

## ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI TAMAN SARI ROYAL HERITAGE SPA

Yessica Putri Rahmawati<sup>1</sup>, Teti Kuswati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta

E-mail: teti.nazli@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui cara pelayanan, peran dan fungsi dalam meningkatkan minat konsumen di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta. Penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, pengumpulan data terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah Operasional Manager. Sedangkan Objek nya adalah strategi pelayanan di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta dalam meningkatkan minat konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi pelayanan yang digunakan di Taman Sari Royal Heritage Spa dalam meningkatkan konsumen meliputi bukti pelayanan secara fisik dan non fisik, keandalan karyawan dalam melayani konsumen, jaminan pelayanan, sikap empati karyawan, daya tanggap, dan mengutamakan kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Strategi, Pelayanan, Minat Konsumen.

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out how services, roles, and functions in increasing consumer interest in Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta. The research used is descriptive qualitative, data collection consists of interviews, observations, and documentation. The subject in this study is the Operations Manager. While the object is the service strategy at Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta in increasing consumer interest. The results showed that Service strategies used at Taman Sari Royal Heritage Spa in increasing consumers include proof of physical and non-physical services, employee reliability in serving consumers, service guarantees, employee empathy, responsiveness, and prioritizing customer satisfaction.*

**Keywords:** Strategy, Service, Consumer Interest.

### PENDAHULUAN

Pada era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian besar masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan hal yang sangat berharga bagi wanita, sehingga harus selalu dijaga dan dirawat. Dengan kondisi seperti ini, banyak perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan dan kesehatan, salah satunya yaitu Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta”.

Persaingan bisnis di Kota Yogyakarta yang semakin kuat menyebabkan

perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen, agar mampu bertahan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan pada akhirnya berpengaruh pada meningkatkan minat konsumen. Adanya loyalitas dari konsumen ini, disebabkan karena mereka merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan. Sehingga dari hal tersebut konsumen akan tetap antusias untuk terus datang dan merekomendasikan pelayanan Spa kepada orang terdekat. Konsumen yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merk barang atau jasa maka tidak akan lagi

mempertimbangkan untuk memilih produk atau jasa lain yang disukainya.

Kesetiaan konsumen sangat mempengaruhi kemajuan usaha sebuah perusahaan, karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik satu konsumen jauh lebih besar dibanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang konsumen yang royal. Oleh sebab itu, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan para konsumen atau para pelanggan sehingga perusahaan akan tetap eksis.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan keadaan sebenarnya yang ada pada saat penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengklasifikasikan dan menganalisis data.

Subjek dalam penelitian ini adalah Operasional Manager. Sedangkan objek merupakan persoalan yang menjadi fokus penelitian. Objek dari penelitian ini adalah strategi pelayanan dalam meningkatkan minat konsumen di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta.

Data merupakan bahan yang menjadi keterangan dari objek penelitian (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini ada dua macam sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh berupa informasi yang diterima langsung oleh penulis dari sumber informasi pertama di lokasi objek penelitian melalui proses observasi dan wawancara dengan Operasional Manager. Data sekunder merupakan data yang diperoleh penulis dari sumber informasi kedua pada objek penelitian melalui beberapa referensi dokumen, jurnal, dan blog Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara yang digunakan adalah wawancara terpimpin dan bebas terpimpin secara langsung dengan

menggunakan pedoman wawancara. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran secara riil mengenai strategi pelayanan di Taman Sari Royal Heritage Spa. Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini berupa dokumentasi sumber primer dan dokumentasi sumber.

Teknik analisis data menggunakan analisa data interaktif Milles dan Huberman, analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang dilakukan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan data.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah strategi memiliki arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. Pengertian strategi yaitu sebagai suatu teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif. Strategi ini memberi jawaban bagi pihak manajemen tentang bagaimana mencapai target perusahaan, cara bersaing dengan competitor, bagaimana menjadi yang unggul dalam jangka waktu yang panjang, dan bagaimana membuat visi strategis manajemen menjadi tercapai.

Menurut Marrus, strategi merupakan sebuah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang fokusnya pada tujuan jangka panjang organisasi, dan disertai penyusunan berbagai cara dan upaya agar tujuan organisasi dapat tercapai. Strategi dapat diartikan sebagai potensi tindakan yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan dan berorientasi ke masa depan. Strategi harus mempertimbangkan faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan.

