

Implementasi *Flower of Service* Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Snowie Studio

Andina Fasha¹, Aprian Dickson², Janice Adora³, Juwita Prima Yeo⁴, Sheryl Lau⁵, Valencia Nathania⁶, Vincent Lie⁷

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam

Email: andina@uib.ac.id¹

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 07 Januari 2025

Disetujui : 21 Januari 2025

DOI:10.37253/madani.v3i2.10108

Kata Kunci :

flower of service, kualitas layanan, UMKM

ABSTRAK

Artikel ini membahas implementasi model *Flower of Service* untuk meningkatkan kualitas layanan pada Snowie Studio, yaitu usaha yang bergerak dalam bidang jasa kaligrafi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Snowie Studio adalah menentukan harga produk kaligrafi yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan kualitas yang ditawarkan. Model *Flower of Service* digunakan untuk menganalisis dan merancang elemen-elemen dalam layanan yang dapat mendukung penentuan harga produk yang optimal, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai pemilik dari Snowie Studio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengoptimalkan elemen-elemen pendukung dalam *Flower of Service*, seperti kualitas produk, layanan tambahan, dan komunikasi yang efektif, Snowie Studio dapat menetapkan harga yang lebih sesuai dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Melalui penelitian ini diharapkan agar Snowie Studio dapat menetapkan harga yang jelas dan memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada pelanggan melalui layanan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: January 07th, 2025

Accepted: January 21st, 2025

DOI:10.37253/madani.v3i2.10108

Keywords:

flower of service, quality service, MSMEs

ABSTRACT

This article discusses the implementation of the Flower of Service model to improve the quality of service at Snowie Studio, a business that operates in the field of calligraphy services. One of the main challenges faced by Snowie Studio is determining the price of calligraphy products in accordance with market needs and the quality offered. The Flower of Service model is used to analyze and design elements in services that can support optimal product pricing and increase customer satisfaction. The data collection method in this research used a qualitative method by interviewing the owner of Snowie Studio. The research results show that by optimizing supporting elements in Flower of Service, such as product quality, additional services, and effective communication, Snowie Studio can set more appropriate prices and improve the overall customer experience. Through this research, it is hoped that Snowie Studio can set clear prices and provide greater added value to customers through

1. Pendahuluan

UMKM memberikan kontribusi dan peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, yang mendorong pemerintah untuk memberikan dukungan kepada pelaku ekonomi dalam mengungkapkan kreativitas mereka dan berperan dalam mengembangkan perekonomian negara. Potensi UMKM di sektor jasa sangat luas. Walaupun terdapat banyak definisi tentang pelayanan dan banyak ahli yang mengemukakan pandangannya mengenai istilah pelayanan, namun definisi-definisi tersebut saling tumpang tindih dan mengarah pada fokus pada bidang minat yang sama, yaitu pelanggan.

Secara keseluruhan, UMKM di bidang jasa mampu memberikan nilai lebih dan mendorong perkembangan ekonomi. Ada banyak indikator yang menghubungkan persepsi pelanggan terhadap suatu layanan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberikan (Lewis & Mitchell, 1990). Pentingnya kualitas layanan sebagai indikator kepuasan pelanggan dan kinerja organisasi telah diakui secara luas dan telah menyebabkan inisiatif penelitian penting yang menarik perhatian ke berbagai bidang industri jasa. Dalam literatur terdapat berbagai macam orientasi dan jenis konsep pelayanan, dimana konsep pelayanan tambahan merupakan pelayanan sekunder yang diberikan kepada pelanggan setelah menerima barang/jasa/produk. Penyedia jasa selalu berusaha untuk memberikan pengalaman yang komprehensif kepada pelanggan dengan tujuan mendorong mereka melakukan pembelian di masa depan serta memperkuat loyalitas pelanggan. Mengembangkan produk yang memberikan pelanggan pengalaman positif berarti memahami faktor-faktor yang menjadi kekuatan inti dan kekuatan pendukung produk. Untuk mencapai hal ini, penyedia jasa dapat melengkapi layanan inti dengan layanan tambahan. Layanan tambahan dan inti ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki layanan mereka. Keduanya secara kolektif digambarkan dalam model *flower of service*.

