

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PEDAGANG ECERAN ARAK BALI VATIQA KECAMATAN KRIAN

Ismail Hasan Pambudi

Program Studi Manajemen Logistik Universitas Logistik Dan Bisnis Internasional

Email: 182240043@std.ulbi.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pedagang eceran Arak Bali VATIQA di Kecamatan Krian, sebuah area dengan karakteristik urbanisasi yang belum masif dan adopsi teknologi digital yang terbatas. Kepuasan pelanggan merupakan elemen krusial bagi keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama bagi mereka yang menawarkan produk unik dengan nilai budaya seperti Arak Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi partisipan selama enam bulan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Arak Bali VATIQA dipengaruhi secara signifikan oleh beberapa faktor utama, yaitu: (1) ketersediaan produk yang konsisten dan kualitas yang terjaga; (2) kemudahan dan fleksibilitas dalam proses transaksi, termasuk ketersediaan uang kembalian untuk pembayaran tunai dan alternatif pembayaran transfer; (3) aksesibilitas layanan melalui jam operasional 24 jam; (4) kecepatan dan efisiensi layanan; serta (5) fleksibilitas dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan seperti layanan pengambilan barang secara custom dan pengiriman. Temuan ini menggarisbawahi efektivitas praktik layanan pelanggan tradisional dan personal yang diterapkan oleh Arak Bali VATIQA dalam menciptakan kepuasan pelanggan di tengah minimnya pemanfaatan teknologi digital. Simpulan utama menekankan bahwa fundamental layanan yang kuat, didukung oleh manajemen operasional dasar yang baik, dapat menjadi pilar utama kepuasan pelanggan, khususnya bagi UMKM yang beroperasi dalam konteks sosial-ekonomi serupa.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Layanan Pelanggan, UMKM, Arak Bali, Metode Kualitatif, Observasi, Krian.

Abstract: This study aims to analyze the factors influencing customer satisfaction with the Arak Bali VATIQA seller in Krian District, an area characterized by less massive urbanization and limited adoption of digital technology. Customer satisfaction is a crucial element for the sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially for those offering unique products with cultural value such as Balinese Arak. The research method employed is qualitative with a case study approach through participant observation over six months. The collected data were analyzed using descriptive thematic analysis. The results indicate that customer satisfaction with Arak Bali VATIQA is significantly influenced by several key factors: (1) consistent product availability and maintained quality; (2) ease and flexibility in the transaction process, including the availability of change for cash payments and alternative transfer payment methods; (3) service accessibility through 24-hour operational hours; (4) speed and efficiency of service; and (5) flexibility in meeting customer needs such as custom takeaways and delivery services. These findings underscore the effectiveness of traditional and personal customer service practices implemented by Arak Bali VATIQA in creating customer satisfaction amidst minimal utilization of digital technology. The main conclusion emphasizes that strong service fundamentals, supported by good basic operational management, can be the primary pillar of customer satisfaction, particularly for MSMEs operating in similar socio-economic contexts.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Service, MSMEs, Balinese Arak, Qualitative Method, Observation, Krian.

PENDAHULUAN

Pada tengah sengitnya persaingan bisnis saat ini, kemampuan sebuah perusahaan dalam memahami, memenuhi, bahkan melampaui harapan konsumen menjadi faktor krusial yang menentukan kesuksesan dan kelangsungan hidup bisnis yang dijalani. Relevansi penelitian mengenai kepuasan pelanggan tidak pernah pudar, terus berkembang seiring dengan munculnya produk baru, layanan inovatif, serta adaptasi perusahaan terhadap perubahan zaman dan kemajuan teknologi (Pambudi, 2025). Sebagai contoh, implementasi sistem auto-reply dan penggunaan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) sebagai *customer service* merupakan respons industri

terhadap tuntutan efisiensi dan ekspektasi pelanggan modern akan layanan yang serba cepat dan tersedia setiap saat.

Kepuasan pelanggan, sebuah konsep inti dalam studi pemasaran dan manajemen bisnis, didefinisikan oleh para ahli dalam berbagai cara. Menurut Oliver menyatakan bahwa kepuasan adalah respons emosional individu setelah mengevaluasi kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan ekspektasi mereka. Lebih lanjut, Oliver menjelaskan bahwa tingkat kepuasan bergantung pada selisih antara kinerja yang dirasakan dan harapan pelanggan. Ketidaksesuaian antara kinerja di bawah harapan akan menghasilkan kekecewaan, kesesuaian akan menghasilkan kepuasan, dan kinerja yang melampaui harapan akan menciptakan kepuasan yang tinggi. Berbagai faktor memengaruhi pembentukan harapan pelanggan, termasuk pengalaman sebelumnya, pengaruh sosial dari orang terdekat, serta informasi yang disampaikan oleh pemasar (Oliver, 2019). Sejalan dengan pemikiran Oliver, Kotler dalam bukunya mengartikan kepuasan pelanggan sebagai emosi positif atau negatif yang muncul setelah pelanggan mengevaluasi kinerja produk atau jasa dibandingkan dengan ekspektasi awal mereka. (Kotler, 2017). Dari sudut pandang yang berbeda, Tjiptono juga menggarisbawahi bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dilakukan setelah pembelian. Dalam penilaian ini, konsumen membandingkan kinerja aktual produk atau jasa yang telah mereka pilih dengan harapan yang mereka miliki sebelum membeli, dan kepuasan tercapai jika kinerja tersebut sesuai atau bahkan melebihi harapan tersebut. (Tjiptono, 2017).

