

**KREATIVITAS PELAYANAN KONSUMEN
PERUSAHAAN SENI PERTUNJUKAN
*PT MATA HATI KITAPOLENG***



TESIS TATA KELOLA SENI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan
Program Magister Tata Kelola Seni

Scholastica Wahyu Pribadi
2120225420

**PROGRAM STUDI MAGISTER TATA KELOLA SENI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2024**

TESIS
TATA KELOLA SENI

**Kreativitas Pelayanan Konsumen
Perusahaan Seni Pertunjukan
PT Mata Hati Kitapoleng**

**Diajukan Oleh:
Scholastica Wahyu Pribadi
NIM 2120225420**

Telah dipertahankan pada tanggal 22 April 2024 di depan Dewan penguji yang
terdiri dari:

Pembimbing



Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si

Penguji Ahli



Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn

Ketua Penguji



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar magister seni

Yogyakarta, 13 MAY 2024

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

NIP. 197210232002122001

HALAMAN PERSEMBAHAN

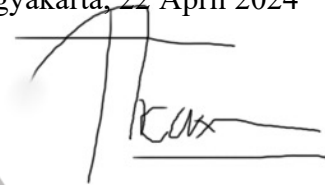
Tesis ini dipersembahkan untuk doa Novena Tiga Salam Maria yang telah menguatkan dan memberi pengharapan sesuatu yang tidak mungkin.



HALAMAN PERNYATAAN

Tesis berjudul “Kreativitas Pelayanan Konsumen Perusahaan Seni Pertunjukan PT Mata Hati Kitapoleng” merupakan karya tulis saya sendiri yang tidak mengandung unsur plagiarisme. Semua sumber yang digunakan telah dicantumkan dengan benar.

Yogyakarta, 22 April 2024



Scholastica Wahyu Pribadi



ABSTRAK

Pertunjukan tari merupakan bagian dari subsektor bisnis seni pertunjukan, kreativitas pengelolaan dalam bidang bisnis seni merupakan faktor pendorong berkembangnya perusahaan seni untuk membentuk ekosistem berkelanjutan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui proses kreativitas dalam pengelolaan yang berorientasi pada proses kreatifitas PT. Mata Hati Kitapoleng dalam melayani konsumen. Perkembangan destinasi wisata yang membutuhkan seni pertunjukan sebagai bagian dari daya tarik wisatawan di Bali meningkatkan persaingan bisnis seni pertunjukan yang berdampak pada meningkatnya kreatifitas pengelolaan. Perusahaan PT Mata hati Kitapoleng memiliki eksistensi dan nilai kualitas yang dapat bertahan pada persingan bisnis seni pertunjukan. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus proses kreatifitas pelayanan Konsumen. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, serta konsultasi dengan informan dan ahli terkait, serta dokumentasi yang relevan oleh konsumen yakni tiga perusahaan yang diambil dari data konsumen diantaranya perusahaan perhiasan, *Event organizer* dan Cafe sebagai triangulasi data proses kreatifitas pelayanan yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perusahaan seni pertunjukan mampu memahami secara mendalam kebutuhan, harapan, tantangan konsumen dan dapat merancang pelayanan yang relevan dan berfokus pada kebutuhan konsumen. Perusahaan mampu memahami faktor-faktor yang berpengaruh dalam pentingnya memahami konsumen dan menangkap kebutuhan yang diharapkan untuk mewujudkan kepercayaan konsumen yakni, efisiensi waktu, keuangan, menejerial, kualitas layanan dan kualitas produk. Proses kreativitas berdampak pada kepercayaan konsumen, keberlanjutan projek dan pengembangan usaha.

Kata kunci: *konsumen, kreativitas, Pt Matahati Kita Poleng, proses*

ABSTRACT

Dance performances are a part of the performing arts business sub-sector. Creativity in management within the arts business sector is a driving factor in the development of arts companies to create a sustainable ecosystem. This research aims to understand the creativity processes in management that are oriented towards the creativity processes of PT. Mata Hati Kitapoleng in serving consumers. The development of tourist destinations that require performing arts as a tourist attraction in Bali has increased the competition in the performing arts business, which in turn has led to enhanced creativity in management. PT Mata Hati Kitapoleng has established its existence and quality values that can endure in the competitive performing arts business. This research employs a qualitative approach with a case study on the creativity processes in consumer service. Data collection was conducted through observation, semi-structured interviews, consultations with relevant informants and experts, and documentation from consumers, which included three companies: a jewelry company, an event organizer, and a cafe, serving as triangulation for the data on the creativity processes in service. The results indicate that the performing arts company is capable of deeply understanding consumer needs, expectations, and challenges, and can design services that are relevant and focused on consumer needs. The company is able to understand the influential factors in the importance of comprehending consumers and identifying their expected needs to build consumer trust, namely time efficiency, financial management, managerial skills, service quality, and product quality. The creativity process impacts consumer trust, project sustainability, and business development.