Flower of service adalah konsep yang diperkenalkan oleh Christopher Lovelock, yang menggambarkan bagaimana layanan terdiri dari berbagai elemen yang saling mendukung dan bekerja bersama untuk menciptakan pengalaman yang menyeluruh bagi pelanggan (Parra-López & Martínez-González, 2022). Dalam layanan pendukung, terdapat layanan yang memfasilitasi (*facilitating services*) yang terdiri dari informasi (*information*) yaitu memberikan informasi yang relevan kepada pelanggan seperti lokasi, harga, dan syarat ketentuan, pengambilan pesanan (*order taking*) yaitu proses penerimaan orderan yang dilakukan dengan sopan, cepat dan akurat, penagihan (*billing*) yaitu memberikan tagihan kepada pelanggan secara tepat dan akurat, pembayaran (*payment*) yaitu adanya sistem pembayaran yang memudahkan pelanggan seperti transfer dana elektronik dan layanan yang mendorong (*enhancing services*) yang terdiri dari konsultasi (*consultation*) yaitu memberikan tanggapan dari permintaan pelanggan, keramahan (*hospitality*) yaitu memperlakukan setiap pelanggan dengan baik dan ramah baik secara langsung maupun tidak langsung, keamanan (*safekeeping*) yaitu kepastian keamanan yang diinginkan pelanggan saat menggunakan produk atau jasanya, dan yang terakhir ada pengecualian (*exception*) yaitu layanan tambahan yang merujuk pada hal – hal yang terjadi di luar proses layanan normal seperti penanganan keluhan, permintaan khusus, dan pemecahan masalah. Konsep ini sangat bermanfaat bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) seperti Snowie Studio, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kaligrafi. Saat memberikan layanan kaligrafi, Snowie Studio harus memperhatikan banyak faktor berbeda yang membentuk pengalaman pelanggan, termasuk produk inti serta layanan pendukung yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Snowie Studio menyediakan jasa kaligrafi untuk berbagai kebutuhan, mulai dari dekorasi acara, hadiah personal, hingga penulisan ayat-ayat atau kata-kata tertentu dalam seni kaligrafi. Sebagai UMKM yang ingin berkembang, Snowie Studio berusaha memberikan layanan yang berkualitas untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Namun, seperti banyak bisnis lainnya, Snowie Studio menghadapi sejumlah tantangan dalam operasional

sehari-hari. Preferensi konsumen yang berbeda-beda menjadikan sulit untuk menerapkan layanan yang seragam, sehingga diharapkan konsep *Flower of Service* yang dikelola dengan baik dapat memberikan kemudahan pesanan dan kenyamanan pelanggan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai pengalaman, tantangan, dan kebutuhan pelaku UMKM di sektor jasa.

Sebagai objek penelitian, penulis memilih “Snowie Studio”, sebuah UMKM yang bergerak di bidang pembuatan kaligrafi dan gambar. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha tersebut. Beberapa pertanyaan yang diajukan, yaitu :

- a. Permasalahan apa yang dihadapi dalam penyampaian layanan kepada pelanggan?
- b. Selama menjalani usaha, bagaimana cara mengatasi jika pelanggan yang menginginkan layanan cepat?
- c. Bagaimana cara pelanggan dapat melakukan pemesanan jasa kaligrafinya Anda?
- d. Apakah ada kesulitan dalam memenuhi pesanan pelanggan yang bersifat *custom*?
- e. Apakah sejauh ini dalam hal pembayaran ada keterbatasan?
- f. Sejauh ini, apa saja jenis kaligrafi yang paling banyak diminati pelanggan?
- g. Bagaimana cara yang anda lakukan agar pelanggan mengetahui jasa Anda? Apakah ada semacam promosi yang Anda lakukan?
- h. Apakah ada masalah dalam menentukan harga kaligrafi anda khususnya di Batam?
- i. Apa yang membuat Anda tertarik untuk membuka usaha seperti melukis *casings* untuk orang lain?
- j. Bagaimana cara Anda memastikan kualitas kaligrafi yang Anda buat?