Penelitian ini berangkat dari perspektif manajemen logistik, sebuah disiplin ilmu di mana pemahaman mendalam mengenai *customer service* memegang peranan krusial. Latar belakang pendidikan peneliti dalam manajemen logistik memberikan kesadaran bahwa layanan pelanggan, baik yang bersifat internal (antar departemen dalam perusahaan) maupun eksternal (kepada konsumen akhir), merupakan "senjata utama" bagi seorang praktisi logistik untuk memaksimalkan efektivitas dan efisiensi operasional (Pambudi, 2025). Efisiensi dalam proses logistik, seperti manajemen inventori yang optimal sehingga produk selalu tersedia, secara inheren menjadi fondasi bagi terwujudnya layanan pelanggan yang prima, yang pada gilirannya akan bermuara pada kepuasan pelanggan. Dalam skala bisnis logistik yang beragam, mulai dari korporasi multinasional hingga pelaku usaha retail skala kecil, pentingnya *customer service* tetap tak tergoyahkan (Pambudi, 2025).

Dalam lingkup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta bisnis ritel, pemahaman mendalam dan penerapan strategi kepuasan pelanggan yang efektif memiliki potensi besar sebagai fondasi untuk mengoptimalkan kegiatan operasional dan meraih keuntungan yang sebesar-besarnya (Pambudi, 2025). Studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih praktis sebagai panduan bagi pemilik UMKM dalam merencanakan dan mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien.

Pemilihan Pedagang eceran Arak Bali VATIQA sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa observasi awal yang menarik. Pedagang eceran ini menunjukkan adanya kelebihan signifikan dalam pengelolaan kualitas produk dan cara menangani pelanggan. Arak Bali sendiri merupakan produk yang unik, memiliki nilai budaya yang kental (Wijaya, 2022). Pada sisi lain untuk pedagang eceran arak bali belum banyak menjadi subjek penelitian mendalam dari perspektif kepuasan pelanggan di tingkat UMKM. Keunikan produk ini berpotensi menciptakan ekspektasi dan dimensi kepuasan yang berbeda pada pelanggan, melampaui sekadar aspek transaksional.

Lokasi penelitian, yaitu Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, dipilih dengan pertimbangan karakteristik sosial-ekonominya. Peneliti berdasarkan pengamatan menunjukkan wilayah ini untuk tingkat urbanisasi yang belum begitu masif, dengan kondisi masyarakat yang, dalam beberapa aspek, belum sepenuhnya terintegrasi dengan kemajuan teknologi terkini (SIDOARJO, 2023). Pernyataan Bank Dunia yang mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih berada dalam kategori ekonomi menengah ke bawah (merujuk pada data 60,3% masyarakat Indonesia tergolong miskin, setara 171 juta penduduk (Rachman, 2025)) memperkuat gambaran bahwa penetrasi dan pemanfaatan teknologi terbaru yakni QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dan E-Wallet belum merata dan belum digunakan secara masif di seluruh lapisan masyarakat. Keterbatasan ini seringkali disebabkan oleh faktor biaya akses teknologi, biaya tambahan penggunaan fasilitas, serta tingkat literasi digital yang beragam. Kondisi sosial-ekonomi dan tingkat penetrasi teknologi yang lebih rendah di Krian menjadi justifikasi kuat mengapa pendekatan layanan pelanggan tradisional, seperti yang diduga diterapkan oleh Arak Bali VATIQA, masih sangat relevan oleh masyarakat setempat (SIDOARJO, 2023).

Dalam konteks tersebut, terdapat argumentasi bahwa implementasi teknologi secara besar-besaran dan serampangan, tanpa mempertimbangkan kesiapan dan preferensi target pasar, justru berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya bagi segmen masyarakat yang masih menganggap teknologi sebagai sesuatu yang rumit (Pambudi, 2025). Penurunan kualitas kepuasan pelanggan ini pada akhirnya dapat berpengaruh negatif terhadap volume pedagang eceran retail. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menggali lebih dalam bagaimana praktik-praktik layanan pelanggan yang cenderung tradisional, namun terbukti efektif, mampu menciptakan kepuasan pelanggan di tengah arus digitalisasi yang kian deras.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Alasan pemilihan pendekatan ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terkait fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti tindakan, motivasi, persepsi, dan perilaku mereka. Data dikumpulkan dan dianalisis secara holistik melalui penjabaran deskriptif dalam wujud bahasa dan kata-kata, dalam setting natural yang khas, dengan memanfaatkan berbagai teknik pengumpulan data yang bersifat alamiah. (Z, 2023). Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci (*human instrument*) yang mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data (Anufia, 2019). Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study research*) (Nanda, 2025). Studi kasus merupakan penelitian yang memusatkan perhatian pada suatu kasus tertentu secara intensif dan mendalam untuk dipelajari sebagai suatu kasus yang terintegrasi (Nanda, 2025). Penekanan dalam studi kasus adalah untuk memaksimalkan pemahaman tentang kasus yang dipelajari, bukan untuk melakukan generalisasi (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini, studi kasus difokuskan pada satu unit analisis tunggal (*single case design*), yaitu praktik layanan pelanggan pada Pedagang eceran Arak Bali VATIQA dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Pemilihan studi kasus dianggap tepat karena memungkinkan eksplorasi yang kaya dan mendalam terhadap fenomena unik, yaitu praktik layanan pelanggan Pedagang eceran Arak Bali VATIQA yang berhasil mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah keterbatasan adopsi teknologi, dalam konteks spesifik Kecamatan Krian. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan kontekstual (Z, 2023). Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis, di mana peneliti akan mendeskripsikan secara rinci praktik layanan pelanggan

