

Analisis Kepuasan Pelanggan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur: dengan Pendekatan Teori Tradisional Dimension

Siti Khoiriyah^{*}, Purwanto, Achmad Labib

Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Syubbanul Wathon Magelang, Magelang
Jl. Magelang-Purworejo KM. 11 Tempuran, Kab. Magelang, Indonesia
Email: ^{1,*}skhoiriyah468@gmail.com, ²Purwanto@staia-sw.ac.id, ³Alabib@Stai-sw.ac.id
Email Penulis Korespondensi: skhoiriyah468@email.com

Abstrak-Tujuan dari penelitian ini melengkapi literatur tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur yang sebelumnya belum banyak mengkaji teori Tradisional Dimension. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kualitas, nilai harga, nilai emosi dan nilai sosial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan homestay syariah desa Bahasa Borobudur teori tradisional dimension. Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut Teori tradisional dimension benar-benar relevan untuk menguji nilai-nilai kepuasan pelanggan di homestay syariah desa Bahasa di Borobudur.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Homestay Syariah; Teori Tradisional Dimension

Abstract-The purpose of this study is to complete the literature on the factors that influence customer satisfaction at the Borobudur Language Village Syariah Homestay, which previously had not studied much Traditional Dimension theory. This research method uses qualitative research methods. The results of the study show that quality values, price values, emotional values and social values affect customer satisfaction in village sharia homestays. Borobudur language, traditional theory dimension. Customer satisfaction is the part that relates to the creation of customer value. Because the creation of customer satisfaction means providing benefits for the company, namely, including the relationship between the company and its customers to be harmonious, providing a good basis or creating customer satisfaction and forming a word of mouth recommendation that is profitable for the company, resulting in interest from customers to buy or use the company's services The traditional dimension theory is really relevant for testing customer satisfaction values at the sharia homestay of the Language Village in Borobudur.

Keywords: Customer Satisfaction; Sharia Homestay; Traditional Dimension Theory

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan zaman berpengaruh terhadap berbagai bidang kehidupan, salah satunya dalam bidang bisnis dan usaha. Persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif, inovatif dan profesional dalam menciptakan dan menjalankan usahanya. Salah satu bentuk usaha yang mengalami perkembangan di Kabupaten Magelang, terutama di kawasan Candi Borobudur yakni usaha jasa penyewaan homestay syariah (Putri, 2021).

Desa Bahasa Borobudur merupakan salah satu objek wisata yang mendapatkan penghargaan khusus bidang pariwisata dari PWI Provinsi Jawa Tengah kategori Desa Wisata Edukasi Terbaik. Penghargaan yang diberikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiagung Salahuddin Uno di Pelataran Panca Arga, Ketep Pass, Kabupaten Magelang (Haryanto, 2022). Desa Wisata Borobudur bukan hanya sekedar menyediakan wisata edukasi, namun juga menyediakan fasilitas ruang terbuka yang dapat disewa untuk mengadakan acara seperti rapat, seminar, ataupun acara lain yang dapat dihadiri banyak orang. wisata makanan dan kerajinan tradisional, serta beberapa spot foto yang sangat unik pengunjung juga dapat menikmati beberapa area permainan seperti panahan, bola dunia, dan berfoto di spot-spot yang sangat instagramable. Desa Bahasa Borobudur juga menyediakan homestay syariah yang menambah daya tarik para wisatawan untuk berlama-lama menikmati liburan mereka di kecamatan Borobudur.

