	16,73

Gambar 3. Hasil *Pairwise Comparison* Atribut Kepuasan Pelanggan

Hasil *pairwise comparison* yang dihitung berdasarkan tabulasi dan agregasi responden menunjukkan tingkat konsistensi yang dapat diterima pada masing-masing kriteria dan sub-kriteria. *Pairwise comparison* antar kriteria utama menghasilkan *Consistency Ratio* (CR) sebesar 0,0530, di mana nilai ini berada di bawah batas toleransi 0,1 (10%). Hal ini menunjukkan bahwa data responden konsisten dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan. Kriteria utama seperti Kepatuhan Syariah Islam, Layanan, Fitur & Keamanan Data, serta *Responsivitas Tim Customer Care* memiliki pengaruh terhadap berbagai sub-kriteria yang relevan dengan aspek layanan SEBISAKU.

Pada kriteria Kepatuhan Syariat Islam, terdapat hubungan dengan atribut seperti keamanan data pribadi, yang menekankan pentingnya transparansi dan perlindungan data pengguna sesuai dengan prinsip syariat. CR yang dihasilkan dari analisis kriteria ini adalah 0,0464, menunjukkan konsistensi yang memadai. Selain itu, sub-kriteria seperti kemudahan memahami informasi konten layanan, kemudahan proses menabung harian, dan layanan pengingat ibadah juga saling memengaruhi kriteria ini, yang memperkuat keterkaitan antar atribut yang relevan dengan layanan.

Kriteria Layanan, Fitur & Keamanan Data menunjukkan korelasi dengan tujuh sub-kriteria, termasuk kemudahan proses pengaduan, stabilitas platform, dan layanan gratis ongkos kirim. CR yang dihasilkan sebesar 0,0647 menunjukkan bahwa hubungan antar sub-kriteria ini cukup konsisten. Kriteria ini mencerminkan aspek teknis dan layanan yang berhubungan langsung dengan pengalaman pengguna, memastikan kemudahan akses dan kenyamanan dalam menggunakan platform SEBISAKU. Sub-kriteria ini juga menunjukkan pentingnya peningkatan layanan berbasis teknologi yang responsif.

Terakhir, kriteria Responsivitas Tim *Customer Care* berpengaruh terhadap sub-kriteria seperti kecepatan menjawab pertanyaan, kompetensi tim, dan sikap sopan tim *customer service*, dengan CR sebesar 0,0464. Hal ini menunjukkan bahwa faktor humanis dan responsif dari layanan sangat penting dalam membangun kepercayaan pengguna. Secara keseluruhan, analisis *pairwise comparison* menunjukkan bahwa konsistensi data pada semua kriteria dan sub-kriteria berada dalam ambang batas yang dapat diterima, memberikan landasan yang kuat untuk rekomendasi pengembangan layanan SEBISAKU.

Hasil analisis ANP menggunakan software *Super-Decision* menunjukkan peringkat prioritas atribut atau sub-kriteria yang memengaruhi preferensi responden berdasarkan nilai normalisasi tertinggi hingga terendah. Sub-kriteria ini merupakan hasil dari metode ANP, yang mengidentifikasi hubungan dan korelasi antar atribut. Berdasarkan prioritas yang dihasilkan, atribut-atribut dengan nilai tertinggi menunjukkan faktor yang paling memengaruhi persepsi responden terhadap layanan SEBISAKU. Selanjutnya, atribut yang memiliki fungsi atau kesamaan karakteristik dikelompokkan dalam kategori tertentu untuk memudahkan analisis dan pengembangan layanan lebih lanjut.

