

Analisis Kualitas Jasa Sewa Dekorasi Pesta Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Budy Teratak)

Putri Liana Harahap¹, Yusrizal², Budi Dharma³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam¹²³

Email: putrilianahrp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya Budy Teratak dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan jasa sewa dekorasi pesta yang terbaik. Budy Teratak menjadi objek penelitian karena merupakan penyedia jasa terbesar di kotapinang. Metodologi penelitian ini adalah kualitatif dengan observasi, Wawancara disertai studi dokumentasi sebagai cara mendapatkan data. Data dianalisis menggunakan metode Servqual dengan capaian 5 indikator yang mencukupi dari Budy Teratak diantaranya Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangible. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budy Teratak selalu berupaya melakukan pembaruan produk/fitur sesuai kebutuhan pasar dan perkembangan zaman, problemnya terjadi ketika Budy Teratak masih dikenal mahal oleh beberapa masyarakat. Data pemesanan 4 tahun terakhir bersifat fluktuatif. Kendati terdapat kendala termasuk pandemi covid-19 tetapi pihaknya bisa memecahkan masalah dan menemukan solusi dengan cara kooperatif antar pekerja dengan owner Budy Teratak.

Kata Kunci: Analisis Kualitas, Jasa Sewa, Dekorasi Pesta, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to determine Budy Teratak's efforts to increase customer satisfaction by providing the best quality party decoration rental services. Budy Teratak is the object of research because it is the largest service provider in Kotapinang. This research methodology is qualitative with observation, interviews accompanied by documentation studies as a way to obtain data. Data was analyzed using the Servqual method with the achievement of 5 adequate indicators from Budy Teratak including Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangible. The research results show that Budy Teratak always tries to update products/features according to market needs and current developments. The problem occurs when Budy Teratak is still known to be expensive by some people. Order data for the last 4 years is fluctuating. Even though there are obstacles including the Covid-19 pandemic, the team can solve problems and find solutions in a cooperative manner between workers and owner Budy Teratak.

Keywords : Quality Analysis, Rental Services, Party Decorations, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman, mulai dari tahun 90an hingga saat ini, telah terjadi perkembangan dari berbagai bidang dan sudut pandang, salah satunya dari bidang kemajuan zaman (Modernisasi). Secara fundamental modernisasi diartikan sebagai pertumbuhan gaya dan sifat dalam kehidupan di muka bumi. Pesatnya kemajuan teknologi menjadi pekerjaan rumah bagi setiap manusia dalam hal ini ditujukan kepada pelaku bisnis yang menggantungkan hidupnya dari ketatnya persaingan pelaku bisnis dengan pelaku bisnis yang lainnya. Di Negara Indonesia terdapat budaya/tradisi kemolekan tata rias yang sifatnya fluktuatif, artinya apabila ada sesuatu yang baru maka jika itu baik dan terlihat lebih komersil dari sesuatu yang lain maka hal itu cenderung terjadi persaingan/kompetitif. Merujuk pada pelaku bisnis yang menawarkan produk/jasanya tidaklah mungkin mereka menawarkan usaha/bisnisnya dengan kualitas yang tidak diperbarui karena pada dasarnya pebisnis akan bersaing bukan hanya dengan pebisnis lain namun juga dengan kemajuan teknologi, perkembangan zaman serta kemampuan inovasi/kreativitas.

Pada saat ini terjadi perubahan aktivitas konsumen yang menyebabkan perusahaan melakukan perubahan, salah satunya adalah aktivitas promosi. Viral marketing adalah salah satu kegiatan pemasaran yang paling umum. Adanya pergeseran aktivitas pelanggan saat ini yang memaksa perusahaan untuk melakukan perubahan, salah satunya adalah upaya promosi. Saat ini, bisnis menjalar diri melalui

jaringan internet, sebuah praktik yang disebut pemasaran digital. Salah satu kegiatan pemasaran yang paling umum adalah pemasaran viral (Dharma et al., 2022). Menurut Kotler dan Kelley (2016), Mamonto et al. (2021), penelitian perilaku konsumen berfokus pada bagaimana individu, organisasi, dan kelompok. Menurut Swasta dan Irawan (2012) dalam Putri Sari (2020), risiko konsumen adalah kemampuan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang dan jasa, serta kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, persepsi atas barang dan jasa tersebut (Dharma & Mira Nur Aisah, 2022). Menurut Srikalimah, perilaku konsumen adalah proses yang telah dilalui oleh seseorang atau organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya (H. Nisak, 2021). Sedangkan menurut Setiadi dalam penelitian (Kristina Situmorang, 2021) menyatakan, perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal (faktor kebudayaan dan faktor sosial) dan internal (faktor pribadi dan faktor psikologis) yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan (Suhardi et al., 2021)