Sehingga, dari semua definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah seperangkat pilihan penting untuk merencanakan dan melaksanakan serangkaian rencana tindakan dan

mengalokasikan sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan utama dengan mempertimbangkan persaingan, perbandingan, dan sinergi yang ideal dan berkelanjutan.

Pelayanan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari jasa, sehingga erat kaitannya dengan kepuasan serta minat konsumen. Setiap perusahaan jasa seperti tempat spa berusaha untuk selalu memberikan yang terbaik pada konsumen, perusahaan tidak hanya mendapatkan laba atau keuntungan, namun lebih untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan minat calon konsumen.

Lupiyoadi dalam Susilawaty (2005) menyatakan bahwa: "Pelayanan mengacu pada lingkungan bisnis di mana perusahaan jasa bekerja sama untuk mencapai kepuasan pelanggan, mulai dari memesan, memproses, dan memberikan hasil layanan, hingga komunikasi untuk memperkuat kolaborasi dengan konsumen. dipahami sebagai kegiatan yang berbeda."

Menurut (Daryanto dan Ismanto Setyabudi, 2014) terdapat 4 fungsi pelayanan, yakni: 1) konsumen terlayani dengan ramah, tepat, dan cepat. 2) tercipta suasana dimana konsumen merasa dipentingkan. 3) Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha. 4) Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk dan jasa. 5) Memenangkan persaingan pasar. 6) Memberikan manfaat kepada perusahaan.

Dalam penerapan pelayanan terhadap konsumen, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan. Adapun faktor-faktor tersebut Menurut Gasper (2005) sebagai berikut: (1) ketepatan waktu pelayanan, ketepatan yang berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses; (2) akurasi pelayanan yaitu hal-hal yang berkaitan dengan kredibilitas pelayanan yang bebas dari cacat; (3) kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan terutama kepada karyawan yang berinteraksi langsung dengan konsumen. citra jasa industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang yang memimpin perusahaan; (4) tanggung

jawab, pelayanan dalam proses serta penanganan keluhan dari konsumen; (5) kelengkapan yaitu menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung dalam melaksanakan pelayanan; (6) kemudahan mendapatkan pelayanan tersedianya karyawan yang melayani pada bagian administrasi dan fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data; (7) variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi untuk memperoleh pola-pola baru dalam pelayanan sehingga pelanggan merasa nyaman dan tidak merasa bosan; (8) pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus; (9) kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruangan, tingkat pelayanan, kemudahan menjangkau, tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi dan petunjuk petunjuk; (10) atribut pendukung pelayanan seperti music, ac, dan lainnya.

Penerapan pelayanan merupakan bagian dari jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada para konsumen, terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan. Menurut Vincent dan Gaspersz (2005) adalah sebagai berikut: (1) menetapkan sasaran yang konsisten; (2) menetapkan filosofi kepuasan pelanggan; (3) mengemukakan pencegahan kesalahan; (4) menghentikan praktik kebiasaan yang memiliki sesuatu berdasarkan harga; (5) melakukan perbaikan secara terus-menerus; (6) menjalankan kepemimpinan yang benar; (7) menghindari hambatan hubungan antara bagian dalam sistem; (8) menghilangkan slogan-slogan dan target-target yang membebani karyawan; (9) menghilangkan praktik manajemen berdasarkan angka; (10) menciptakan kebanggaan karyawan terhadap pekerjaan; (11) menetapkan program pendidikan dan pengembangan karyawan; dan (12) melibatkan karyawan dalam transformasi manajemen kualitas.

Tjiptono dan Chandra (2011) mengatakan bahwa kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan

pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan. Pengertian lain dikemukakan oleh Sunyoto (2012) dimana kualitas layanan menggambarkan apakah suatu barang atau jasa yg dijual telah memiliki nilai guna sesuai dengan yang mutu dan standar diharapkan. Hal serupa dikatakan oleh Kolter (2005) dimana dia menyatakan bahwa kualitas pelayanan menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka rasakan.