**Tabel 3. Output Hasil Kategori Atribut dan Nilai Normalisasi dari ANP**

Kategori Atribut / Parameter	Nilai Normalisasi
Layanan Customer Service	0,34076
Nilai Tambah Layanan SEBISAKU	0,18552
Transparansi Informasi Kurban	0,18343
Kepatuhan Terhadap Syariat Islam	0,13824
Keamanan Data Pribadi	0,07009
Layanan Islami Lain Selain Kurban	0,05776
Kestabilan Platform SEBISAKU	0,02410

Kategori atribut (parameter) ini selanjutnya akan digunakan dalam framework House of Quality (HOQ) untuk merancang peningkatan layanan. Parameter dengan bobot tertinggi adalah Layanan Customer Service SEBISAKU (0,34076), diikuti oleh Nilai Tambah Layanan SEBISAKU (0,18552), dan Transparansi Informasi Kurban (0,18343). Atribut lain seperti Kepatuhan Terhadap Syariat Islam (0,13824), Keamanan Data Pribadi (0,07009), Layanan Islami Lain Selain Kurban (0,05776), serta Kestabilan Platform SEBISAKU (0,02410) juga termasuk dalam kelompok ini. Bobot prioritas tersebut mencerminkan aspek-aspek layanan yang memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Weight Chart	Relative Weight	Customer Requirements (Explicit and Implicit)				Functional Requirements
		Customer Importance	Maximum Relationship			
	7%	2	9	Layanan Islami Lain Selain Kurban	Integrasi modul layanan Islam lain (Aqiqah, Baca Al Quran, dsb)	
	21%	6	9	Nilai Tambah Layanan SEBISAKU	Kemudahan akses ke layanan keagamaan tambahan dari halaman utama aplikasi	
	18%	5	9	Transparansi Informasi Kurban	Integrasi dengan sistem logistik	
	11%	3	9	Keamanan Data Pribadi	Menampilkan informasi ongkos kirim secara real-time selama proses pemesanan	
	14%	4	9	Kepatuhan Terhadap Syariat Islam	Menyediakan berbagai pilihan kurir dengan fitur gratis ongkir	
	4%	1	9	Kestabilan Platform SEBISAKU	Menampilkan daftar hewan kurban dengan detail harga, jenis, dan berat yang jelas dan akurat	
	25%	7	9	Layanan Customer Service	Menyediakan fitur filter dan pencarian berdasarkan jenis, harga, dan berat hewan	

Gambar 4. Input Nilai Customer & Functional Requirements pada HOQ

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	+															
		+														
			+													
				+												
					+											
						+										
							+									
								+								
									+							
										+						
											+					
												+				
													+			
														+		
															+	
																+

Gambar 5. Korelasi Antar Functional Requirements pada HOQ

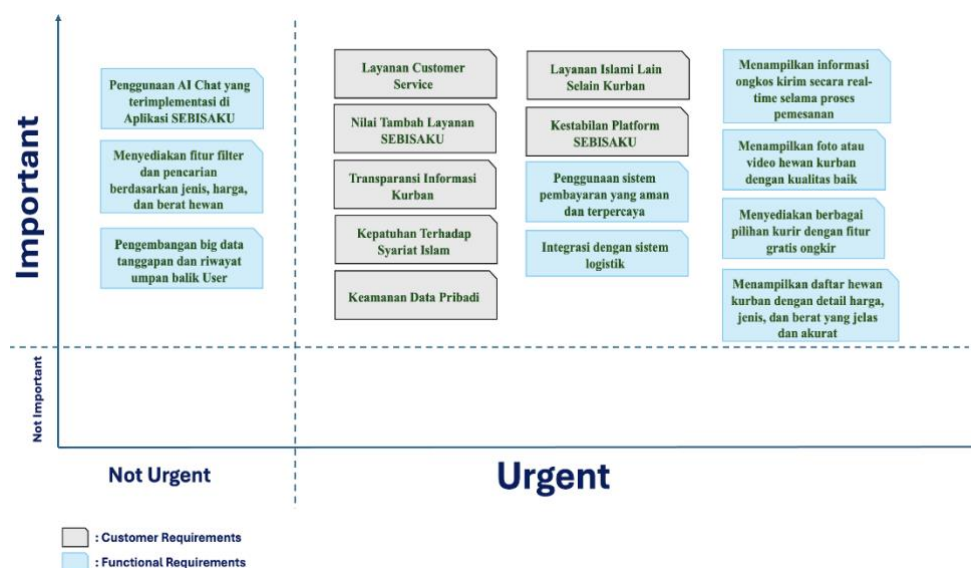
Korelasi antar functional requirements menunjukkan hubungan positif antara berbagai aspek sistem di platform SEBISAKU, di mana integrasi berbagai modul dan fitur saling terkait untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Misalnya, integrasi modul layanan Islam lainnya dengan kemudahan akses ke layanan keagamaan tambahan dari halaman utama aplikasi, serta pengembangan sistem yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, menunjukkan pentingnya pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan norma-norma agama. Selain itu, integrasi dengan sistem logistik yang mencakup informasi ongkos kirim secara real-time dan pilihan kurir dengan fitur gratis ongkir juga saling mendukung untuk memberikan pengalaman pengiriman