Homestay syariah desa bahasa Borobudur merupakan homestay yang berkonsep halal, dengan menyediakan berbagai makanan dan minuman yang halal, menyediakan tradisi lokal dengan nuansa syariah yang tentunya menjamin kebersihan dan kenyamanan tamu serta memberikan pelayanan yang ramah bagi para tamu (Adesetiani & Kolopaking, 2022). Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur yang sangat konsisten mengedepankan pelayanan berkonsep halal tentunya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Saifudin, 2022). Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan kunci utama dalam menjalankan bisnis homestay. Para pembisnis homestay syariah seharusnya meningkatkan kepuasan pelanggan untuk dapat bertahan di tengah persaingan bisnis. Kepuasan pelanggan meliputi kualitas pelayanan, harga, nilai emosi atau kenyamanan pelanggan serta nilai sosial yang diberikan homestay syariah tersebut kepada pelanggan (Sudarso, 2016). Pelayanan maksimal dengan harga yang terjangkau tentu lebih menarik minat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, lingkungan yang nyaman dengan nuansa pedesaan dan citra homestay yang baik dapat memberikan nilai yang lebih bagi homestay. Terbukti, dalam kurun waktu 6 bulan terakhir kepuasan pelanggan di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur mengalami peningkatan (Wawancara dengan bagian administrasi, 2022). Berdasarkan hasil observasi sebagian pelanggan mereka menyatakan puas ketika bermalam di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur. Selain fasilitas dan pelayanan yang ramah, pelanggan merasa puas dengan suasana pedesaan yang menjadi ciri khas Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur.

Sejauh ini analisis tentang kepuasan pelanggan atas penginapan syariah menggunakan teori Tradisional Dimension belum banyak dilakukan Wijayanti, (2020), meneliti tentang persepsi wisatawan eropa terhadap paket wisata pedesaan (Rural Activity) pada homestay menggunakan teori bauran produk yang dikategorikan dalam interpretasi baik dengan nilai rata-rata keseluruhan 4.18. Penelitian tentang persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan makanan dan minuman pada homestay diteliti oleh Juniari (2021), menggunakan teori Parasuraman penelitian menghasilkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan makanan dan minuman pada homestay di Desa Undisan sangat baik yaitu 4,31 dari 5 dimensi pelayanan, dimensi yang mendapat skor tertinggi adalah reliabilitas yaitu 4,40 yang dikategorikan sangat baik. Sedangkan dimensi bukti fisik mendapatkan skor terendah yaitu 4,18 yang berada pada kategori baik. Sedangkan dimensi responsiveness, assurance dan empati mendapatkan skor yang sama yaitu 4,32 yang berada pada kategori sangat baik. Sedangkan Pradana (2020), meneliti tentang pengelolaan homestay bercorak budaya tradisional ditengah pengaruh perkembangan trend millennial sektor pariwisata menggunakan teori fungsi dan teori praktik hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengelolaan Homestay bercorak Budaya Tradisional ditengah Pengaruh Trend Millennial di sektor pariwisata berupa bangunan pondok yang disusun berdasarkan prinsip arsitektur tradisional Bali bagi wisatawan. Sebagai akomodasi wisata, Homestay bercorak budaya tradisional Bali mengandalkan keindahan dan keasrian lingkungan rumah khas Bali. Penelitian tentang pemetaan pola perjalanan wisata di magelang berpengaruh signifikan yang diteliti oleh Hendraningrum (2022), menggunakan teori Lew dan Mckercher. Sedangkan penelitian Pratama & Ramadhan (2022), tentang dimensi kepuasan wisatawan nusantara terhadap homestay menggunakan teori kepuasan pelanggan hasil menunjukkan aspek positif yang menciptakan kepuasan wisatawan nusantara dalam menggunakan homestay di Ubud adalah: (1) Harga menginap yang murah, (2) Pemilik dan keluarga penyedia homestay yang ramah, (3) Kamar homestay yang bersih, (4) Lingkungan homestay yang nyaman dan tenang, (5) Perhatian oleh pemilik homestay kepada tamu yang menginap, (6) Pengalaman berinteraksi dengan kebudayaan masyarakat lokal, dan (7) Lokasi homestay yang strategis. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada teori penelitian sebelumnya menggunakan teori bauran produk, teori parasuraman, teori praktik, teori Lew dan Mckercher dan teori kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori Tradisional Dimension.

Dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepuasan Pelanggan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur: Teori Tradisional Dimension”. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi literatur tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur yang sebelumnya belum banyak mengkaji teori Tradisional Dimension.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut (Sasongko, 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi eksistensi suatu bisnis serta, memuaskan pelanggan juga dapat meningkatkan kualitas bisnis dalam bersaing dengan bisnis-bisnis sejenis (Nurhalimah & KD, 2019). Kepuasan merupakan perbandingan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dengan harapan dari konsumen, jika kualitas yang dirasakan oleh konsumen berada dibawah harapannya, maka konsumen tidak puas, jika kualitas yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas, dan jika kualitas yang dirasakan oleh konsumen lebih dari harapannya maka konsumen akan amat puas (Riyanto, 2018).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa kepuasan merupakan perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi. Kepuasan yang didapatkan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi atau penilaian atas fitur produk atau jasa yang mereka gunakan dalam pemenuhan kebutuhan, yang mana kinerjanya sesuai atau bahkan melebihi harapan.