yang diamati dan kemudian menganalisis bagaimana praktik-praktik tersebut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi usaha Pedagang eceran Arak Bali VATIQA yang bertempat di Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada observasi awal peneliti mengenai keunikan praktik layanan pelanggan yang diterapkan oleh pedagang eceran tersebut, serta relevansi konteks sosial-ekonomi desa-desa Kecamatan Krian yang memiliki karakteristik urbanisasi belum masif dan tingkat adopsi teknologi yang relatif lebih rendah, sebagaimana telah diuraikan pada bagian Latar Belakang.

Pengumpulan data melalui observasi dilakukan secara intensif selama periode enam bulan, yaitu dari Februari 2024 hingga Juli 2024. Durasi observasi yang cukup panjang ini dipilih untuk memastikan kedalaman dan validitas data yang diperoleh, memungkinkan peneliti untuk mengamati pola-pola perilaku, konsistensi layanan, serta kemungkinan adanya variasi dalam praktik layanan pelanggan dari waktu ke waktu. Hal ini juga memungkinkan peneliti untuk membangun pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika operasional dan interaksi pelanggan di Arak Bali VATIQA. Penyebutan tempat dan waktu penelitian merupakan standar dalam pelaporan ilmiah.

Subjek/Objek Penelitian

Objek utama dalam penelitian ini adalah keseluruhan praktik layanan pelanggan yang diterapkan oleh Pedagang eceran Arak Bali VATIQA dan berbagai faktor yang teridentifikasi mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Subjek penelitian, atau unit analisis yang menjadi fokus utama, adalah Pedagang eceran Arak Bali VATIQA itu sendiri. Ini mencakup interaksi yang terjadi antara pedagang eceran, baik pemilik maupun karyawan yang melayani dengan para pelanggan, serta pengamatan terhadap lingkungan fisik tempat usaha dan aspek-aspek operasional yang relevan dengan layanan pelanggan. Dalam terminologi penelitian kualitatif, fokus dapat diarahkan pada situasi sosial tertentu, yang meliputi tempat (*place*), aktor (*actors*), dan aktivitas (*activity*) (Waruwu, 2023). Dalam konteks ini, tempatnya adalah lokasi usaha Arak Bali VATIQA, aktornya adalah pedagang eceran dan pelanggan, dan aktivitasnya adalah seluruh proses layanan dan transaksi yang terjadi. Fokus pada "praktik" dan "interaksi" ini sangat sesuai dengan metode observasi yang digunakan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik utama yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi. Berdasarkan deskripsi peneliti yang melakukan pengamatan selama enam bulan, jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi partisipan. Observasi partisipan sendiri memiliki definisi di mana peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari subjek (Rahardjo, 2011). Peneliti melakukan observasi secara sistematis dan berkelanjutan selama periode enam bulan, dengan fokus pada pencatatan berbagai aspek yang berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan. Aspek-aspek yang diamati meliputi proses jual-beli, pengelolaan inventori produk, konsistensi kualitas produk, proses transaksi (termasuk penanganan uang tunai dan kembalian, serta opsi pembayaran transfer), jam operasional, fleksibilitas dalam melayani permintaan custom dari pelanggan, ketersediaan layanan pengiriman, serta kecepatan dan efisiensi layanan secara keseluruhan. Observasi langsung ini memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa perilaku, konteks interaksi, dan detail-detail situasional yang tidak akan terungkap secara penuh melalui metode lain seperti wawancara atau survei. Sebagai contoh, peneliti dapat mengamati secara langsung bagaimana pedagang eceran menangani permintaan custom, bagaimana pelanggan

bereaksi terhadap ketersediaan produk yang konsisten, atau bagaimana kelancaran transaksi tunai berlangsung.

Sebagai metode pendukung, adanya penggunaan wawancara informal singkat dengan beberapa pelanggan (dengan izin) atau dengan pedagang eceran untuk mengklarifikasi observasi tertentu, serta analisis dokumen sederhana seperti catatan harga atau materi promosi jika ada dan relevan. Wawancara tidak terstruktur atau semi-terstruktur merupakan teknik yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggali pemahaman yang lebih dalam (Anufia, 2019). Dokumentasi, yang dapat berupa tulisan, gambar, atau artefak lain, juga dapat digunakan untuk melengkapi data observasi (Anufia, 2019).

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti sendiri (human instrument) (Anufia, 2019). Peneliti menggunakan seluruh panca inderanya, kemampuan observasi, pencatatan yang cermat, serta daya analisis dan interpretasi untuk mengumpulkan, memaknai, dan melaporkan data.