yang optimal. Penilaian terhadap arah pengembangan (*direction of improvement*) setiap *functional requirement* juga bervariasi, di mana beberapa aspek seperti integrasi modul layanan Islam lain, kemudahan akses layanan, implementasi sistem enkripsi data yang kuat, dan penggunaan *AI Chat* di aplikasi memiliki penilaian *maximize*, artinya semakin tinggi kualitas dari masing-masing aspek tersebut, semakin baik pengalaman yang diterima oleh pelanggan. Sementara itu, beberapa fitur yang sudah ditetapkan secara jelas, seperti ongkos kirim dan pilihan kurir, serta pengembangan sistem yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, memiliki penilaian target, yang berarti harus disesuaikan dengan standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian, seluruh pengembangan ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang lebih transparan, aman, efisien, dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku.

Pada penelitian ini, tahap selanjutnya setelah menentukan kebutuhan pelanggan (*Customer Requirements*), persyaratan fungsional (*Functional Requirements*), bobot relatif (*Relative Weights*), dan korelasi antar kebutuhan adalah penyelarasan antara persyaratan teknis (*technical requirements*) dengan persyaratan fungsional. Untuk menilai kesesuaian persyaratan teknis terhadap prioritas kebutuhan pelanggan dan persyaratan fungsional, menggunakan persamaan matematika untuk menentukan *technical importance rating* (TIR). Semakin besar nilai TIR, semakin penting persyaratan teknis tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Perhitungan TIR dilakukan dengan rumus yang mengalikan bobot relatif (RW) dari masing-masing persyaratan teknis dengan nilai persyaratan fungsional yang relevan. Nilai TIR yang dihitung akan menunjukkan tingkat kepentingan suatu persyaratan teknis untuk memenuhi kebutuhan fungsional yang sudah diidentifikasi.

Hasil perhitungan TIR menunjukkan nilai rata-rata TIR sebesar 153,1, dan terdapat sembilan persyaratan fungsional yang memiliki nilai TIR lebih tinggi dari rata-rata. Selanjutnya, analisis lebih mendalam dilakukan dengan menggunakan kerangka *New Product Development* (NPD) untuk mengeksplorasi parameter *Customer Requirements* dan *Functional Requirements* yang memiliki nilai TIR di atas rata-rata. Beberapa persyaratan fungsional dengan nilai TIR tertinggi, seperti sistem pembayaran yang aman dan terpercaya, penggunaan *AI Chat* dalam aplikasi SEBISAKU, serta pengembangan big data, diprioritaskan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks pengembangan produk baru sesuai dengan kebutuhan pelanggan.



**Gambar 6. Eisenhower Decision Matrix – Requirements User SEBISAKU**

Pada penelitian ini, seluruh parameter *Customer Requirements* yang dihasilkan dari analisis HOQ dikategorikan dalam *Eisenhower Decision matrix* untuk mengklasifikasikan *requirements* berdasarkan tingkat *Important* dan *Urgent*. Umpan balik dari pelanggan ini dapat meningkatkan kualitas layanan platform SEBISAKU dan akan dijabarkan lebih lanjut

menggunakan kerangka NPD. Sementara itu, untuk *Functional Requirements*, beberapa persyaratan seperti penggunaan *AI Chat* yang terintegrasi dalam aplikasi SEBISAKU, fitur pencarian berdasarkan jenis, harga, dan berat hewan, serta pengembangan big data terkait umpan balik pengguna, dimasukkan dalam kategori *Important* namun *Not Urgent*, mengingat pengembangan *big data* dan AI memerlukan dataset besar dan keahlian khusus. Persyaratan fungsional lainnya tetap akan dieksplorasi dengan NPD karena dianggap mencakup kebutuhan minimum produk yang layak untuk layanan SEBISAKU.