Sehingga dari beberapa pendapat yang telah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah penyajian suatu produk dan jasa dimana harapan pelanggan akan mutu dari produk dan jasa yang disajikan dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2007) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi pokok kualitas pelayanan atau yang lebih dikenal sebagai SERQUAL (service quality), antara lain: (1) Bukti fisik (tangibles), yakni kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal yang dapat ditunjukkan melalui bukti fisik perusahaan, contoh bukti fisik ini antara lain adalah fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan para pegawainya; (2) Keandalan (reliability), yakni kemampuan perusahaan untuk memenuhi mutu dari produk maupun jasa sesuai dengan standar yang telah diterapkan oleh perusahaan. Sehingga harapan pelanggan akan pelayanan, ketepatan waktu, serta akurasi dapat terpenuhi; (3) Daya tanggap (responsiveness), yakni kecekatan perusahaan dalam menyampaikan informasi yang tepat dan akurat kepada pelanggan; (4) Jaminan dan kepastian

(assurance), yakni kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. beberapa komponen yang harus dipenuhi agar hal ini terwujud antara lain: (a) Komunikasi, yakni penyampaian informasi kepada pelanggan secara berkesinambungan, serta dengan cepat menyikapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan; (b) Kredibilitas, yakni jaminan atas kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan; (c) Keamanan, suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terhadap pelayanan yang diperoleh; (d) Kompetensi, yakni kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara optimal; (e) Sopan santun, tertanamnya nilai moral pada perusahaan dalam memberikan pelayanan; (5) Empati, memberikan perhatian yang tulus serta bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan. Usaha yang dilakukan adalah dengan memahami keinginan pelanggan Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui serta mengerti kebutuhan pelanggan secara individual; (6) Berwujud, dalam dimensi bukti fisik Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta memberikan pelayanan secara langsung kepada konsumen. Yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik. Ada beberapa indikator yang mendukung bukti langsung perusahaan dalam pelayanan, sebagai berikut: a) Adanya peralatan dalam melakukan perawatan badan dan wajah seperti capsul, magnifaying lamp, High Freqwensi. b) Di dalam ruangan Spa terdapat fasilitas yang diperuntukkan untuk konsumen antara lain AC, bathup, cermin, dan lainnya. c) Tempat tunggu yang luas dan nyaman.

Peningkatan adalah kemajuan seseorang, dari sesuatu yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang tidak bisa menjadi bisa. Arti peningkatan yang dimaksud dari judul penelitian ini yaitu usaha untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dan pelayanan dapat dikatakan meningkat apabila adanya

suatu perubahan dalam segi kualitas dan konsumen memperoleh kepuasan.

Minat adalah persepsi seseorang bahwa suatu objek, orang, atau masalah/situasi yang ada kaitannya dengan dirinya, dan minat dianggap sebagai respon yang disadari. Kalau tidak, minat sama sekali tidak ada artinya. (Kotler, 2009).

Minat dipahami sebagai kecenderungan dalam karakter seseorang untuk terus menerus berusaha mencapai suatu tujuan. Ini biasa disebut motivasi. Motivasi adalah dorongan atau rangsangan yang menggerakkan pikiran. Ketertarikan untuk menggunakan produk dan layanan dalam perusahaan dapat timbul karena menerima pesan dan rekomendasi dari orang lain. Pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian, menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi.

Konsumen memiliki arti yang sangat penting dalam suatu usaha. Konsumen ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan perusahaan yang berkiprah dibidang jasa. Konsumen merupakan orang yang menggunakan jasa pelayanan. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa konsumen merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum produksi berlangsung disebut sebagai pemasok. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen (consumer) diartikan sebagai pemakai barang hasil produksi.

Pengertian konsumen menurut Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan bahwa seorang konsumen sebagai seseorang yang membeli sesuatu dari orang lain. Banyak bisnis gagal karena mengabaikan konsep layanan pelanggan. Ibarat seorang raja, konsumen adalah pihak yang perlu dilayani agar menjadi pelanggan dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perilaku konsumen adalah tentang bagaimana pengambil keputusan (*decision-making unit*) mengambil keputusan, membeli produk dan jasa, menggunakan atau

mengkonsumsinya sebagai individu, kelompok atau organisasi.