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil wawancara terhadap pemilik Snowie Studio menunjukkan bahwa pemilik usaha tidak terlalu memiliki banyak kendala saat memberikan jasa kepada pelanggan. Pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai desain, harga, warna, dan lain-lain dari media sosial Instagram dengan username @snowie.studio. Adanya *platform* media sosial tersebut, pelanggan dapat mencari tahu dan memilih desain dan warna yang diinginkan sebelum melakukan pemesanan kaligrafi. Selain itu, metode pembayaran yang disediakan juga fleksibel sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yaitu melakukan pembayaran secara *online*. Dengan kemudahan tersebut, pelanggan dapat melakukan pembayaran dari jarak jauh dan hanya perlu menunggu hingga pesanan siap untuk diambil.

Meskipun begitu, satu masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha yaitu penetapan harga yang sesuai dengan jasa yang diberikan. Pemilik usaha merasa sulit untuk menetapkan harga sesuai dengan UMR Kota Batam karena harga yang ditetapkan melalui hasil perhitungan dari pemilik usaha itu sendiri. Untuk itu, penulis menawarkan atau merekomendasikan beberapa solusi untuk memudahkan pemilik usaha dalam menentukan harga yang sesuai UMR Kota Batam yaitu pemilik usaha menghitung harga, alat, dan bahan yang digunakan serta menetapkan harga berdasarkan lamanya waktu pengerjaan. Apabila pelanggan memiliki permintaan dan menginginkan agar pesanan kaligrafi yang dipesan dapat diselesaikan lebih cepat, pelanggan akan dikenakan biaya tambahan.

Semakin lama waktu pengerjaan dan banyaknya permintaan pelanggan, pemilik usaha akan memberikan harga yang lebih tinggi. Dengan adanya biaya tambahan ini, pesanan pelanggan tersebut akan diprioritaskan untuk diselesaikan dan sesuai dengan permintaan pelanggan.

Selain permasalahan penentuan harga tersebut, pemilik usaha harus melakukan survei terhadap harga yang ditetapkan oleh kompetitor dengan layanan jasa yang sama. Survei ini dapat membantu pemilik usaha untuk mendapatkan gambaran mengenai kisaran harga yang sesuai, baik untuk menjaga daya saing maupun memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi dengan memahami pola harga kompetitor. Hal ini tidak hanya memberikan harga yang adil kepada pelanggan, tetapi juga menjaga keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang. Survei pasar dapat memberikan wawasan kepada pemilik usaha mengenai ekspektasi pelanggan terhadap harga dengan jasa serupa, sehingga pemilik usaha dapat mengatur strategi pemasaran usahanya lebih baik. Pemilik usaha dapat lebih mudah mengatasi tantangan dalam menentukan harga jasa yang sesuai. Penetapan harga berdasarkan perhitungan alat dan bahan, waktu pengerjaan, serta survei harga *competitor* memungkinkan pemilik usaha untuk menyusun strategi harga yang lebih sistematis dan relevan.

Untuk meningkatkan pelayanan jasa Snowie Studio, pemilik usaha dapat menggunakan konsep *flower of service*. Konsep *Flower of Service* terdiri dari dua indikator yaitu produk inti dan pendukung layanan. Produk inti berfokus pada manfaat yang diberikan perusahaan untuk menjawab masalah dan kebutuhan konsumen, kemudian pendukung layanan merupakan kegiatan yang mendukung jasa tersebut (Putra et al., 2022). Pendukung layanan tersebut terbagi menjadi dua, yaitu layanan yang memfasilitasi (*information, order taking, billing, dan payment*) dan layanan yang mendorong (*consultation, hospitality, safekeeping, dan exceptions*). Adapun penjelasannya adalah berikut:

a. *Information* (Informasi)