Budy Teratak merupakan salah satu bisnis skala kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang sewa menyewa alat alat pesta mulai dari alat dapur, papan bunga, make up artist (MUA), pelaminan dan teratak. Pada akhir

tahun 2019 tepatnya diawal tahun 2020 terjadi musibah pandemi covid-19 yang menimpa seluruh penduduk di muka bumi, Budy Teratak salah satu yang merasakan dampaknya sehingga mengalami penurunan defisit yang sangat drastis dan berakibat pada pendapatan usaha bisnis sewa menyewa alat pesta Budy Teratak, kemudian hilangnya mata pencaharian karyawan Budy Teratak. Oleh karena itu, Budy Teratak menggunakan strategi penjualan sebagai saran kepada pelanggan tentang cara menyelenggarakan acara, meskipun di lingkungan endemis Covid-19 di mana riasan memegang peranan penting dalam pernikahan namun acara tetap diadakan tanpa riasan. tidak akan muncul karena tidak adanya nilai yang membedakan program dari kegiatan pada umumnya. Pelanggan saat ini tidak hanya memandang riasan sebagai alat untuk mempercantik atau menciptakan gradasi kilauan pada sebuah acara, namun juga sebagai alat untuk meninggikan gengsi suatu aktivitas. Jagalah agar dekorasi tetap hidup dan tetap memberikan efek positif yang membuat customer tertarik ketika melihatnya. Oleh karena itu, Budy Teratak terus memunculkan konsep dan ide baru untuk inovasi tata rias cantik dalam bidang warna, bentuk dan tata rias.

Fenomena kepuasan pelanggan di daerah kotapinang adalah menginginkan kualitas yang baik dari segala aspek seperti kualitas pelayanan, fitur/produk, jaminan dan moderen namun tidak diiringi dengan kemampuan membayar biaya yang sudah ditetapkan pihak owner. Sementara dalam bisnis lazimnya kualitas produk/jasa mutlak memengaruhi tarif/besaran biaya

yang disesuaikan. Fenomena ini tentu membuat pihak Budy Teratak tidak maksimal dalam menjalankan usaha.

Fenomena yang dijelaskan diatas menyebabkan perlunya penelitian lebih lanjut tentang pengukuran kualitas pelayanan pada Budy Teratak Kotapinang, dengan cara mengidentifikasi kualitas menggunakan pendekatan servqual, Data pesanan dan data pesaing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Budy Teratak saat ini. Untuk menemukan bukti kebenaran di Lapangan, koneksi antara penulis dan owner Budy Teratak diperlukan. Dalam hal ini pertanyaan dan jawaban eksplisit diselesaikan langsung dengan pemilik Budy Teratak untuk mendapatkan temuan penelitian.

Pelayanan adalah salah satu upaya untuk melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh serta menggerakkan seluruh tenaga, fikiran dan raganya untuk pekerjaannya. Karena bagi seorang muslim bekerja adalah ibadah (Zainarti, 2023). Dalam meningkatkan target penjualan suatu produk di butuhkan adanya strategi pemasaran. Suatu produk tidak akan dibeli bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaan dan keunggulan dimana produk dapat diperoleh dan harga produk tersebut. Maka dari itu customer pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus mencapai lebih efektif di bandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran

terpilih (Sonia Ritonga dan Yuzrizal, 2022).

Irawan mengartikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang dimiliki pelanggan akibat mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Irawan, 2021, p. 54). Mengenai Industri harus mempertimbangkan lima aspek penting berikut ini ketika menentukan tingkat kepuasan pelanggan: (Indrasari, 2019, p. 88).

Bagi KBBI, kepuasan adalah perasaan cinta yang timbul karena pengabdian. Sebaliknya, dari perspektif Islam, kepuasan pelanggan atau klien adalah sejauh mana kemanjuran suatu produk sesuai dengan harapan klien. Dalam filsafat ekonomi, kebahagiaan seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu disebut dengan kegunaan atau nilai. Jumlah keuntungan bertambah jika kebahagiaan yang terkait dengan sesuatu terus meningkat. Kenyataannya, menganggap kebahagiaan atas sesuatu tetap kecil hingga kuantitas manfaatnya tetap kecil. Kepuasan kebutuhan fisik seseorang merupakan definisi standar kepuasan. Hal ini juga dibatasi oleh definisi syara tentang apa yang halal dan apa yang tidak, serta firman Allah dalam Al-Qur'an QS. Az-Zalzalah ayat 7 dan 8 berbunyi:

﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ﴾
﴿وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾ (٧) (٨)

Artinya: "Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji dzarrah, dia akan melihat (balasan)nya (7) dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji dzarrah, niscaya ia akan melihat balasannya pula (8)". Utomo (2023) menjelaskan ayat ini mendorong setiap muslim

memiliki etika bisnis yang benar. Pemahaman mengenai kepuasan, promosi, layanan, dan loyalitas menjadi seperti dikawal oleh kesadaran adanya pengawasan dari Sang Maha Pencipta. Aktivitas sekecil apa pun tetap berdimensi spiritual jika dilakukan oleh seorang pelaku bisnis yang bertaqwa.

﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ
يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ ٦٧

Artinya: "Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (hartanya), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar". (Qs. Al-Furqan ayat 67). Selain itu, ada banyak orang yang membelanjakan hartanya dengan cara yang tidak berlebihan dan tidak pelit, membelanjakannya di tengah-tengah." Ayat-ayat Al-Qur'an ini dapat digunakan untuk membangun filosofi konsumen (umumnya) dan juga filsafat Islam (khusus) tentang kebahagiaan konsumsi dan rasionalitas konsumsi. Menurut Nata Atmadja, kebahagiaan dalam Islam meliputi: kebahagiaan bagi pelanggan dan inovasi. Karena apa yang dikonsumsi akan membagi energi fisiknya, maka kebahagiaan mengkonsumsi akan menghasilkan kebahagiaan buatan; Hasilnya akan lebih banyak novel; Ini menyiratkan bahwa Anda akan mendapatkan energi setelah Anda mempersiapkan kebahagiaan destruktif dan mulai bekerja. (Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an & Terjemahnya*).