Taman Sari Royal Heritage Spa didasarkan pada konsep istana air. Dibangun oleh Sri Sultan Hamengku Bwono II (1691 penanggalan Jawa) pada awal pemerintahan Kraton Ga Yogyakarta (1757 penanggalan Jawa). Sebagai Panglima Perang Sri Sultan Hamengkubungwono I membutuhkan tempat berlindung untuk beristirahat, bersantai bersama keluarga, memulihkan tenaga, dan bersembunyi dari musuh. Inilah kisah di balik istana air bernama Taman Sari. Filosofi di balik bangunan ini adalah "Sajroning among suka, tan tinggal duga lan prayoga" (orang harus selalu waspada terhadap bahaya, bahkan di saat-saat yang baik).

Pendiri Mooriyathi Soedibyo telah menganut konsep Taman Sari sebagai filosofi di balik Taman Sari Royal Heritage Spa. Hal ini karena memiliki tempat yang sempurna di alam, baik secara fisik (bangunan) maupun (filosofis). Taman Sari Royal Heritage Spa merupakan spa dengan fasilitas untuk wanita dan pria, seperti salon dan perawatan kecantikan. Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta berada di lantai 3 dari Hotel Sheraton Mustika Resort and Spa, yang terletak di Jl. Laksda Adisucipto No.KM.8, RW.7, Nayan, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan unit Spa paling terkenal dari grup Taman Sari dan Spa yang pertama dibangun serta menjadi tempat yang paling ikonik, karena dilihat dari segi nama dan ornamen interior bangunannya.

Keunikan warisan Kraton Jawa adalah filosofi di balik suasana, layanan, perawatan, dan bahan yang digunakan di Taman Sari Royal Heritage Spa, dibuka pada tahun 1997. Pada September 2000, Taman Sari Royal Heritage Spa Jakarta turut dibuka. Toko-toko lain mengikuti dan dikelola dengan sistem waralaba. Taman Sari Royal Heritage Spa memadukan tradisi mistis keraton dengan teknologi Barat.

## Pembahasan

Strategi Pelayanan Yang Digunakan Taman Sari Royal Heritage Spa Dalam Meningkatkan Minat Konsumen, Berdasarkan jawaban wawancara dengan Operasional Manager di Taman Sari Royal Heritage Spa dan observasi dari peneliti. Taman Sari Royal Heritage Spa dapat dikatakan sudah sangat terkenal dikalangan masyarakat. konsumen yang datang ke Spa tidak hanya tamu hotel, melainkan dari luar hotel bahkan dari luar kota. Konsumen yang datang pun dari berbagai kalangan seperti para pejabat, Puteri Indonesia, artis, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Emma Octavianna Puspasari selaku Operasional Manager.

Untuk karyawan di Taman Sari Royal Heritage Spa dari berbagai bagian yang memiliki tugas masing-masing telah dibekali dan diberikan pengarahan oleh perusahaan baik secara teori dan praktek dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga dalam menangani konsumen dapat sesuai dengan SOP yang berlaku. Pernyataan ini juga diperkuat oleh Sartika Ira Utami sebagai therapist Terdapat menu- menu paket yang banyak diminati oleh konsumen Taman Sari Royal Heritage Spa, yaitu Royal Javaness Pampering treatment yang berdurasi sekitar 210 menit dengan berbagai macam treatment didalamnya, Taman Sari Massage selama 90 menit, dan Kumara Ratih Spa yaitu Spa khusus untuk Wanita. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu Emma.

Strategi dalam memperkenalkan produk dan jasa melalui berbagai sosial media yang dimiliki. Taman Sari Royal Heritage Spa juga mengikuti berbagai event untuk menjadi sponsor diacara tersebut. Serta selalu membuka Spa Corner di lobby hotel Sheraton untuk menarik perhatian para calon konsumen. Peningkatan minat konsumen Spa dapat disebabkan oleh keterampilan atau keandalan yang dimiliki oleh therapist.

Konsumen akan mempercayakan sepenuhnya dengan therapist karena telah berpengalaman dibidangnya. Taman Sari

Royal Heritage Spa juga sudah memiliki sertifikat tingkat nasional. Para therapistnya juga sudah melaksanakan uji kompetensi dan memiliki pengalaman-pengalaman kerja dibidang Spa. Sejauh ini, hal ini memang mempengaruhi dalam peningkatan minat konsumen.