Teknik Analisis Data

Data kualitatif yang terkumpul dari hasil observasi selama enam bulan dianalisis menggunakan pendekatan analisis data kualitatif deskriptif, dengan penekanan pada metode Analisis Tematik (*Thematic Analysis*). Analisis tematik adalah metode yang fleksibel dan umum digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola-pola (tema) dalam data kualitatif (Dye, 2023). Proses analisis data dilakukan secara induktif, di mana tema-tema dan pola-pola makna muncul dari data observasi itu sendiri, bukan ditentukan sebelumnya berdasarkan hipotesis (Siswanto, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Umum Pedagang Arak Bali Vatiqa dan Konteks Kecamatan Krian

Pedagang Arak Bali Vatiqa merupakan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang retail minuman tradisional khas Bali, yaitu arak. Produk utama yang ditawarkan adalah Arak Bali murni, dengan setidaknya dua variasi yang dibedakan berdasarkan harga, yakni seharga Rp35.000 dan Rp45.000 per botol. Berdasarkan observasi selama enam bulan dan indikasi adanya basis pelanggan yang besar dan loyal, dapat diasumsikan bahwa Arak Bali Vatiqa telah beroperasi cukup lama dan memiliki reputasi yang mapan di kalangan konsumennya. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam operasional sehari-hari tidak dirinci, namun layanan yang tersedia selama 24 jam mengindikasikan adanya sistem piket atau keterlibatan beberapa individu dalam menjaga keberlangsungan layanan.

Lokasi usaha Arak Bali Vatiqa berada di Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Kecamatan Krian, sebagaimana diobservasi, menunjukkan karakteristik lingkungan yang belum sepenuhnya tersentuh oleh modernisasi masif yang biasa ditemui di perkotaan besar. Suasana umum cenderung lebih tenang, dengan tingkat kepadatan penduduk dan aktivitas komersial yang tidak seintensif pusat kota. Aksesibilitas menuju lokasi penjualan Arak Bali Vatiqa tergolong mudah bagi pelanggan lokal, dan lingkungan sekitarnya didominasi oleh pemukiman penduduk serta beberapa usaha kecil lainnya. Menciptakan sebuah latar belakang yang unik, di mana praktik bisnis tradisional dan interaksi personal masih memegang peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat.

Karakteristik umum pelanggan yang teramati selama periode penelitian menunjukkan keragaman, namun tidak ada data demografis spesifik (seperti usia rata-rata atau frekuensi pembelian per pelanggan) yang dikumpulkan secara sistematis. Meskipun demikian, keberadaan *customer base* yang cukup besar mengindikasikan bahwa produk Arak Bali Vatiqa diminati oleh berbagai kalangan di wilayah tersebut dan sekitarnya, yang mencakup konsumen untuk keperluan pribadi maupun untuk acara-acara tertentu. Deskripsi Arak Bali Vatiqa sebagai UMKM yang telah mapan dan stabil di tengah lingkungan Krian yang cenderung tradisional ini menciptakan sebuah kontras yang menarik, yang mendukung argumen utama penelitian mengenai efektivitas model layanan non-digital dalam konteks tertentu.

Temuan Observasi Praktik Layanan Pelanggan di Arak Bali Vatiqa

Berdasarkan observasi partisipan yang dilakukan selama enam bulan, teridentifikasi beberapa tema sentral terkait praktik layanan pelanggan di Arak Bali Vatiqa yang secara signifikan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Temuan-temuan ini disajikan secara tematik, didukung oleh deskripsi naratif yang kaya dari catatan lapangan.

Tema 1: Ketersediaan dan Konsistensi Produk sebagai Fondasi Kepercayaan (Reliability)

Salah satu aspek paling menonjol yang diobservasi di Arak Bali Vatiqa adalah keandalan dalam hal ketersediaan dan kualitas produk. Selama periode observasi enam bulan, tercatat bahwa belum ada terjadi kasus kehabisan produk pada saat pembelian. Hal ini teramati dari ketersediaan stok produk yang selalu tampak mencukupi di tempat penjualan. Meskipun mekanisme detail pengelolaan inventori atau frekuensi pengisian ulang stok tidak menjadi fokus utama observasi, konsistensi ketersediaan ini menunjukkan adanya sistem manajemen pasokan yang efektif di tingkat UMKM. Pelanggan yang datang selalu dapat memperoleh produk yang mereka inginkan, baik varian dengan harga Rp35.000 maupun Rp45.000. Selain ketersediaan, konsistensi kualitas produk juga menjadi faktor kunci. Dilaporkan dari percakapan singkat bahwa kualitas Arak Bali yang dijual tidak ada perubahan, konsistensi terhadap produk yang dijual menjadikan salah satu faktor dari kepuasan pelanggan itu sendiri. Observasi tidak menemukan adanya keluhan dari pelanggan terkait perubahan rasa, aroma, atau kejernihan produk. Konsistensi ini, dari hari ke hari, dari minggu ke minggu, membangun persepsi reliabilitas yang kuat di benak pelanggan. Mereka percaya bahwa setiap kali membeli Arak Bali di Vatiqa, mereka akan mendapatkan produk dengan standar kualitas yang sama seperti pembelian sebelumnya. Ketersediaan dan konsistensi ini membentuk fondasi kepercayaan pelanggan, memenuhi ekspektasi dasar mereka, dan secara langsung mencerminkan dimensi Reliability dalam kerangka SERVQUAL.