2.2 Homestay Syariah

Homestay syariah adalah homestay yang sesuai dengan syariah Islam, dengan menerapkan manajemen seperti manajemen hotel syariah. Konsep syariah dalam manajemen hotel dapat diimplementasikan melalui penyesuaian produk, layanan, dan manajemen (Dewi, 2022). Homestay syariah merupakan wujud dari kesadaran pengusaha-pengusaha muslim yang menyediakan penginapan bagi para turisme islam serta untuk meningkatkan imej dan syiar islam (Muin, Samuni, Rahman, et al., 2022). Homestay syariah merupakan rumah yang disewa dalam beberapa waktu tertentu seperti harian, mingguan atau bulanan untuk turisme islam (Muin, Samuni, Abdullah, et al., 2022). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa homestay syariah adalah penginapan bagi para muslim dengan menerapkan manajemen, layanan dan produk sesuai syariat islam yang dapat disewa dengan waktu tertentu.

2.3 Teori Tradisional Dimension

Teori tradisional dimension ialah teori yang menguji kepuasan pelanggan menggunakan beberapa variabel yaitu quality value, value for money, emotional value, dan sosial value. (Eid & El-gohary, 2015).

a. Quality Value

Pada pemasaran jasa, kualitas adalah fondasinya. Nilai kualitas suatu usaha jasa dapat dilihat dari apakah pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan dari konsumen (Sudarso, 2016).

b. Value For Money

Nilai harga berkaitan dengan harga atau uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan jasa yang ditawarkan. Bukan hanya nilai harga harus sesuai dengan jasa atau pelayanan yang akan diterima oleh konsumen. Maka konsumen akan merasakan sangat puas saat kualitas yang diterima sesuai dengan harga yang mereka harus keluarkan (Fonda, 2020).

c. Emotional Value

Nilai emosional memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas. Hal ini dikarenakan nilai emosional berkaitan erat dengan subjektivitas seseorang dalam menilai sebuah konstruk yang abstrak pada budaya dan waktu yang berbeda. Para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya perlu memperhatikan nilai emosional yang akan dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan seharusnya dapat merasa senang atau puas ketika menerima pelayanan yang diberikan (Helmi et al., 2017).

d. Social Value

Nilai sosial adalah kualitas yang didapatkan oleh konsumen berdasarkan asosiasi kelompok sosial tertentu pada lingkungannya (Ulya et al., 2020).

2.4 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki esensi untuk memahami banyak hal, misalnya memahami apa yang dirasakan orang lain, memahami pola pikir dan sudut pandang orang lain, memahami suatu fenomena berdasarkan sudut pandang sekelompok orang atau komunitas tertentu dengan setting alamiah, dengan demikian penelitian ini harus dilakukan langsung di lokasi fenomena tersebut terjadi (Widyaningsih, 2020). Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan wawancara mendalam (indepth interview), observasi dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan cara non statistik dengan metode kualitatif dimana peneliti akan mendeskripsikan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur terletak di lereng pegunungan menora, dan jarak 10 menit dari Candi Borobudur yang membuat terasa lebih tenang, sejuk dan menyatu dengan suasana pedesaan yang bebas dari hiruk pikuk perkotaan tepatnya di Parakan, Ngargondo, Borobudur, kabupaten Magelang. Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur merupakan sebuah homestay dengan konsep syariah, dengan menyediakan makanan dan minuman halal, menyajikan tradisi lokal dengan nuansa syariah yang tentunya menjamin kebersihan dan kenyamanan tamu serta memberikan pelayanan yang ramah dan hangat bagi para tamu. Bukan hanya itu, karyawan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur setiap pagi di haruskan bersama-sama membaca Asmaul Husna dan setiap malam tertentu karyawan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur juga mengadakan baca Al-Qur'an bersama.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kepuasan pelanggan homestay syariah desa bahasa borobudur berdasarkan teori tradisional dimension meliputi quality value, value for money, emotional value, dan sosial value yang diberikan sudah baik. Kepuasan pelanggan merupakan bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena, terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut. Berikut merupakan kepuasan pelanggan di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur ditinjau dari teori tradisional dimension. Teori tradisional dimension ialah teori yang menguji kepuasan pelanggan menggunakan 4 variabel yaitu quality value, value for money, emotional value, dan sosial value.