Hal ini diperkuat lagi oleh Sartika Ira Utami selaku therapist Beberapa fasilitas yang dimiliki oleh Taman Sari Royal Heritage Spa, yang membuat konsumen semakin tertarik untuk terus menerus datang dan menggunakan fasilitas tersebut, karena fasilitas yang ada berbeda dari Spa ditempat lain. Beberapa contohnya seperti kolam renang dalam ruangan, jacuzzi, sauna, beberapa ruang perawatan single maupun couple. Ada juga ruangan untuk perawatan rambut dan jamu bar untuk tamu-tamu yang mau menikmati jamu. Nah beberapa fasilitas ini lah yang membuat minat konsumen semakin naik mungkin juga karena jarang ditemukan ditempat lain. Beraneka ragam produk yang ada serta berbagai manfaat yang ada disetiap produknya menjadikan konsumen semakin ingin terus datang dan membelinya.

Untuk Peran dan Fungsi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Konsumen, kepuasan konsumen di Taman Sari Royal Heritage Spa sangat diutamakan, hingga saat ini banyak konsumen yang datang berulang kali untuk melakukan treatment. Salah satu fungsi pelayanan yang diterapkan seperti mengecek komentar yang masuk di sosial media dan hingga saat ini berbagai komentar positif yang diperoleh dari masyarakat.

Hal tersebut dapat menjadi tolok ukur Taman Sari Royal Heritage Spa dalam meningkatkan pelayanan. Serta terwujudnya kepuasan konsumen, buah hasil dari upaya karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Membahas mengenai cara menghadapi keluhan dari konsumen, Taman Sari Royal Heritage Spa menyelesaikan dengan sikap yang solutif dan bertanggung jawab, serta memberikan ganti rugi kepada konsumen berupa free treatment, diskon dan memperbaiki kualitas

produk maupun jasa untuk menghilangkan rasa kekecewaan konsumen. Dalam pengembangan usaha, Taman Sari Royal Heritage Spa selalu membuat inovasi dengan ide-ide baru dari produk dan jasa, baik itu membuat hal baru atau meningkatkan kualitas yang ada.

Berdasarkan apa yang diamati oleh penulis dalam hal strategi pelayanan, Taman Sari Royal Heritage Spa selalu memberikan yang terbaik untuk konsumen. Terutama dari segi kualitas karyawan sebagai Sumber Daya Manusia yang berperan secara langsung dengan konsumen. Karyawan telah dibekali serta diberikan pengarahan oleh perusahaan, sehingga dalam penerapannya juga sangat baik, seperti pada pelayanan non fisik atau disebut pelayanan secara lisan yang dilakukan ketika menerima tamu, melayani pembelian dan treatment, menanggapi adanya keluhan, menerima telepon, dan lain sebagainya.

Strategi pelayanan dari segi fisik yaitu bagaimana karyawan dalam menggunakan pakaian atau seragam yang dikenakan, mengenai kebersihan dan kerapiannya. Bukti fisik lainnya yaitu bangunan dan setiap ruangan dari Taman Sari Royal Heritage Spa yang selalu diperhatikan kebersihan serta kerapian dalam penataannya, sehingga terciptanya ruangan yang nyaman. Selain itu, produk dan treatment yang ditawarkan cukup banyak, lengkap, dan beraneka ragam kegunaannya. Peran dan fungsi pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena pelayanan menjadi acuan dalam meningkatkan kepuasan dan minat konsumen.

Beberapa Strategi Pelayanan dalam meningkatkan minat konsumen di Taman Sari Royal Heritage Spa :

Bukti Pelayanan Secara Fisik dan non fisik. Bukti pelayanan secara fisik yaitu keunggulan pelayanan yang terkait dengan fisik dari keadaan Taman Sari Royal Heritage Spa, yang meliputi dari segi bangunan, fasilitas yang ada, dan juga pakaian atau seragam yang dikenakan oleh

manager atau pengelola, therapist, maupun para karyawan ketika melayani tamu, mengenai kebersihan, kerapian, serta kenyamanan ruang dan suasana, kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang akan digunakan untuk perawatan. Prosedur penerimaan tamu yang termasuk ke dalam bukti pelayanan non fisik dilakukan sesuai dengan SOP.

Keandalan dan professional kerja Karyawan. Dalam Melayani Konsumen, merupakan keunggulan yang disajikan di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta oleh komponen Spa seperti manager, therapist, serta karyawan. Keandalan meliputi keahlian beauty therapist dalam melayani berbagai perawatan. Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta sudah memiliki sertifikat resmi dari tingkat nasional, semua therapist sudah memiliki sertifikat uji kompetensi dibidang Spa.