Tema 2: Kemudahan dan Fleksibilitas Transaksi sebagai Bentuk Pelayanan Responsif dan Empatik (Responsiveness & Empathy)

Proses transaksi di Arak Bali Vatiqa dirancang untuk memberikan kemudahan maksimal bagi pelanggan, terutama dalam konteks lingkungan di mana transaksi non-tunai canggih belum dominan. Observasi menunjukkan bahwa untuk pembayaran tunai, "arak bali Vatiqa ini selalu ada kembalian pada saat pembelian dengan pembayaran cash, tidak pernah terjadi kasus uang kembalian tidak ada, dan untuk uang kembalian itu bahkan selalu disiapkan atau selalu siap jika ada pembelian" ujar salah satu pembeli. Kelancaran proses ini sangat diapresiasi pelanggan. Pedagang terlihat selalu memiliki pecahan uang kecil yang cukup, sehingga proses pengembalian uang berjalan cepat dan akurat, menghindari frustrasi yang sering timbul di usaha kecil lain akibat ketiadaan uang kembalian. Selain pembayaran tunai, Arak Bali Vatiqa juga menunjukkan fleksibilitas dengan menyediakan opsi pembayaran melalui transfer. Meskipun tidak memiliki mesin EDC atau integrasi QRIS secara langsung, pedagang arak bali Vatiqa bisa melakukan

transaksi melalui transfer. Mekanisme ini, meskipun sederhana (misalnya, transfer ke rekening pribadi yang terafiliasi atau melalui perantara), menunjukkan upaya untuk mengakomodasi preferensi pelanggan yang tidak membawa uang tunai dalam jumlah cukup. Kemampuan menyediakan kembalian tunai secara konsisten dan menawarkan alternatif transfer sederhana ini adalah poin layanan krusial yang menunjukkan perhatian (Empathy) terhadap kenyamanan pelanggan dan kesiapan (Responsiveness) dalam melayani.

Tema 3: Aksesibilitas dan Ketersediaan Layanan Non-Stop sebagai Wujud Komitmen (Responsiveness)

Salah satu keunggulan paling signifikan dari Arak Bali Vatiqa adalah aksesibilitas layanannya. Usaha ini beroperasi "24 jam selalu ada yang melayani, mulai dari pagi, siang, sore, malam sampai ketemu pagi akan selalu ada yang melayani" ujar salah satu pembeli. Observasi di berbagai waktu, termasuk di luar jam kerja normal, mengkonfirmasi keberadaan penjaga atau layanan yang siap melayani pelanggan. Ketersediaan layanan non-stop ini memberikan fleksibilitas luar biasa bagi pelanggan, yang dapat melakukan pembelian kapan pun mereka membutuhkan, tanpa terikat jam buka-tutup yang kaku. Lebih lanjut, Arak Bali Vatiqa juga "menyediakan contact person untuk melakukan pengambilan barang secara custom" ujar pembeli. Ini berarti pelanggan dapat memesan terlebih dahulu dan mengatur pengambilan barang di lokasi atau waktu yang disepakati, bahkan "transaksi arak bali Vatiqa ini juga bisa dilakukan dimana saja" ujar pembeli lain, yang mengindikasikan fleksibilitas lokasi transaksi di luar tempat penjualan utama. Selain itu, Arak Bali Vatiqa juga menyediakan pengiriman untuk produk arak bali yang dijual, pembeli hanya perlu berbicara baik secara langsung atau bisa via telpon maupun chat untuk pengiriman. Layanan 24 jam, ditambah dengan fleksibilitas pengambilan custom dan layanan pengiriman, menunjukkan komitmen yang luar biasa terhadap kenyamanan pelanggan. Ini melampaui standar layanan yang biasa ditemui pada UMKM sejenis dan menjadi diferensiator utama yang sangat dihargai di pasar lokal.

Tema 4: Kecepatan dan Efisiensi Layanan sebagai Penghargaan terhadap Waktu Pelanggan (Responsiveness)

Proses layanan di Arak Bali Vatiqa diobservasi sebagai sangat efisien. Pembelian bisa dilakukan dengan sangat cepat, tidak ada gerakan tambahan, dan langsung transaksi. Alur layanan tampak sederhana dan *to the point*: "pembeli hanya perlu memberi tahu jenis arak bali yang akan dibeli, menyebutkan kuantitas, serahkan uang, dan barang sudah siap untuk dibawa" ujar pembeli. Tidak ada prosedur yang rumit atau birokrasi yang memperlambat proses. Kecepatan dan efisiensi ini sangat menghargai waktu pelanggan, mengurangi potensi antrian atau penantian yang tidak perlu, dan berkontribusi signifikan terhadap pengalaman pelanggan yang positif. Pelanggan dapat dengan cepat mendapatkan apa yang mereka butuhkan tanpa hambatan, yang meningkatkan persepsi kualitas layanan secara keseluruhan.

Tema 5: Interaksi Personal dan Komunikasi yang Mendukung (Empathy & Assurance)

Meskipun tidak secara eksplisit dirinci oleh peneliti sebagai tema terpisah dalam input awal, aspek komunikasi dan interaksi personal tersirat dalam beberapa praktik layanan. Misalnya, salah satu pembeli mengatakan bahwa jika ingin melakukan pembelian, pelanggan memiliki kemampuan untuk berbicara baik secara langsung atau bisa via telpon maupun chat untuk mengatur pengiriman atau pengambilan custom menunjukkan adanya saluran komunikasi yang personal dan responsif. Selama observasi, interaksi antara pedagang dan pelanggan (meskipun detailnya tidak terekam sistematis) tampak berlangsung dengan baik. Pedagang mampu memahami pesanan dengan cepat dan memberikan produk yang sesuai. Di lingkungan di mana

layanan digital yang bersifat impersonal belum sepenuhnya diterima atau bahkan tidak tersedia, interaksi personal yang positif, ramah, dan efisien dapat membangun hubungan, kepercayaan (Assurance), dan rasa dipahami (Empathy) pada pelanggan.