Snowie Studio menyediakan informasi lengkap mengenai layanan kaligrafi, termasuk variasi desain, bahan, ukuran, dan harga, yang mudah diakses melalui website, media sosial, atau brosur. Informasi mengenai waktu pengerjaan dan syarat pemesanan juga disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami untuk membangun kepercayaan pelanggan. Sebagai contoh, website studio dapat dilengkapi dengan fitur yang memungkinkan pelanggan melihat galeri hasil karya sebelumnya, yang mencakup berbagai gaya dan variasi desain kaligrafi yang pernah dibuat. Jadwal ketersediaan layanan atau kapasitas produksi untuk proyek tertentu juga dapat diinformasikan secara *online*, sehingga pelanggan dapat menyesuaikan pesanan mereka dengan waktu yang tersedia.

b. *Order Taking* (Pengambilan Pesanan)

Pemesanan *online* melalui website atau media sosial memungkinkan pelanggan memilih desain, ukuran, dan mendapatkan estimasi harga secara otomatis. Opsi pemesanan melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp juga dapat mempermudah komunikasi. Sistem pencatatan pesanan yang terstruktur dan opsi pembayaran fleksibel meningkatkan kenyamanan pelanggan. Setelah pesanan diterima, konfirmasi diberikan untuk memastikan kejelasan status pesanan.

c. *Billing* (Penagihan)

Snowie Studio harus memberikan tagihan tepat waktu dan akurat, disertai penjelasan rinci tentang biaya. Tagihan untuk pelanggan yang datang langsung disampaikan dalam bentuk cetakan, sementara untuk pemesanan *online*, tagihan dikirimkan melalui email atau pesan instan. Proses *billing* yang jelas dan fleksibel meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang.

d. *Payment* (Pembayaran)

Snowie Studio dapat menyediakan berbagai metode pembayaran fleksibel untuk memudahkan pelanggan, baik secara langsung di studio maupun *online*. Opsi pembayaran langsung meliputi tunai, transfer bank, atau kartu debit/kredit. Untuk pemesanan *online*, dapat menggunakan transfer bank *online* atau dompet digital. Sistem *payment gateway* di situs web memungkinkan pembayaran terintegrasi setelah pemesanan. Fitur notifikasi otomatis dan teknologi enkripsi yang andal memastikan keamanan transaksi dan kenyamanan pelanggan.

e. *Consultation* (Konsultasi)

Snowie Studio dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menyediakan sesi konsultasi yang fleksibel, baik secara langsung di studio maupun *online* melalui WhatsApp, email, atau *video call*. Konsultasi ini memungkinkan pelanggan untuk berdiskusi mengenai desain, bahan, dan estimasi waktu pengerjaan. Dengan mencatat preferensi pelanggan dan riwayat pemesanan, Snowie Studio dapat memberikan saran yang lebih personal dan relevan. Untuk mendukung proses ini, studio juga bisa menyediakan katalog desain atau portofolio hasil karya sebelumnya. Menawarkan sesi konsultasi gratis sebagai strategi pemasaran dapat membantu menarik pelanggan baru dan membangun hubungan yang lebih dekat.

f. *Hospitality* (Keramahan)

Hospitality di Snowie Studio dimulai dengan penyambutan hangat dan ramah saat pelanggan memasuki studio, menciptakan kesan pertama yang positif. Staf menyapa pelanggan dengan tulus dan menanyakan kebutuhan mereka, memastikan pelanggan merasa dihargai. Untuk pelanggan setia, Snowie Studio menyapa dengan nama dan menanyakan pengalaman sebelumnya, menciptakan hubungan yang lebih personal. Fasilitas seperti area tunggu yang nyaman, minuman, dan kebersihan toilet juga disediakan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Dengan perhatian pada detail dan pelayanan yang ramah, Snowie Studio menciptakan pengalaman yang menyeluruh, membuat pelanggan merasa dihargai dan cenderung kembali.

g. *Safekeeping* (Keamanan)

Keamanan di Snowie Studio mencakup perlindungan fisik karya kaligrafi dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan. Studio menyediakan ruang kerja terpisah yang aman untuk menghindari gangguan dan melindungi karya kaligrafi yang sedang dikerjakan. Karya yang selesai disimpan di tempat penyimpanan yang aman. Selain itu, informasi pelanggan disimpan dengan sistem manajemen data yang aman dan terjamin kerahasiaannya. Snowie Studio juga memberikan komunikasi transparan mengenai proses pengerjaan dan waktu penyelesaian, serta menawarkan layanan asuransi atau garansi untuk melindungi produk. Kebersihan dan keamanan lingkungan kerja juga dijaga untuk memastikan kualitas kaligrafi.