Jaminan Pelayanan di Taman Sari Royal Heritage Spa merupakan keunggulan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta dalam menangani konsumen. Empati dari therapist dan karyawan Sikap empati yang diberikan oleh seluruh therapist dan karyawan kepada konsumen merupakan keunggulan dari pelayanan di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta, Aspek dari empati tersebut yaitu: memberikan perhatian kepada konsumen, memperhatikan terhadap keluhan konsumen, seperti menanggapi komplain.

Daya tanggap merupakan kesiapan atau bentuk respon karyawan terhadap konsumen yang memberikan saran, kritik, atau order. Kepuasan pelanggan meliputi merekomendasikan kepada orang lain, menjadi konsumen tetap yang terus menggunakan pelayanan jasa yang ditawarkan. Strategi lain yang digunakan yaitu melakukan evaluasi kerja dengan mencari tahu apa yang sudah baik yang perlu dipertahankan, dan apa yang harus ditingkatkan maupun dihilangkan dari pelayanan yang sudah ada sebelumnya.

Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Fungsi dan peran dari pelayanan

yaitu untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Fungsi dan peran dari pelayanan. Fungsi pelayanan yaitu untuk memberikan perasaan nyaman serta puas kepada konsumen. Jika konsumen puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan berantusias atau berpotensi akan datang kembali. Hal ini tentunya juga akan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Terlebih fungsi pelayanan sangat berarti terhadap peningkatan minat konsumen yaitu (a) Fungsi komunikasi, yaitu cara perusahaan dalam menyampaikan produk berkaitan dengan nilai dan manfaat yang didapatkan konsumen ketika menggunakan produk maupun jasa; (b) Fungsi penilaian, dengan pelayanan yang baik konsumen akan menilai sikap kita dalam melayani, sehingga sangat mempengaruhi konsumen dalam keputusan selanjutnya; (c) Fungsi ekonomi, dimana dengan pelayanan yang baik, maka keuntungan akan semakin meningkat karena banyak konsumen yang sudah percaya dengan pelayanan; dan (d) Sebagai fungsi persaingan, pelayanan menjadi tolak ukur dari kualitas pelayanan, sehingga pihak Taman Sari akan terus meningkatkan kualitas pelayanan.

Peran dan fungsi pelayanan sangat berpengaruh untuk terciptanya peningkatan minat konsumen. Fungsi dari pelayanan antara lain; fungsi komunikasi, fungsi penilaian, fungsi ekonomi, dan sebagai fungsi persaingan. Untuk peran pelayanan; dapat membantu perusahaan untuk mendatangkan konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama, membangun kepercayaan konsumen, menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen yang berpengaruh terhadap peningkatan citra, reputasi, serta pendapatan perusahaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pelayanan di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta, penulis mengambil kesimpulan berikut:

Strategi yang dilakukan di Taman Sari Royal Heritage Spa Yogyakarta adalah pelayanan secara fisik dan non fisik, keandalan/profesional kerja karyawan dalam melayani konsumen, memberikan jaminan pelayanan, bersikap empati, daya tanggap sigap terhadap konsumen yang memberikan kritik & saran, memperhatikan kepuasan pelanggan, serta evaluasi kerja.

Peran dan fungsi pelayanan sangat berpengaruh untuk terciptanya peningkatan minat konsumen. Fungsi dari pelayanan antara lain; fungsi komunikasi, fungsi penilaian, fungsi ekonomi, dan sebagai fungsi persaingan. Untuk peran pelayanan; dapat membantu perusahaan untuk mendatangkan konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama, membangun kepercayaan konsumen, antara perusahaan dengan konsumen menjalin hubungan baik yang berpengaruh terhadap peningkatan citra dan reputasi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml. Leonard Berry. 2011. *A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research*. Journal Of Marketing, Volume 49.
- Danang Sunyoto, (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: CAPS.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Departemen Pendidikan Nasional, (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2011). *Service, Quality, and Satisfaction*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gaspersz, Vincent. (2005). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis*



- dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rambat Lupiyoadi, (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, (1992). *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UIPress.
- Philip Kotler, (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.