Secara keseluruhan, temuan observasi menunjukkan bahwa Arak Bali Vatiqa telah berhasil membangun model layanan pelanggan yang sangat efektif dengan berfokus pada fundamental-fundamental kunci: produk yang andal, transaksi yang mudah dan fleksibel, aksesibilitas yang tinggi, layanan yang cepat, serta interaksi yang mendukung.

Pembahasan

Bagian ini bertujuan untuk menafsirkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, menjelaskan implikasi dari temuan-temuan tersebut, serta membandingkannya dengan kerangka teori yang relevan dan penelitian-penelitian sebelumnya (Salmaa, 2022).

Analisis Kepuasan Pelanggan Arak Bali Vatiqa Berdasarkan Temuan dan Teori

Temuan observasi di Arak Bali Vatiqa secara konsisten menunjukkan praktik-praktik layanan pelanggan yang unggul, yang dapat dianalisis melalui berbagai teori kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan di Arak Bali Vatiqa tampaknya bukan hasil dari satu faktor tunggal, melainkan merupakan sinergi dari berbagai praktik layanan yang konsisten dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Ketersediaan produk yang handal dan kualitas yang konsisten (Tema 1) secara langsung berhubungan dengan Teori Diskrepansi Harapan Oliver (2019). Pelanggan datang dengan ekspektasi dasar bahwa produk yang mereka cari akan tersedia dan memiliki kualitas yang diharapkan. Dengan secara konsisten memenuhi bahkan melebihi ekspektasi ini (misalnya, pelanggan pernah kecewa di tempat lain karena produk habis), Vatiqa menciptakan *positive disconfirmation* yang berujung pada kepuasan. Dari perspektif SERVQUAL, praktik ini mencerminkan dimensi *Reliability* (Keandalan) yang tinggi, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Konsistensi kualitas produk juga merupakan elemen inti dari *product reliability* yang membangun kepercayaan jangka panjang.

Kemudahan dan fleksibilitas transaksi (Tema 2), seperti selalu tersedianya uang kembalian untuk pembayaran tunai dan adanya opsi transfer melalui partner, secara signifikan mengurangi *customer effort* dan potensi frustrasi. Hal ini selaras dengan dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) karena menunjukkan kesiapan dan kecepatan dalam memfasilitasi transaksi, serta *Empathy* (Empati) karena menunjukkan pemahaman terhadap berbagai situasi dan preferensi pelanggan. Di lingkungan di mana transaksi tunai masih dominan, perhatian terhadap detail seperti ketersediaan kembalian menjadi sangat krusial.

Aksesibilitas layanan melalui jam operasional 24 jam dan fleksibilitas dalam pengambilan barang secara *custom* serta layanan pengiriman (Tema 3) adalah manifestasi kuat dari *Responsiveness* dan *Empathy*. Ketersediaan layanan sepanjang waktu dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan spesifik pelanggan (misalnya, pengiriman atau pengambilan di lokasi berbeda) menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap kenyamanan pelanggan. Ini menciptakan nilai tambah yang signifikan dan membedakan Vatiqa dari pesaing yang memiliki jam operasional atau fleksibilitas layanan yang lebih terbatas.

Kecepatan dan efisiensi layanan (Tema 4), di mana proses pembelian berlangsung cepat dan tidak bertele-tele, adalah cerminan langsung dari *Responsiveness*. Menghargai waktu pelanggan dan meminimalkan waktu tunggu adalah aspek penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif, terutama untuk transaksi yang bersifat rutin.

Interaksi personal dan komunikasi yang mendukung (Tema 5), meskipun tidak menjadi fokus utama input awal, tersirat dalam kemampuan pelanggan untuk bernegosiasi atau memesan melalui kontak personal. Dalam konteks layanan tradisional, interaksi yang ramah, sopan, dan informatif dari pedagang dapat meningkatkan dimensi *Assurance* (Jaminan), karena membangun kepercayaan pelanggan terhadap penjual dan produknya, serta *Empathy*, karena pelanggan merasa didengarkan dan dilayani secara personal.

Faktor harga, dengan adanya dua variasi produk (Rp35.000 dan Rp45.000), memungkinkan Vatiqa untuk melayani segmen pelanggan dengan kemampuan beli yang berbeda. Ini dapat meningkatkan persepsi keadilan harga dan *value for money*, yang juga berkontribusi pada kepuasan (Nurrofi, 2021).

Secara holistik, kombinasi dari keandalan produk dan operasional, kemudahan dan fleksibilitas transaksi, aksesibilitas layanan yang superior, kecepatan proses, dan potensi interaksi personal yang positif, secara bersama-sama menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi di Arak Bali Vatiqa. Ini menunjukkan sebuah model layanan yang komprehensif dan matang di tingkat UMKM, yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan fundamental pelanggan secara konsisten dan efisien.