h. *Exceptions* (Pengecualian)

Snowie Studio perlu memiliki prosedur yang sistematis untuk menangani permintaan khusus dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Ini meliputi komunikasi yang jelas untuk memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai, seperti revisi desain atau penyesuaian harga. Selain itu, studio harus siap mengatasi masalah teknis yang menyebabkan keterlambatan pengerjaan dengan memberikan pemberitahuan dan estimasi waktu baru. Prosedur ini juga mencakup penanganan keluhan pelanggan dengan profesionalisme dan transparansi, serta pemberian kompensasi jika diperlukan. Dengan prosedur yang jelas, Snowie Studio dapat menjaga kepuasan pelanggan dan reputasi sebagai penyedia layanan kaligrafi yang handal.

4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil wawancara yang penulis lakukan, dapat penulis simpulkan bahwa pemilik Snowie Studio yang bergerak di jasa kaligrafi, tidak banyak memiliki hambatan saat

memberikan jasanya. Hambatan terbesar yang di hadapi oleh Snowie Studio hanyalah dalam penentuan harga yang sesuai dengan UMR dari kota Batam. Untuk mengatasi hal ini penulis memberikan beberapa solusi, seperti menghitung harga alat dan bahan, mempertimbangkan waktu pengerjaan, dan melakukan survei terhadap harga yang ditetapkan oleh kompetitor. Dengan melakukan survei pasar, pemilik dapat memahami harga pasar yang berlaku dan menetapkan harga yang lebih kompetitif serta adil. Selain itu, strategi dalam mengimplementasi konsep *flower of service* juga bisa berfokus pada layanan tambahan, Snowie Studio diharapkan dapat menjangkau pelanggan korporat, seperti hotel, restoran, atau perusahaan yang membutuhkan karya seni kaligrafi untuk dekorasi bahkan *branding*.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusinya dalam penyusunan artikel ini. Terutama kepada pemilik dari Snowie Studio yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan wawancara dan berbagi pengalaman berharga terkait implementasi *Flower of Service* dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.

Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, saran, dan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian artikel ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan wawasan baru bagi pengembangan kualitas layanan jasa, khususnya di sektor UMKM.

6. Daftar Pustaka

Mariany, R. et al. (2023) 'Implementasi The Flower Of Service Dalam Peningkatan Layanan Jasa Toko Union Motor', *Jurnal Pengabdian ...*, 4(2), pp. 758–769.

Available at: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/919%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/919/698>.

Hashem, T.N. (2018) 'The Flower of Service Concept and Its Influence on the Customer Satisfaction: Case Study of Jordanian Private Hospitals Sector', *International Journal of Business and Management*, 13(2), p. 122. Available at: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n2p122>.

Parra-López, E. and Martínez-González, J.A. (2022) Service Marketing Mix, *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Available at: <https://doi.org/10.4337/9781800377486.service.marketing.mix>.

Lewis, B. R., & Mitchell, V. W. (1990). Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence & Planning*, 8(6), 11–17. <https://doi.org/10.1108/EUM000000001086>.

Parra-López, E., & Martínez-González, J. A. (2022). Service Marketing Mix. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.service.marketing.mix>.

Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka

Penjualan. Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 31.
<https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>.

Maridza, F. et al. (2023) Analisa dan Penerapan Flower of Service untuk Peningkatan Kualitas Layanan pada UMKM Rumah Makan Padang, media mahasiswa indonesia. Available at: <https://mahasiswaindonesia.id/analisa-dan-penerapan-flower-of-service-untuk-peningkatan-kualitas-layanan-pada-umkm-rumah-makan-padang/>. Scarinci, Isabel C., Francisco A.R. Garcia, Erin Kobetz, Edward E. Partridge, Heather M. Brandt, Maria C. Bell, Mark Dignan, Grace X. Ma, Jane L. Daye, and Philip E. Castle. "Cervical Cancer Prevention: New Tools and Old Barriers." *Cancer* (2010): NA-NA.