a. Quality Value

Quality value atau nilai kualitas menjadi salah satu poin penting untuk meraih kepuasan pelanggan khususnya dalam usaha jasa penyewaan Homestay Syariah. Nilai kualitas ini berkaitan dengan apakah pelayanan yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan konsumen (Wijanarko, 2014). Sesuai dengan jargon pelayanannya, Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur berkomitmen memberikan pelayanan 4F yakni fun (kesenangan), food (makanan), family shelter (homestay), dan fashion (oleh-oleh). Selain itu, dalam memberikan pelayanan para karyawan juga harus selalu senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Sementara pelayanan yang harus dihindari tidak boleh mengatakan tidak bisa, tidak tahu, dan habis kepada pelanggan. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan salah satu konsumen Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur menyatakan bahwa:

“Pelayanan di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur ramah bahkan ada salah satu karyawan yang menawarkan untuk mengantar saya dan teman saya di candi Borobudur untuk mengikuti lomba marathon” (Wawancara dengan F dan R, 2022).

Hasil wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa segi pelayanan memuaskan dibuktikan dengan pelayanannya terhadap tamu yang menginap. Pelayanan yang maksimal membuat tamu merasa puas. Karena, Quality value atau nilai

kualitas menjadi salah satu poin penting untuk meraih kepuasan pelanggan khususnya dalam usaha jasa penyewaan Homestay Syariah.

Quality value dalam sektor pariwisata, khususnya jasa penyewaan homestay harus tetap selalu ditingkatkan. Pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan harapan pelanggan menjadi salah satu timbulnya keinginan untuk berkunjung kembali dikemudian hari. Selain itu, pelayanan yang maksimal dapat memberikan kepuasan pelanggan bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan (Kawatak et al., 2022).

b. Value For Money

Nilai harga berkaitan dengan harga atau uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan jasa yang ditawarkan (Sundalangi et al., 2014). Bukan hanya nilai harga harus sesuai dengan jasa atau pelayanan yang akan diterima oleh konsumen. Maka konsumen akan merasakan sangat puas saat kualitas yang diterima sesuai dengan harga yang mereka harus keluarkan. Homestay syariah menawarkan beberapa jenis kamar sesuai dengan harga yang ditawarkan.



Gambar 1. Dokumen Homestay Syariah Desa Bahasa

Pertama dormitory room dengan fasilitas bed yang besusun dapat digunakan beberapa orang dengan dalam satu kamar dengan harga 100.000 per malam. Kedua, standard room kamar dengan luas kurang dari 28 m² yang didesain secara unik tidak menggunakan spring bed melainkan pring bed yang membuatnya terasa nuansa klasik dengan fasilitas di dalamnya yaitu 1 double bed, AC, TV Cable 24inch, wardrobe, luggage rack, bathroom (hot / cool water shower, coffe table dan wifi dengan harga 350.000 per malam. Ketiga, family room hampir mirip dengan standard room, kamar ini juga bernuansa klasik dengan pring bed beberapa hiasan dinding yang memakai bambu dan kloso pandan namun kamar ini lebih luas sekitar 36 m² dengan fasilitas 2 double king bed, AC, tv cable 24inch, wardrobe, luggage rack, bathroom (hot / cool water shower), coffe table, dan wifi dengan harga 650.000 per malam. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan salah satu konsumen Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur menyatakan bahwa:

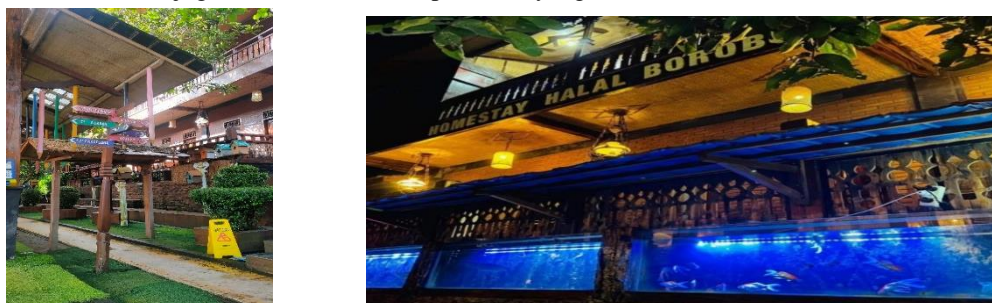
“Harga sepadan dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Tidak terlalu murah juga tidak terlalu mahal terjangkau oleh masyarakat. Lebih hemat karena bisa booking semua kamar dan tempat untuk acara sekaligus. Jadi, tidak perlu mengeluarkan biaya untuk transportasi jika acara diadakan di luar homestay. Apalagi, homestay ini dilengkapi fasilitas tempat wisata dan bermain, serta spot selfie yang sangat unik ” (Wawancara dengan ST,2022).

Hasil dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas serta pelayanan yang di berikan oleh homestay syariah desa Bahasa borobudur kepada pelanggan. Karena, harga menjadi salah satu unsur kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang diberikan sepadan dengan pelayanannya.

Kepuasan pelanggan berdasarkan value for money, atau nilai harga pada homestay syariah desa Bahasa Borobudur sudah baik. Hal ini dibuktikan dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Homestay syariah desa Bahasa Borobudur menawarkan berbagai paket harga yang dapat dipilih oleh pelanggan sesuai dengan tingkat perekonomiannya. Hal ini tentu dapat meningkatkan lebih banyak pengunjung atau konsumen karena harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat (Jatmiko & Sandy, 2020).

c. Emotional Value

Nilai emosi merupakan nilai yang dirasakan atau dapat ungkapkan oleh seseorang (Yulia & Untoro, 2014). Nilai emosi berkaitan dengan perasaan konsumen saat menerima pelayanan serta fasilitas homestay. Berkaitan dengan emotional value atau nilai emosi demi kepuasan konsumen homestay syariah desa Bahasa Borobudur berkomitmen memberikan pelayanan 5s yakni senyum, salam, sapa, sopan dan santun. Selain itu, homestay syariah desa Bahasa Borobudur juga menyediakan lingkungan yang mendukung munculnya rasa bahagia bagi konsumen seperti adanya spot foto, permainan anak-anak, wisata edukasi kelinci, pusat oleh-oleh yang berupa makanan halal, minuman halal, pakaian dan souvenir tradisional. Letak homestay ditengah pedesaan menjadikan konsumen seolah-olah berada di kampung halaman dengan ciri khas desain interior klasik juga menambah nuansa pedesaan yang asri.



Gambar 2. Dokumen Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur.

Hal ini sesuai hasil wawancara dengan salah satu konsumen Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur menyatakan bahwa:

“Saya senang karena suasana di sini membuat saya merasa seperti di kampung halaman. Suasana tenang dan sejuk karena jauh dari perkotaan. Fasilitas di sini juga sangat berbeda dengan yang lainnya karena biasanya homestay lainnya sempit dan tidak menyediakan tempat wisata. Sementara, di sini kami dapat bermalam sekaligus bermain dan berwisata”(Wawancara dengan TMS dan R. 2022).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen merasa senang dengan fasilitas dan suasana yang disediakan homestay syariah desa Bahasa borobudur. Menginap di homestay ini bisa sekaligus bermain dan beredukasi. Permainan dan edukasi menjadi salah satu keunggulan homestay tersebut karena jika konsumen membawa anak kecil, anak kecil tersebut akan merasa senang dan betah menginap di homestay syariah desa Bahasa Borobudur.