Keywords: *consumers, creativity, PT Matahati Kita Poleng, process*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena tesis berjudul “Kreativitas Pelayanan Konsumen Perusahaan Seni Pertunjukan PT Mata Hati Kitapoleng” dapat diselesaikan atas berkat dan penyertaan-Nya. Tesis ditulis dengan lancar karena dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga diucapkan terima kasih yang kepada.

1. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si., selaku direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta yang selalu menunjang fasilitas keilmuan bagi mahasiswa Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister.
2. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister yang bertanggungjawab dengan ikhlas atas seluruh mahasiswa Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister.
3. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si., selaku dosen pembimbing tesis yang memberikan bimbingan dan arahan yang tulus, serta memberikan semangat pada saat penulisan tesis mengalami kesulitan.
4. Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D selaku narasumber ahli dalam tesis yang memberikan bimbingan dan arahan saat penulisan tesis mengalami kesulitan
5. Seluruh dosen Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister, yang senantiasa memberi ilmu-ilmu baru dengan karakter unik dari gaya pengajaran masing-masing.
6. Tenaga kependidikan, staf dan karyawan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang tiada henti mendukung hak dan kewajiban

mahasiswa.

7. Keluarga PT Matahati Kitapoleng, yang bersedia memberi kemudahan akses bagi pihak yang melakukan penelitian.
8. Rekan-rekan Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister angkatan 2021.
9. Keluargaku yang bersedia memberi masukan dan banyak bantuan teknis terhadap penulisan tesis hingga seluruh data penelitian dapat terkumpul.
10. Seluruh teman dan sahabat yang selalu mendukung dan menyemangati agar dapat menyelesaikan studi Program Magister.

Tesis ini terbuka untuk kritik, saran, dan masukan terhadap kekurangan yang terjadi. Penelitian ini juga menyampaikan permohonan maaf atas kesalahan yang banyak dijumpai.

Yogyakarta, 22 April 2024


Scholastica Wahyu Pribadi

DAFTAR ISI

TESIS TATA KELOLA SENI	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
3. Manfaat Masyarakat	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Kajian Sumber	8
B. Kajian Teori	11
1. Kreativitas	11
a. Pengertian Kreativitas	11
b. Indikator Kreativitas	13
2. Pelayanan	15
a. Pengertian Pelayanan.....	15
b. Pelayanan Konsumen	18
3. Kreativitas Pelayanan Konsumen.....	22
4. Perusahaan Seni Pertunjukan	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32

A. Jenis Penelitian.....	32
1. Pendekatan Naratif.....	32
2. Pendekatan Fenomenologi.....	33
3. Pendekatan <i>Grounded Theory</i>	33
4. Pendekatan Etnografis.....	34
5. Studi Kasus.....	34
B. Pendekatan Studi Kasus.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Wawancara.....	37
2. Observasi.....	39
3. Dokumentasi.....	39
D. Teknik Analisis Data.....	41
1. Menyusun Kode Manual.....	41
2. Melakukan Uji Keandalan Kode.....	42
3. Merangkum Data dan Mengidentifikasi Tema Awal (Initial Themes).....	42
4. Mengaplikasikan Kode Dalam Bentuk Template Dan Koding Tambahan.....	42
5. Menghubungkan Kode dan Mengidentifikasi Tema.....	42
6. Membenarkan (<i>Corroborating</i>) dan Melegitimasi Tema yang Telah Dikode.....	43
E. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	43
1. Uji Kredibilitas/ <i>Credibility</i> (Validitas Internal).....	43
a Triangulasi Sumber.....	44
b Triangulasi teknik.....	44
2. <i>Transferability</i> (validitas eksternal).....	45
3. <i>Dependability</i> (reliabilitas).....	46
4. <i>Confirmability</i> (objektivitas).....	46
BAB IV HASIL, ANALISIS, SINTESIS, DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil.....	48
1. PT Mata Hati Kitapoleng.....	48
2. Kegiatan PT Mata Hati Kitapoleng.....	50
3. Konsumen PT Mata Hati Kita Poleng.....	52

a	John Hardy.....	52
b	Bali <i>Event organizer</i>	55
c	Earth Island Surf Center.....	57
4.	Perusahaan Pesaing PT Mata Hati Kitapoleng.....	58
5.	Karakteristik Informan.....	60
B.	Analisis Data.....	62
1.	Kreativitas PT Mata Hati Kitapoleng.....	62
a	Indikator <i>Empathize</i>	62
b	Indikator <i>Define</i>	65
c	Indikator <i>Ideate</i>	67
d	Indikator <i>Prototype</i>	69
e	Indikator <i>Test</i>	72
2.	Kepuasan Konsumen PT Mata Hati Kita Poleng.....	74
a	<i>Price</i>	75
b	<i>Service Quality</i>	75
c	<i>Product Quality</i>	76
d	<i>Emotional Factor</i>	77
e	<i>Efficiency</i>	78
C.	Sintesis.....	79
D.	Pembahasan.....	81
1.	Proses Kreativitas PT Mata Hati Kitapoleng.....	81
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen PT Mata Hati Kita Poleng.....	87
a	Kepercayaan Konsumen.....	87
b	Efisiensi pengelolaan produksi perusahaan.....	88
c	Efisiensi Keuangan.....	89
d	Revolusioner dan Evalusioner.....	89
e	Media Publikasi.....	90
f	Pengalaman Konsumen dalam kualitas Produk.....	91
g	Evaluasi dan Umpan balik.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
A.	Kesimpulan.....	93