Keunikan Praktik Arak Bali Vatiqa dalam Konteks Lokal dan Tantangan Teknologi

Keberhasilan Arak Bali Vatiqa dalam menciptakan kepuasan pelanggan menjadi sangat menarik ketika ditempatkan dalam konteks Kecamatan Krian, yang memiliki karakteristik sosial-ekonomi dengan tingkat urbanisasi dan adopsi teknologi yang lebih rendah dibandingkan kota-kota besar (Nada, 2021). Model layanan pelanggan yang diterapkan Vatiqa, yang cenderung tradisional dan mengandalkan interaksi personal serta fundamental operasional yang kuat, terbukti sangat efektif di lingkungan ini. Banyak UMKM di Indonesia menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi, mulai dari keterbatasan literasi digital, biaya investasi, hingga infrastruktur jaringan yang belum merata (Nada, 2021). Arak Bali Vatiqa, dengan tidak terlalu bergantung pada solusi digital canggih seperti sistem pembayaran QRIS yang terintegrasi atau platform

E-commerce yang kompleks, menunjukkan bahwa kesuksesan dapat diraih melalui jalur yang berbeda. Pendekatan Vatiqa yang berfokus pada fundamental layanan – seperti ketersediaan produk yang tak pernah putus, kualitas yang konsisten, kemudahan transaksi tunai yang selalu disertai kembalian, dan layanan 24 jam – tampaknya lebih sesuai dan lebih dihargai oleh target pasarnya saat ini. Implementasi teknologi yang terlalu dini atau tidak sesuai dengan kesiapan pasar justru berisiko menimbulkan kerumitan dan menurunkan kepuasan pelanggan, sebagaimana dikhawatirkan oleh peneliti.

Dalam konteks ini, Arak Bali Vatiqa secara tidak sengaja, atau justru secara sadar dan adaptif, telah membangun sebuah "benteng pertahanan" terhadap disrupsi digital. Loyalitas pelanggan yang kuat, yang ditempa melalui pengalaman positif berulang kali, keandalan operasional yang superior, dan sentuhan layanan personal, menjadi aset yang sulit ditiru oleh pesaing yang hanya mengandalkan antarmuka digital. Di pasar di mana interaksi manusiawi dan kepercayaan personal masih memegang nilai tinggi, model layanan Vatiqa memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Ini bukan berarti menolak teknologi, tetapi lebih kepada penekanan bahwa teknologi adalah alat yang penggunaannya harus disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan, bukan menjadi tujuan itu sendiri.

Aspek budaya dari produk Arak Bali juga tidak bisa diabaikan (Wijaya, 2022). Pelanggan yang mencari Arak Bali memiliki ekspektasi tertentu terkait keaslian, tradisi, dan kualitas yang dijaga. Kemampuan Vatiqa untuk secara konsisten menyediakan produk yang memenuhi

ekspektasi kultural ini, ditambah dengan layanan yang memuaskan, memperkuat posisi tawar dan loyalitas pelanggan. Kepuasan tidak hanya datang dari kemudahan transaksi, tetapi juga dari keyakinan bahwa mereka mendapatkan produk Arak Bali yang "benar" dan berkualitas dari penjual yang terpercaya.

Implikasi Penelitian bagi UMKM dan Praktisi Logistik

Temuan dari studi kasus Arak Bali Vatiqa ini memiliki beberapa implikasi penting, baik bagi UMKM lain yang beroperasi dalam konteks serupa maupun bagi para praktisi di bidang manajemen logistik.

Bagi UMKM sejenis, terutama yang berada di daerah dengan karakteristik pasar dan tingkat adopsi teknologi yang mirip dengan Krian, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman mendalam terhadap konteks pasar lokal dan preferensi pelanggan. Fokus pada penguatan fundamental layanan pelanggan – seperti memastikan ketersediaan produk, menjaga kualitas secara konsisten, menyederhanakan proses transaksi, dan memberikan layanan yang responsif dan fleksibel – dapat menjadi strategi yang lebih efektif daripada terburu-buru mengadopsi teknologi digital yang belum sepenuhnya relevan atau dibutuhkan oleh pelanggan, atau bahkan melebihi kapasitas internal UMKM itu sendiri. Pelajaran dari Arak Bali Vatiqa menunjukkan bagaimana sebuah UMKM skala kecil dapat mencapai keunggulan layanan melalui perhatian cermat terhadap detail-detail operasional dan komitmen terhadap fleksibilitas demi kenyamanan pelanggan.

Dari perspektif peneliti yang berlatar belakang manajemen logistik, kasus Arak Bali Vatiqa memberikan ilustrasi nyata bagaimana prinsip-prinsip dasar manajemen logistik sangat krusial bahkan untuk operasional UMKM retail skala kecil, dan bagaimana implementasinya berdampak langsung pada kualitas *customer service* dan tingkat kepuasan pelanggan. Praktik seperti manajemen inventori yang baik sehingga "belum ada terjadi kasus kehabisan produk" adalah contoh konkret dari efisiensi logistik dasar yang memastikan produk sampai ke tangan konsumen saat dibutuhkan. Demikian pula, layanan pengiriman dan fleksibilitas pengambilan barang secara *custom* merupakan bentuk sederhana dari manajemen distribusi yang berorientasi pada pelanggan. Ini menegaskan bahwa layanan pelanggan yang unggul seringkali merupakan output dari rantai pasok (sekecil apapun skalanya) yang dikelola dengan efisien dan efektif (Islamiyah, 2023).