Emotional value merupakan salah satu komponen yang tidak kalah penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan nilai emosi atau kesenangan yang diperoleh selama menggunakan jasa homestay syariah desa Bahasa Borobudur juga baik. Kesenangan yang dirasakan oleh pelanggan tentu mendorong pelanggan tersebut untuk menginap kembali di kemudian hari (Mariyanti et al., 2018).

d. Social Value

Nilai sosial adalah kualitas yang didapatkan oleh konsumen berdasarkan asosiasi kelompok sosial tertentu pada lingkungannya (Ulya et al., 2020). Nilai sosial ini berkaitan dengan pengalaman atau review konsumen mengenai homestay syariah desa Bahasa Borobudur yang kemudian direkomendasikan ke konsumen lain. Selain itu nilai sosial ini berhubungan dengan dampak pandangan orang lain terhadap konsumen yang pernah menginap di homestay syariah desa Bahasa Borobudur. Apabila konsumen pernah menginap di homestay ini orang lain atau masyarakat memandang konsumen tersebut mampu secara ekonomi.

“saya memilih menginap di homestay ini direkomendasikan oleh teman saya karena menurutnya homestay ini sangat recommended untuk berlibur” (Wawancara F dan R, 2022)

Hasil dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa social value berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti dengan adanya salah satu konsumen yang memilih homestay desa Bahasa borobudur karena rekomendasi teman yang pernah menginap sebelumnya. Rekomendasi teman menjadi salah satu daya tarik tersendiri, karena pengalaman menginap sudah pernah dirasakan oleh pelanggan lain. Pengalaman menginap menjadi nilai kepercayaan terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan homestay syariah desa Bahasa Borobudur.

Social value berkaitan dengan kepuasan pelanggan sudah baik. Banyak pelanggan yang mengetahui homestay syariah desa Bahasa Borobudur dari rekomendasi rekan-rekannya. Meninap di homestay syariah desa Bahasa Borobudur berpengaruh terhadap pandangan masyarakat mengenai perekonomian pelanggan yakni dianggap mampu secara ekonomi (Widyarini & Kartini, 2014).

4. KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa teori tradisional dimension (quality value, value for money, emotional value, social value) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa konsumen homestay syariah desa Bahasa Borobudur. Pertama nilai kualitas, dari segi pelayanan memuaskan dibuktikan dengan Pelayanan yang maksimal membuat tamu merasa puas. Karena, Quality value atau nilai kualitas menjadi salah satu poin penting untuk meraih kepuasan pelanggan khususnya dalam usaha jasa penyewaan Homestay Syariah. Kedua nilai uang menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas serta pelayanan yang di berikan oleh homestay syariah desa Bahasa Borobudur. Karena, harga menjadi salah satu unsur kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang diberikan sepadan dengan pelayanannya. Ketiga nilai emosi menunjukkan bahwa konsumen merasa senang dengan fasilitas dan suasana yang disediakan homestay. Menginap di homestay ini bisa sekaligus bermain dan beredukasi. Permainan dan edukasi menjadi salah satu keunggulan homestay tersebut karena jika konsumen membawa anak kecil, anak kecil tersebut akan merasa senang dan betah menginap di homestay syariah desa Bahasa Borobudur. Keempat nilai sosial menunjukkan bahwa social value berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti dengan adanya salah satu konsumen yang memilih homestay desa Bahasa borobudur karena rekomendasi teman yang pernah menginap sebelumnya. Rekomendasi teman menjadi salah satu daya tarik tersendiri, karena pengalaman menginap sudah pernah dirasakan oleh pelanggan lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Setelah terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua kami kepada bapak Purwanto selaku dosen STAI Syubbanul Wathon Magelang yang telah membimbing kami dalam melakukan penelitian ini. Kepada owner Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur yang telah memberi ijin kepada kami untuk melakukan penelitian ini di Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur. Kepada sahabat kami Nuraini Lailis Saadah dan Vina Rahmayanti yang telah mendukung dalam penelitian ini. Serta kepada teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah Pararel semester delapan (8) yang telah mendukung kami dalam melakukan penelitian ini.