Pemasaran adalah proses identifikasi dalam memenuhi hajat manusia dan masyarakat

pada umumnya. Pemasaran merupakan suatu proses dalam mengidentifikasi untuk memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran yang tersingkat yaitu kebutuhan secara menguntungkan. (Nur Amalina, Vidia Dhiawy Hasmar Sitorus, Yusra Amelia Hasibuan, Nurbati, 2023)

Pelanggan dapat mengukur tingkat kepuasan mereka dengan membandingkan pengalaman aktual mereka dengan pengalaman penjual atau pemasok barang atau jasa dengan ekspektasi mereka sendiri. Pengalaman pembelian pertama mereka, komentar dari kolega, teman atau saudara, janji dan pengetahuan tentang pemasar dan pesaing semuanya berkontribusi pada ekspektasi konsumen. Secara alami, pemasar yang ingin menonjol dari persaingan harus fokus untuk memenuhi dan melampaui ekspektasi klien.

P. Kotler dan K. Lane, (2018) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk dibandingkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan akan mengalami ketidakpuasan dan kekecewaan jika pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi atau terlalu rendah. Akan tetapi, seorang pelanggan akan merasa puas jika pelayanannya sesuai dengan ekspektasinya, dan senang dan sangat puas jika pelayanannya melebihi ekspektasinya. Pendapat lain oleh Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2016) disini lain mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi

output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diperoleh ketika memanfaatkan suatu produk atau jasa, hal ini dapat disimpulkan dari beberapa definisi yang diberikan oleh para ahli diatas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan prosedur deskriptif sebagai metode penelitiannya. Menurut Mulyana "Metodologi adalah cara, prinsip dan metode yang kita gunakan untuk mendekati permasalahan dan mencari jawabannya." (Mulyana, 2008, p. 145). Teknik pemeriksaan subjektif adalah suatu eksplorasi yang digunakan untuk memusatkan perhatian pada subjek normal dimana ilmuwan sebagai instrumen kuncinya, strategi pengumpulan data dilakukan secara campuran, penyelidikan data bersifat induktif dan teknik pemeriksaan subjektif. (Sugiyono, 2019, p. 17). Konsekuensi dari pemeriksaan subjektif menggaris bawahi pentingnya refleksi. Pemeriksaan subjektif mengharapkan untuk memperhatikan struktur dan isi sudut pandang individu serta menyelidiki ciri-cirinya, mentransformasikannya ke dalam unsur-unsur kuantitatif (Mulyana, 2008, p. 150). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menghasilkan gambaran, refleksi atau deskripsi tentang fakta, ciri-ciri dan ikatan yang menyertai kejadian tersebut secara analitis, nyata dan akurat.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara

dan studi dokumentasi.

Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara non participant observation terhadap Owner Budy Teratak. Observasi yang dilakukan mengusung konsep dasar teori dimensi kualitas pelayanan yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan tujuan mengukur apakah setiap dimensi termaksud sudah dipenuhi untuk kemudian diterapkan. Analisis data observasi menggunakan SERVQUAL, dimana dimensi Kualitas Pelayanan yang dinilai adalah sbb :

Tabel Indikator sebagai instrumen wawancara

No.	Jenis Dimensi	Deskripsi
1	<i>Reliability (Keandalan).</i>	Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan profesionalisme dan perhatian adalah keterampilannya.
2	<i>Responsiveness (Daya tanggap)</i>	Merupakan kerinduan untuk membantu klien dengan menawarkan jenis bantuan yang cepat dan tepat.
3	<i>Assurance (Jaminan).</i>	Hal ini mencakup mampu memperoleh rasa percaya diri dan kemauan serta wawasan, keahlian, budi pekerti yang baik atau kebaikan dari orang lain.
4	<i>Empathy (Empati).</i>	Pemahaman emosional, hal ini mencakup menjaga dan mendistribusikan tingkat perhatian individu terhadap kebutuhan pelanggan.
5	<i>Tangible (Bukti langsung).</i>	Fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga, kinerja individu dan materi tertulis semuanya disertakan.

Wawancara

Tujuan dari tanya jawab adalah untuk menemukan, mencoba menemukan dan berusaha mendapatkan informasi yang akurat dan tepat. Penulis melakukan wawancara kepada dua orang narasumber yaitu Bapak Budiansyah (Pemilik) dan badan atau karyawan Budy Teratak, kemudian wawancara juga dilakukan kepada beberapa narasumber pendukung yaitu para customer budy teratak sebagai bahan pertimbangan untuk dijadikan acuan kepuasan pelanggan. Teknik ini juga didaulat untuk menjawab dimensi pada point 1 dengan beberapa pertanyaan terkait.

Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi penelitian ini diperlukan untuk meningkatkan analisis penelitian terhadap kualitas Jasa Sewa Dekorasi Pesta Budy Teratak.

Informan Penelitian

Untuk keperluan penelitian ini, penulis memilih informan dengan menggunakan strategi purposive sampling. Teknik pengujian purposive merupakan strategi penjaminan saksi dengan memilih narasumber sesuai prinsip dan keinginan pencipta dalam pemeriksaan ini. Owner Budy Teratak menjadi informan penelitian untuk dilakukan wawancara, Dalam hal ini Budiansyah sebagai narasumber utama dan Indis sebagai narasumber kedua untuk

menguatkan opini dari narasumber utama. Sementara narasumber kepuasan pelanggan berjumlah 3 (tiga) orang dipilih secara acak diantaranya Toguan Dalimunthe, Endang Sri Astuti dan Sadikin. Penelitian menggunakan teknik wawancara sebagai alat untuk melakukan olah data. Peneliti melakukan wawancara menggunakan record audio sebagai bukti keabsahan data untuk dilakukan olah data.

HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang rumusan masalah diatas yang merujuk pada upaya mempertahankan/meningkatkan kualitas pelayanan, menganalisa kendala/masalah serta mengetahui pemecahan masalah/solusi Budy Teratak dalam menjalankan bisnisnya. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh hasil mengenai upaya Budy Teratak menyusun perencanaan untuk menciptakan kualitas pelayanan jasa sewa. Melalui wawancara telepon terhadap narasumber Bapak Budiyansyah menjelaskan:

"ketika customer datang kerumah ingin menyewa jasa kami, sebelumnya kita harus menanyakan kepala customer bahwasanya lokasinya itu sebesar apa seluas apa dan apa apa saja yg dipakai atau dibutuhkan dalam perencanaan acara tersebut. Naah disitu pihak kita akan melakukan tinjau lokasi terlebih dahulu, ketika kita sudah mengetahui panjang dan lebarnya lokasi nah disitu barulah kita terapkan kecukupan beberapa kotak Teratak yang muat untuk luas tanah yang diukur tadi, kami juga melakukan kompromi

dengan customer, ingin apa apa saja yang dipakai contoh warna dekorasi yang diinginkan, berapa kotak teratak beserta isi-isi dalamnya, apa apa saja yang ingin dipakai oleh customer tersebut. Ketika Sudah dapat, ketika sudah dibicarakan contoh kayak ketika customer udah memakai 4 kotak teratak dua pentas nah sudah sepakat baru kita datangin, kita datang beberapa hari sebelum hari-h untuk melakukan pemasangan. Dan selama pemasangan pun kita melakukannya dengan sebaik mungkin, dengan memperhatikan bagian-bagian mana yang bakalan terkena banjir, harus jangan sampai kena, menghindari hal itulah intinya, dan kita juga memberikan alat-alat yang berkualitas jangan ada sampai bocor jangan ada sampai rusak, begitu lah kira-kira Putri". Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya. (Ahmad Zikri dan Muhammad Ikhsan Harahap, 2022).

Agar klien tetap datang kembali, maka fasilitator layanan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan membuat mereka datang kembali sehingga kebahagiaan klien dapat tercapai. Hal ini sejalan dengan pernyataan Quddus yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan akibat langsung dari kualitas pelayanan yang tinggi. Menurut Kotler dan Armstrong persepsi kemampuan suatu produk dalam memenuhi

impian pelanggan inilah yang menentukan tingkat kebahagiaan pelanggan. Pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja produk atau jasa di bawah ekspektasi (Kotler dan Armstrong, 2015, p. 76). Klien akan senang jika kemampuannya sesuai dengan harapannya. Jika kemampuannya melampaui impian, klien akan merasa sangat puas. Akibatnya, pelanggan akan memilih penyedia layanan berdasarkan apakah layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan mereka atau tidak. Kualitas layanan dapat ditingkatkan untuk membuat pelanggan lebih bahagia. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk menjaga hubungan yang kuat dengan industri dan berkorelasi langsung dengan kepuasan pelanggan. Selain berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, layanan berkualitas tinggi juga terkait erat dengan menghasilkan keuntungan bagi sektor ini. (Tjiptono, 2011) Pelanggan akan terus merasa puas terhadap layanan industri dalam jangka waktu yang cukup lama seiring dengan meningkatnya kualitas layanan tersebut. Dalam memperkirakan kepuasan klien terhadap kualitas administrasi, terdapat pula referensi yang menjadi penanda spesifik kualitas administrasi. Kualitas pelayanan atau service quality dapat diukur dengan berbagai cara (Susanti, 2018). Setidaknya ada empat desain berbeda untuk mengukur kualitas layanan: Struktur Nordic, Struktur SERVQUAL, Struktur Tiga Bagian, dan Multi Struktur. (Tjiptono, 2004, p. 167) Memanfaatkan Multi Forms untuk mengukur kualitas layanan, yang mencakup tiga format: kualitas interaksi, kualitas area fisik, dan kualitas

hasil (Cronim & Brady, 2001). Format pelayanan atau kualitas pelayanan mengatur format primer sebagai berikut, yang merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas pelayanan (Parasuraman & Valerie Zeithaml, 1988, p. 118).

Hal-hal yang dilakukan oleh Budy Teratak untuk menjaga kualitas pelayanan diantaranya adalah:

(1) Reliability (Keandalan)

- Kemampuan menangani kesulitan area pemasangan dengan cepat & tepat tanpa ada alasan penambahan biaya kepada pelanggan. Memastikan ornamen yang ingin Anda sewa selalu berkualitas tinggi. Budy Teratak memeriksa barang yang akan disewakan setiap bulan; jika terjadi kerusakan maka barang tersebut tidak dapat disewakan; sebaliknya, akan segera diperbaiki hingga layak untuk disewakan. Budy Teratak juga menawarkan berbagai macam dekorasi, mulai dari tradisional hingga kontemporer, sehingga pelanggan punya banyak pilihan, ini diklasifikasikan sebagai penanda keandalan.
- Budy Teratak dalam bidang dekorasi pesta sekabupaten Labuhanbatu Selatan unggul dan memiliki

keistimewaan dari segi produk pilihan seperti Lampu LED, ukuran Teratak, Kuantitas besi Teratak dan banyaknya pilihan warna dekorasi.