Lebih jauh, penelitian ini dapat menginspirasi pengembangan model "UMKM Tangguh Tradisional." Model ini merujuk pada UMKM yang meraih kesuksesan dan keberlanjutan bukan primernya karena adopsi teknologi digital terkini, melainkan karena penguasaan yang mendalam terhadap fundamental bisnis, keunggulan operasional, dan layanan pelanggan yang luar biasa, yang semuanya disesuaikan secara cermat dengan konteks sosial-ekonomi dan budaya lokal. Model ini penting untuk dipertimbangkan dalam upaya diversifikasi strategi pemberdayaan UMKM, agar tidak terjebak dalam pendekatan *one-size-fits-all* yang hanya menekankan digitalisasi. Bagi banyak UMKM di daerah dengan karakteristik serupa Krian, model kesuksesan seperti yang ditunjukkan Arak Bali Vatiqa lebih realistis, dapat dicapai, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap data observasi yang dilakukan selama enam bulan pada Pedagang Arak Bali Vatiqa di Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, dapat ditarik beberapa simpulan utama sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan terhadap Pedagang Arak Bali Vatiqa dipengaruhi secara signifikan oleh kombinasi sinergis dari beberapa faktor layanan pelanggan kunci. Faktor-faktor tersebut

- meliputi: (a) ketersediaan produk Arak Bali yang konsisten dan tidak pernah mengalami kehabisan stok, (b) kualitas produk yang terjaga dan tidak berubah dari waktu ke waktu, (c) kemudahan dan fleksibilitas dalam proses transaksi, terutama kelancaran pembayaran tunai dengan ketersediaan uang kembalian yang selalu siap dan adanya alternatif pembayaran transfer, (d) aksesibilitas layanan yang superior melalui jam operasional 24 jam sehari, (e) fleksibilitas dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui layanan pengambilan barang secara custom dan layanan pengiriman, serta (f) kecepatan dan efisiensi dalam proses pelayanan pembelian.
2. Model layanan pelanggan yang diterapkan oleh Arak Bali Vatiqa, yang cenderung bersifat tradisional dengan penekanan pada interaksi personal (implisit) dan fundamental operasional yang kuat, terbukti sangat efektif dan relevan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam konteks Kecamatan Krian. Kondisi ini didukung oleh karakteristik wilayah penelitian di mana tingkat urbanisasi belum masif dan adopsi teknologi digital, seperti sistem pembayaran elektronik, belum menjadi norma atau ekspektasi utama bagi mayoritas pelanggan.
 3. Keunggulan operasional dasar yang ditunjukkan oleh Arak Bali Vatiqa, khususnya dalam aspek manajemen inventori yang memastikan ketersediaan produk secara berkelanjutan, merupakan manifestasi dari prinsip-prinsip logistik dasar yang baik. Hal ini menjadi fondasi penting yang mendukung kualitas layanan secara keseluruhan dan berkontribusi signifikan terhadap tingginya tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM ini. "Tradisional" dalam konteks Arak Bali Vatiqa tidak berarti "ketinggalan zaman," melainkan menunjukkan sebuah model bisnis yang mapan, teruji, handal, dan sangat sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pelanggan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anufia, T. A. (2019). *RESUME: INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*. Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dye, T. (2023, Desember 10). Retrieved from <https://getthematic.com/https://getthematic.com/insights/methods-of-qualitative-data-analysis/#:~:text=Thematic%20analysis%20is%20a%20widely,survey%20responses%2C%20and%20observational%20notes>.
- Islamiyah, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Logistik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5409-5419.
- Nada, D. Q. (2021). Digitalization of the Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Payment System for MSME Development. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 551-558.
- Nanda, S. (2025, Maret 12). Retrieved from <https://www.brainacademy.id/https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>
- Nashihuddin, W. (2012, Mei 11). Retrieved from <https://digilib.undip.ac.id/https://digilib.undip.ac.id/2012/05/11/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layanan-perpustakaan/>
- Nurrofi, A. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Indomaret Hayam Wuruk Purwodadi. *Jurnal Ilmiah Aset*, 97-107.
- Pambudi, I. H. (2025). *Manajemen Logistik*. Bandung: Tangguh Denara Jaya Publisher.

- Rachman, A. (2025, April 29). Retrieved from CNBC INDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250429095537-4-629554/data-bank-dunia-603-penduduk-indonesia-miskin>
- Rahardjo, M. (2011, Juni 10). Retrieved from <https://uin-malang.ac.id/>: <https://uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif.html>
- Salmaa. (2022, April 30). Retrieved from penerbitdeepublish.com: <https://penerbitdeepublish.com/struktur-artikel-ilmiah/>
- SIDOARJO, B. K. (2023). *KECAMATAN KRIAN DALAM ANGKA 2023*. Badan PusaT Statistik Sidoarjo.
- Siswanto. (2018). *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Victoria Clarke, V. B. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. Los Angeles: Sage .
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif,. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2896-2910.
- Wijaya, d. (2022). *Eksistensi Arak Bali: Sebuah Polemik*. Penerbit Mitra Cendekia Media.
- Z, W. J. (2023). *PANDUAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH MAHASISWA PROGRAM SARJANA*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Adnyana, I Made Dwi Susila. 2020. Arak Bali. Denpasar: Nilachakra
- Putra, I. W. S. (2023). Arak Bali Dalam Kehidupan Masyarakat Karangasem Bali Perspektif Sosioreligius. *Widya Katambung*, 14(2), 95-104.
- Salsabil, I., & Rianti, W. (2023). Pengaruh pertumbuhan ekonomi, tingkat pendidikan, kesehatan dan pertumbuhan penduduk terhadap tingkat kemiskinan. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 15-24.
- Pramaswari, E. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan Orangtua Terhadap Motivasi Belajar. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*
- Kotler, P. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.