REFERENCES

- Adesetiani, S., & Kolopaking, L. M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Wisata Homestay Berbasis Komunitas di Kabupaten Raja Ampat , Provinsi Papua Barat The Development Strategy of Community-based Homestay Tourism Business in Raja Ampat Regency , West Papua Province. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 10(01), 1–23.
- Dewi, N. Y. S. (2022). Increasing Tourism and Halal Products in The Mandalika Circuit Area Through Sharia Homestay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 579.
- Eid, R., & El-gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477–488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>
- Fonda, B. C. (2020). Pengaruh Functional Value , Emotional Value dan Value For Money terhadap Minat Beli Ulang Apartemen di Surabaya. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5, 195–203.
- Haryanto. (2022). 20 Tokoh Menerima Penghargaan Pariwisata dari PWI Jateng. 19 September. <https://m.mediaindonesia.com/nusantara/523538/20-tokoh-menerima-penghargaan-pariwisata-dari-pwi-jateng>
- Helmi, S., Rini, E. S., & Muda, I. (2017). Customer Experience , Net Emotional Value and Net Promoter Score on Muslim Middle Class Women in Medan. *International Journal of Economic Research*, 14(January), 269–283.
- Hendraningrum, R. A. add all. (2022). Pemetaan Pola Perjalanan Wisata di Desa Ngargoretno , Salaman , Magelang Jawa Tengah. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(2), 16–30. <https://doi.org/10.34013/jett.v2i2.890>
- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). Studi Potensi Pengembangan Hotel Berbasis Syariah di Kota Jember. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(1), 51–60.
- Juniari, N. K. E. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 10(1), 39–49. <https://doi.org/10.52352/jbh.v10i1.458>
- Kawatak, S. Y., Lucia, R. H., & Karudeng, L. A. R. (2022). Peningkatan Kualitas Pelayanan Homestay di Desa Pulisan Berdasarkan Persepsi Pengelola. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 59–67.
- Mariyanti, E., Sari, P. E., & Putri, S. L. (2018). Prespsi Konsumen terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Syariah di Kota Padang. *Jurnal Menara Ekonomi*, IV(1), 9–17.
- Muin, S. A., Samuni, N., Abdullah, M. N. A., & Ramli, I. (2022). Tinjauan Isu Ruangan dan Cadangan Langkah Memperkasakan Perkhidmatan Penginapan dalam Kalangan Pengusaha Homestay Patuh Syariah di Sabah. *Internasional Journal of Social Science Research*, 4(4), 98–110.
- Muin, S. A., Samuni, N., Rahman, A. T. A., Abdullah, M. N. A., & Rusdi, N. (2022). Homestay Berasaskan Patuh Syariah dan Bukan Patuh Syariah. *International Journal of Social Science Research*, 4(3), 253–267.
- Nurhalimah, N., & KD, A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–5.
- Pradana, G. Y. K. (2020). Hasil Pengelolaan Homestay Bercorak Budaya Tradisional Bali Ditengah Pengaruh Perkembangan Tren Milennial di Sektor Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(01), 1–14.
- Pratama, I. W. A. dan, & Ramadhan, I. (2022). Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(1), 26–33.
- Putri, dhea silfani robi. (2021). Analisis Shirkah Inan dan Samsarah pada Homestay Syariah dengan Online Travel Agent (OTA) di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6, 15–28.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 117–124.
- Saifudin, H. (2022). Wawancara Kepuasan Pelanggan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan , Nilai Fungsional , Nilai Emosional , dan Kepuasan Konsumen : Sebuah Studi Kasus. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 165–178.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*, 2(1), 313–324.
- Ulya, B. N., Sulhaini, S., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Nilai yang Dirasakan Muslimah Muda terhadap Keputusan Berkunjung di Destinasi Halal Pulau Lombok. *Jurnal Manajemen*, 9(4), 1–14.
- Widyaningsih, H. (2020). Pengembangan Pengelolaan Homestay Dalam Mendukung Desa Wisata Diro Sendangmulyo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. *Jurnal Pariwisata Da*, 11, 9–15.
- Widyarini, W., & Kartini, F. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, IX(1), 83–102.
- Wijanarko, K. S. (2014). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas menggunakan smartphone samsung galaxy series di kota palu. *E-Jurnal Katalogis*, 2, 34–46.
- Wijayanti, N. P. E. (2020). Persepsi Wisatawan Eropa Terhadap Paket Wisata Pedesaan (Rural Activity) Pada D ' karang Homestay , Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 9(1), 1–10.
- Yulia, Y. A., & Untoro, W. (2014). Efek Nilai Konsumsi terhadap Niat Pembelian Kembali pada Green Product. *Jurnal Economia*, 12, 83–96.