(2) Responsiveness (Daya tanggap)

- Mengayomi dengan kesabaran ketika adanya permintaan yang sifatnya sesungguhnya merugikan pihak Budy Teratak seperti misalnya mengubah denah lokasi pesta pada saat Teratak dan dekorasi sudah di pasang.
- Mudah dan fleksibel dalam interaksi penyewa kepada owner baik secara langsung maupun melalui media sosial.
- Pelayanan dilakukan dengan sikap keramah tamahan dan akses pelayanan juga tersedia di berbagai sosial media seperti Facebook, WhatsApp, Instagram dan TikTok.

(3) Assurance (Jaminan)

- Budy Teratak menjamin pasca tanda jadi sewa / DP sudah dibayarkan maka akan memberikan produk sesuai yang di harapkan penyewa.
- Dalam penyewaan busana terdapat perlakuan yang tidak membeda-bedakan terhadap customer

lain.

- Kesantunan dalam berkomunikasi dan berinteraksi baik secara virtual maupun tatap muka selalu dijunjung tinggi oleh pihak Budy Teratak.

(4) Emphaty (Empaty)

- Menjalin hubungan dan komunikasi yang baik kepada setiap konsumen dengan menanggapi keluhan konsumen juga menerima segala kritik dan saran yang diberikan.
- Budy Teratak identik dengan semboyan "kalau cocok kami sangat senang kalau tidak cocok lebih baik disampaikan" artinya dalam proses sewa menyewa mereka dalam kategori open minded.
- Owner menjunjung tinggi kooperatif kepada customer dengan dasar win-win solution dalam seluruh aspek.

(5) Tangible (Bukti langsung)

- Customer diperbolehkan memilih secara langsung produk yang ada di gudang penyimpanan dekorasi pesta Budy Teratak.
- Budy Teratak menanggapi permintaan custom dari customer apabila menginginkan produk yg "baru" yang belum dimiliki

- Budy Teratak namun dengan range harga sewa lebih mahal dari biasanya.
- Budy Teratak selalu memberikan potongan harga atau pembagian harga kepada pelanggan setianya yang menggunakan

jasanya

Berikut diklasifikasikan kedalam sebuah tabel antara indikator Servqual dengan implementasi yang telah dilaksanakan dengan kualifikasi tabel apabila kolom keterangan diberi tanda ceklis (√) maka indikator tersebut telah terpenuhi dalam implementasi operasional usaha Dekorasi Pesta Budy Teratak Kotapinang.

Tabel Penyesuaian Implementasi Dimensi Servqual

No.	Dimensi Servqual	Keterangan
1.	Reliability (Keandalan)	√
2.	Responsiveness (Daya tanggap)	√
3.	Assurance (Jaminan)	√
4.	Empathy (Empati)	√
5.	Tangible (Bukti langsung)	√

Sumber : Budy Teratak, 25 Agustus 2023

Ada beberapa cara mengukur kualitas layanan diantaranya itu adalah; pertama, reliability yaitu mampu memberikan layanan dengan akurat, segera dan merasa puas. Kedua, responsiveness yaitu mampu tanggap dalam merespon baik pelanggan untuk mendapatkan pelayanan. Ketiga, assurance yaitu jaminan tepat waktu, jaminan biaya, dan jaminan legalitas yang diberikan oleh pembisnis kepada pelanggan. Keempat, attention yaitu memberikan perhatian, pemahaman, hubungan, dan komunikasi yang baik akan kebutuhan pelanggan. Dan kelima, tangible yaitu layanan secara langsung dengan memberikan bukti langsung dalam fasilitas fisik, fasilitas komunikasi yang diberikan pada pelanggan. Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa seluruh indikator servqual telah dipenuhi dan diimplementasikan sebagai mana mestinya. (Nurbaiti, Tri Indah Fadhilah Rahma, Ayu Wulandari, 2021).

Kepercayaan klien terhadap suatu industri terkait

erat dengan tingkat kebahagiaan mereka. Menurut Susilo (2018), hal tersebut akan tetap berperan penting dalam kepercayaan diri klien, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada tingkat kebahagiaan mereka. Kepercayaan klien dicirikan sebagai fantasi klien bahwa fasilitator bantuan dapat diandalkan atau diharapkan dapat memenuhi komitmennya. Industri bantuan yang memiliki pengetahuan di bidangnya dan memiliki informasi yang berharga bagi klien dapat meningkatkan kepercayaan klien (Mudiantono, 2017). Kepastian klien menurut Mowen adalah "seluruh wawasan yang dimiliki oleh pelanggan dan seluruh kesimpulan mereka mengenai subjek, karakteristiknya, dan manfaatnya." Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, sektor ini harus menawarkan manfaat atau umpan balik yang positif. (Mowen, 2012, p. 132).