Dengan begitu, sebagai startup yang masih dalam tahap awal berdiri, SEBISAKU menghadapi tantangan terkait keterbatasan sumber daya manusia dan finansial. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang dipilih lebih difokuskan pada pemasaran digital, menghindari metode konvensional yang memerlukan biaya dan tenaga lebih besar. Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan adalah *Guerilla Marketing*, yang berfokus pada pemasaran dengan biaya rendah namun dapat memberikan dampak yang signifikan. Pemasaran dilakukan melalui media digital seperti aplikasi SEBISAKU dan platform sosial media seperti Instagram, dengan konten yang disesuaikan untuk menarik perhatian pelanggan. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, seperti menggunakan *billboard* yang memiliki biaya tinggi, pemasaran digital terbukti lebih efisien dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan anggaran yang lebih hemat.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis layanan kurban berbasis teknologi digital menggunakan *Analytical Network Process* (ANP) dan *New Product Development* (NPD) pada platform SEBISAKU (Semua Bisa Kurban) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi layanan kurban. Melalui ANP, analisis terhadap berbagai parameter yang terkait dengan kebutuhan pelanggan, seperti integrasi layanan dan kemudahan akses, dapat diprioritaskan secara sistematis. Dengan eksplorasi menggunakan *House of Quality* (HOQ), parameter yang berkaitan dengan sisi fungsional dan teknis dapat dipetakan. Di sisi lain, dengan menggunakan *framework* NPD, pengembangan produk SEBISAKU dapat dioptimalkan dengan menyesuaikan fitur baru seperti layanan gratis ongkos kirim dan layanan Islami lainnya yang menambah nilai bagi pelanggan. Implementasi fitur-fitur baru ini, serta strategi pemasaran berbasis digital seperti *Guerilla Marketing*, memungkinkan SEBISAKU untuk menjangkau lebih banyak pengguna dengan biaya yang lebih efisien. Secara keseluruhan, pengembangan platform ini dinilai layak secara bisnis, dengan proyeksi peningkatan pendapatan yang signifikan melalui model bisnis yang berbasis pada margin penjualan hewan kurban dan kemitraan dengan penyedia layanan Islami.

## REFERENSI

- A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988. Available: <http://ci.nii.ac.jp/naid/10011053911>.
- B. Sudiby, Pusat Ekonomi & Bisnis Syariah Universitas Indonesia, and Badan Amil Zakat Nasional, *Ekonomi Kurban*, 2018.
- H. Bratterud, M. Burgess, B. T. Fasy, D. L. Millman, T. Oster, and E. Sung, "The Sung Diagram: Revitalizing the Eisenhower Matrix," *Lecture Notes in Computer Science*, pp. 498–502, 2020. Available: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-54249-8\\_43](https://doi.org/10.1007/978-3-030-54249-8_43).
- H. Taherdoost and M. Madanchian, "Analytic Network Process (ANP) method: A comprehensive review of applications, advantages, and limitations," 2023. Available: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4626843](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4626843).
- Institute for Demographics and Poverty Studies (IDEAS), *Ekonomi Kurban 2022*, 2022.

- J. M. Carman, "Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions," *Journal of Retailing*, vol. 66, no. 1, pp. 33–55, 1990. Available: <https://psycnet.apa.org/record/1990-24205-001>.
- K. H. Krieger, "Guerilla marketing," \*Gabler Verlag eBooks\*, 2012. Available: <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4045-2>.
- L. Cohen, \*Quality Function Deployment: How to make QFD work for you\*, 1995. Available: <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA2632328X>.
- M. Yaska and B. M. Nuhu, "Assessment of measures of central tendency and dispersion using Likert-Type Scale," \*Deleted Journal\*, vol. 16, no. 1, pp. 33–45, 2024. Available: <https://doi.org/10.62154/ajastr.2024.016.010379>.
- N. O. Erdil and O. M. Arani, "Quality function deployment: more than a design tool," \*International Journal of Quality and Service Sciences\*, vol. 11, no. 2, pp. 142–166, 2019. Available: <https://doi.org/10.1108/ijqss-02-2018-0008>.