Budiansyah juga mengatakan bahwa pihaknya mengkombinasikan kepuasan

pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk/fitur yang ditawarkan, Dilansir dari hasil wawancara penulis, " Jadi sebelumnya kita itu udah melakukan survei, survei nya ini ibarat melakukan perhatian terhadap kompetitor lain, yang mana mereka memiliki panjang lebar Teratak itu Cuma rata-rata itu 5x6, nah disitu peluang kita, kita berinovasi membuat ukuran teratak itu Yang mana berkapasitas lebih besar daripada mereka , kaya ukuran teratak kita ini 6x6. perbedaan itu tentu berpengaruh dan sangat berbeda karena otomatis luas Teratak itu menjadi lebih lebih dan memuat lebih banyak tamu, dan punya kita atap nya itu bisa ditinggikan lagi dia ada penyambungannya, sehingga memberi kesan lebih



Gambar 1.
Sumber : Budy Teratak, tahun 2015

Berdasarkan gambar 1 dan 2 maka terjadi transisi perkembangan kearah yang lebih modern dijelaskan dengan tahun 2023 lebih banyak mengalami pembaruan produk yang ditawarkan, meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan perkembangan zaman.

Kendati demikian, strategi yang dilakukan Budy Teratak sudah cukup baik adakalanya menemukan rintangan/kendala yang membuat pekerjaan terhambat dan tertunda penyelesaiannya. Kendala bisa ditemukan dari faktor Internal

megah nah ketika Teratak ini banyak digunakan misalnya 6 sampai 9 Teratak mau pun 12 teratak maka dia terlihat lebih Indah karna dari jauh terlihat tinggi dan luas, itu salah satunya agar alat alat yang kami sewakan berkualitas dari situ juga bisa". Sebagai penguat narasi Budiansyah penulis mendapatkan opini tambahan dari narasumber kedua, Bapak Indis mengatakan: "Kami anggota Budy Teratak membantu kelancaran dalam setiap pemasangan di lapangan, kami juga berusaha memberikan kepuasan pelanggan dengan cara berbagi info dan pengetahuan kepada Bapak Budiansyah seputar dekorasi pesta terbaru, intinya kami saling memberikan masukan demi kemajuan Budy Teratak ini".



Gambar 2
Sumber : Budy Teratak, tahun 2023

dan Eksternal, Dalam hal ini faktor Internal adalah dari Budy Teratak dan kolega sementara faktor Eksternal dari Customer, Alam dan lain sebagainya. Seperti yang disampaikan Bapak Budiansyah dalam wawancara : "kendala yang sulit ya, kalau dari perencanaannya dilihat dari fenomena alam kali yaa sperti hujan, terus lokasi-lokasi yang tidak rata, nah itu jadi problem sih sama kita karena kita butuh banyak waktu untuk mengganjalnya menggali juga biar supaya teratak berdiri kokoh dan rapi gitu".

Keseriusan Budy Teratak

mempertahankan usahanya dari mulai menyusun strategi hingga terhalang kendala tentunya diindikasikan dengan solusi atau pemecahan masalah. Seperti yang telah tercantum dalam kamus besar bahasa Indonesia, yakni masalah adalah sesuatu yang harus dipecahkan atau diselesaikan. Jangkauan masalah ini hanya sebatas pada individu saja dan dapat diselesaikan oleh individu pula. Pemilihan solusi adalah suatu kegiatan kognitif yang kompleks dengan melibatkan suatu proses dan artinya salah satu kemampuan yang diharuskan dimiliki siswa adalah strategi dalam melakukan pemilihan solusi. Hudiono berpendapat bahwa pemilihan solusi adalah suatu aktivitas kognitif yang kompleks dengan melibatkan suatu proses dan strategi (Hudiono, 2007). Pengertian solusi adalah jalan keluar atau jawaban dari suatu masalah (Munif Chatib : 2011) Solusi adalah cara atau jalan yang digunakan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah tanpa adanya tekanan. Maksud tanpa adanya tekanan adalah adanya objektivitas dalam menentukan pemecahan masalah dimana orang yang mencari solusi tidak memaksakan pendapat pribadinya dan berpedoman pada kaidah atau aturan yang ada. Jika tidak demikian maka solusi yang didapat akan sangat subjektif sehingga dikhawatirkan bukan solusi yang tepat. Sehingga masalah-masalah yang ada tidak akan terselesaikan dengan baik dan masalah-masalah yang ada hanya akan bersifat negatif saja. Bapak Indis menjelaskan *”Ada banyak solusi yang kami buat untuk mempertahankan dan meningkatkan Budy Teratak ini. Pertama, dalam kualitas*

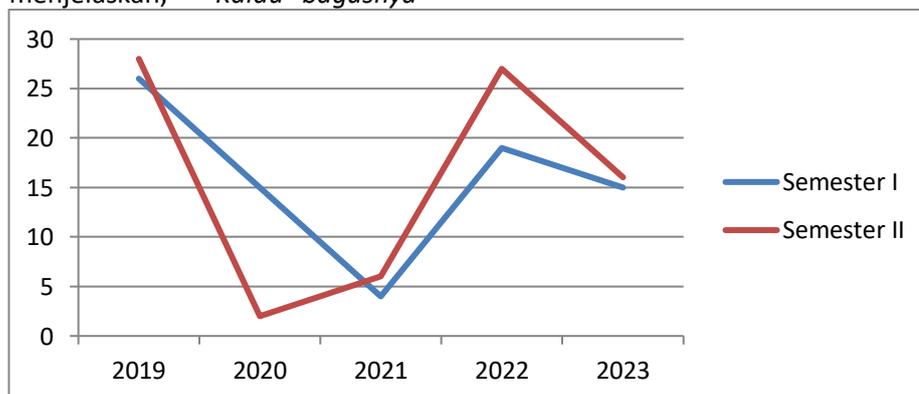
pelayanan kami berusaha semaksimal mungkin memberikan rasa simpati dan membuat para customer baru itu nyaman. kedua, kami mengetahui bahwa produk/fitur terbaru yang ada itu diyakini menambah kepuasan para customer akan tetapi terkadang ada juga yang minta kualitas mentereng tapi harga mereng nah dalam hal ini kami mengambil solusi dengan tidak langsung mentah-mentah kami tolak tapi dengan meletakkan pemberian harga di tengah tengah yang terpenting atas dasar suka sama suka sehingga tidak adanya unsur keterpaksaan. Ketiga, Meskipun dilanda kendala kami berusaha menghadapinya bersama sama apalagi pada saat pandemi covid-19 kemarin kami saling meyakinkan bahwa kita harus tetap berdiri dan tidak boleh tumbang apalagi sampai menjual atau mengakuisisi kan Budy Teratak karena vakum orderan. Terakhir kami selaku pekerja saling berkontribusi bukan hanya ketika pemasangan dekorasi pesta di lapangan tetapi saling memberikan masukan antara pekerja dengan owner terkait perkembangan teknologi, kemajuan fitur dekorasi sampai riset kebutuhan pasar”.

Hal ini juga termasuk kedalam sewa menyewa yang didalam islam diartikan sebagai ijarah. Menurut Zainuddin Ali, ijarah adalah suatu akad peralihan hak atas barang atau jasa dengan membayar biaya sewa tanpa mengalihkan kepemilikan (milkiyyah) atas barang atau jasa itu sendiri. Ijarah juga bisa disebut sebagai akad sewa atau perjanjian sewa-menyewa. Kontrak sewa adalah suatu landasan moneter yang menyewakan perlengkapan, baik berupa bangunan atau barang dagangan seperti mesin,

pesawat terbang dan sebagainya, kepada salah satu kliennya dengan imbalan pembayaran sejumlah biaya yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara tertentu (Ali, 2018). Ijarah adalah akad antara nasabah yang menjadi penyewa dengan bank syariah yang menentukan biaya sewa yang disepakati antara bank dan penyewa.

Sementara untuk menjawab variabel kepuasan pelanggan peneliti telah melakukan wawancara terhadap narasumber eks customer Budy Teratak pada masa lalu. Pertama, Toguan Dalimunthe ketika ditanya kepuasan pelanggan atas jasa sewa yang telah diberikan ia menjelaskan, “ Kalau Budy Teratak ini memang bagus sekali lah dekorasinya mewah, pilihannya juga banyak, terus yang punya juga ramah dan mudah diajak negosiasi, ya kalau bicara mahal menurutku ada harga ada kualitas sudah itu saja.” Pungkasnya. Pertanyaan berikutnya tentang pengalaman sebelumnya terkait jasa sewa dekorasi pesta lainnya ia mengungkapkan, “ Family saya pakai jasa sewa punya Bagoel Teratak sebelum saya pesta dan kualitas pelayanan okelah bagus tapi pilihan nya tidak banyak dan kurang modern dia.” Imbuhnya. Kedua, Endang Sri Astuti menjelaskan, “ Kalau bagusnya

bagus memang tapi mahal harganya sekalipun sudah negosiasi tetap masih mahal bagi saya, kalau pesaing Budy Teratak ada Sardi Lia Pelaminan hampir serupa lah kualitasnya tapi mereka (Pesaing) kurang terkenal.” Tutupnya. Ketiga, Sadikin mengutarakan, “ Pelayanannya bagus kualitasnya oke dan juga punya toleransi sama kami (Pelanggan) mau nerima saran juga sabar pemiliknya itu. Pesaing lainnya seperti Dewi Hardinata Teratak lah paling, mereka sudah upgrade tapi masih dibawah Budy Teratak.” Tutupnya. Dalam hal ini dapat dikonklusikan jangkauan kepuasan pelanggan terpenuhi dibuktikan dari ketiga narasumber terpilih menjelaskan dua diantara hasil wawancara mendukung tercapainya dimensi servqual sementara satu narasumber menyatakan dalam wawancara belum sesuai dengan dimensi servqual dinilai dari segi biaya/harga sewa yang mahal. Sementara data pesaing menunjukkan bahwasanya Budy Teratak masih berada dalam pasar yang lebih baik dengan kualitas pelayanan yang memadai dan memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal. Berikut adalah tampilan grafik pesanan Budy Teratak dari tahun 2019-2023 :



Grafik Pesanan tahun 2019-2023

Sumber : Budy Teratak Tahun 2023
Grafik diatas disajikan dengan mengisi jumlah pesanan per semesternya dan menghasilkan tampilan yang fluktuatif. Dalam grafik menampilkan data sebagai berikut :

- Pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan secara signifikan terutama pada semester II, Terjadinya pandemi Covid-19 adalah pemicu utamanya.
- Pada tahun 2020-2021 terjadi penurunan pada semester I dengan sedikitnya bertambah pada semester II hal ini juga masih dipengaruhi pandemi covid-19.
- Pada tahun 2021-2022 mengalami kenaikan pesanan kembali dikarenakan diperbolehkan kembali menggelar hajatan/ pesta oleh pemerintah sehingga antusiasme masyarakat juga meningkat.
- Pada tahun 2022-2023 penurunan kembali terjadi pada jasa sewa dekorasi pesta Budy Teratak. Hal ini berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa responden yang pernah terlibat negosiasi secara langsung dengan owner Budy Teratak rata-rata mereka mengatakan Budy Teratak hanya dapat diakses oleh masyarakat dengan ekonomi menengah keatas. Besaran harga menjadi problem calon customer yang menginginkan jasa sewa Budy Teratak namun tidak dapat memilihnya dengan kualitas dekorasi

sesuai budget dan kemampuannya.

“Budy Teratak menyediakan jasa sewa dekorasi pesta dengan upaya menyesuaikan rasa kepuasan pelanggan semaksimal mungkin namun meskipun demikian bukan berarti kami tidak memikirkan profit usaha, intinya ada harga maka akan ada kualitas yang didapatkan para calon customer”. Tutupnya.

Dalam hal ini dapat dirumuskan bahwasanya Budy Teratak masih dikenal beberapa masyarakat dengan jasa sewa yang mahal biayanya. Kendati demikian Budy Teratak akan selalu mengevaluasi dan menyesuaikan dengan permintaan pasar dikemudian hari.

KESIMPULAN

Budy Teratak menjalankan usaha dengan penuh tantangan dan masalah namun pihaknya mempunyai cara tersendiri untuk mengantisipasi kegagalan dimana lajunya era digitalisasi yang membuat usaha harus selalu dilakukan upgrading. Dalam menjalankan usaha/bisnis tersebut terdapat beberapa kendala baik dari faktor internal maupun eksternal seperti misalnya beradaptasi dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi (Internal), mengontrol emosional dari permintaan penyewa/klien yang variatif dan terkadang tidak kooperatif serta dapat mengambil keputusan opsional apabila terjadi kendala yang timbul dari faktor alam (Eksternal). Cara mengatasi kendala pada poin 2 Budy Teratak saling memberikan kontribusi antara owner dan pekerja lapangan dengan mengandalkan

kemampuan atau pengalaman masing-masing pihak. Kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil wawancara yang menjelaskan bahwa dimensi Servqual sudah terpenuhi namun masih ada dimensi yang belum terpenuhi yaitu biaya/harga sewa dekorasi pesta tersebut. Beberapa masyarakat sekitar masih menilai Budy Teratak adalah jasa sewa dekorasi pesta yang mahal.

PENUTUP

Pasca dilakukan penelitian penulis memberikan saran agar Budy Teratak terus melakukan hal ini secara kontiniu dan tidak hanya sampai hal tersebut saja akan tetapi mesti selalu meningkatkan kreatifitas, inovasi dan pelayanan yang lebih baik sehingga bisnis yang dijalankan tetap berada dalam eksistensi pasar dalam hal ini pasar Dekorasi Pesta di Kotapinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Zainuddin. (2018). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.

Cronim & Brady. (2001). *Same New Thoughts on Conseptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach*. Journal of Marketing, Vol. 65.

Dharma, Budi., Auliyani, M., & Manik, N. N. A. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kota Medan)*. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS), Vol. 1(4).

Dharma, Budi., & Mira Nur Aisah, M. K. S. S. (2022). *Analisis Fitur Pengguna Shopee Paylater Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Mahasiswa Manajemen Kelas VII, Fakultas*

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, Vol. 3(2).

Harahap, A. Z. & M. I. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional Sumatera*. *JKEM : Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 2(No. 1).

Hudiono. (2007). *Pengembangan Kurikulum Matematika dan Model Pembelajaran Kreatif Untuk Pendidikan Anak Usia Dini*. Makalah FKIP UNTAN Pontianak.

Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Irawan. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kementrian Agama Republik Indonesia, Qur'an & Terjemahnya. Publishing Anggota IKAPI.

Kotler dan Armstrong. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Dan 2 Edisi 12*. Erlangga.

Mowen. (2012). *Perilaku Konsumen, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Mudiantono. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana*. Diponegoro Journal of Management.

Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Nur Amalina, Vidia Dhiawiy Hasmar Sitorus, Yusra Amelia Hasibuan, N. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah*

Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. JMCBUS (Journal of Management and Creative Business, Vol. 1(No. 1).

Nurbaiti, Tri Indah Fadhilah Rahma, Ayu Wulandari, N. M. (2021). *Pengaruh E-Commerce Shopee Pada Kualitas Layanan Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kota Meda).* Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 5(No. 3).

Parasuraman, & Valerie Zeithaml, and L. B. (1988). *Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.* Journal of Retailing, Vol. 64.

Sonia Ritonga, Y. (2022). *Keputusan Calon Nasabah Memilih Produk Asuransi Prucinta di PT Prudential Life Assurance Binjai.* MES Review Journal, Vol. 1(No. 1).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suhardi, A. A., Siregar, S., & Dharma, B. (2021). *Perilaku Konsumen Mahasiswa Dalam Memanfaatkan Dompot Digital: Studi Kasus Mahasiswa/i UINSU Medan.* Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol. 6(1).

Susanti, F. dan W. E. (2018). *Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Labuh Gunung Payakumbuh.* Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 3(No. 3).

Tjiptono, Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran Edisi 2.* Yogyakarta: CV Andi.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa.* Malang: Banyumedia.

Zainarti, Rediansyah Saranan. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Toko Ud. Ulfa Husna Jaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Transaksi Jual Beli Peralatan Bangunan Di Desa Dah Aceh.* JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora), Vol. 9.

Zikri, Ahmad & Myhammad Ikhsan Harahap. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero)Regional Sumatera Utara.* JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 2(1).