B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	102
Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	102
Lampiran 2 <i>Coding</i> Hasil Analisis Data	107
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	124



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Informan Penelitian.....	60
Tabel 4.2 Identifikasi Kebutuhan Konsumen PT Mata Hati Kitapoleng.....	78
Tabel 4.3 Perbandingan Proses Kreativitas Perusahaan Lain dengan PT Mata Hati Kitapoleng	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Mata Hati Kitapoleng.....	50
Gambar 4. 2 Evaluasi dan Quality Control di John Hardy	54
Gambar 4. 3 Setting Artistik Bali Event Organiser di Hotel St Regis Bali	56
Gambar 4. 4 Evaluasi dan Quality Control Di Eart Island Surf Centre.....	58
Gambar 4. 5 Kerangka Proses Kreativitas Pelayanan Konsumen PT Mata Hati Kitapoleng.....	61
Gambar 4. 6 Sub Tema Empathize PT Mata Hati Kitapoleng.....	62
Gambar 4. 7 Sub Tema Define PT Mata Hati Kita Poleng.....	65
Gambar 4. 8 Sub Tema Ideate PT Mata Hati Kita Poleng.....	67
Gambar 4. 9 Sub Tema Prototype PT Mata Hati Kita Poleng.....	70
Gambar 4. 10 Sub Tema Test PT Mata Hati Kita Poleng.....	72
Gambar 4. 11 Sub Tema Kepuasan Konsumen PT Mata Hati Kita Poleng	74
Gambar 4. 12 Bagan Hasil Proses yang Ditemukan dalam Proses Pelayanan pada Konsumen	85
Gambar 4. 13 Proses Pelayanan Konsumen pada Produk Paket	86
Gambar 4. 14 Proses Pelayanan Konsumen pada produk karya baru	86
Gambar 4. 15 Fasilitas Katalog untuk Informasi PT. Matahati Kitapoleng	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	102
Lampiran 2 <i>Coding</i> Hasil Analisis Data	107
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	124
Lampiran 4 Dokumentasi Sosial Media.....	127



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seni pertunjukan telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi salah satu industri baru yang masuk dalam kategori bisnis ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa seni pertunjukan merupakan salah satu sub sektor bisnis yang masuk dalam 16 sub sektor unggulan (Kemenparekraf, 2023). Perlu upaya berkelanjutan untuk mengembangkan dan mempertahankan sector pertunjukan sebagai bisnis pendorong ekonomi kreatif. Maksud berkelanjutan adalah kesenian yang bersifat lestari sehingga dapat senantiasa dinikmati oleh masyarakat (Darmayanti & Oka, 2020).

Pertumbuhan seni pertunjukan kini telah terjalin dengan pesat dan masih berlangsung hingga saat sekarang (Kiswanto et al., 2021). Seni pertunjukan yang dimaksud adalah pertunjukan tari, wayang, teater dan ketoprak. Seni perlu dipertahankan dan dikembangkan karena dapat membantu kebutuhan hidup masyarakat (Irianto, 2016). Menurut Koentjaraningrat (2002), kesenian adalah sebuah karya manusia yang fungsional, estetis, dan indah, dapat dinikmati dengan panca indera, termasuk penglihatan, penciuman, pengecapan, pendengaran, dan perasaan. Seni tak bisa dilepaskan dari budaya lokal, termasuk seni tradisi. Oleh karena itu, kewirausahaan dalam dunia seni, yang mengangkat, melakukan

pengembangan dan inovasi terhadap seni tradisi yang merupakan kekayaan budaya di Indonesia, perlu untuk terus dikembangkan. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Bahren dkk (2014), bahwa kekayaan budaya lokal menjadi bagian identitas penting dalam industri kreatif, karena dapat menjadi ikon yang melibatkan masyarakat sehingga perkembangan industri dapat dinikmati secara bersama. Selain itu, industri kreatif yang berbasis budaya lokal juga dapat membantu keberlangsungan budaya tersebut, tanpa merusak, tetapi sebaliknya akan mendukung kebudayaan itu sendiri untuk terus hidup dan berkembang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seni merupakan wilayah strategis untuk menjalankan ekonomi kreatif melalui wirausaha seni.

Proses kreatif dalam seni pertunjukan memiliki peran penting dalam mengelola dan berproses dalam penciptaan. Penelitian yang kan dilakukan sebuah kajian untuk menemukan faktor-faktor dalam meningkatkan bisnis seni pertunjukan. Pendekatan kajian menekankan memperoleh pemahaman menyeluruh tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, dan kemudian mengembangkan solusi kreatif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan (Marwa et al., 2014). Perusahaan dapat secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas layanan yang ditawarkan. Bahkan, menawarkan layanan berkualitas tinggi dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap setia kepada perusahaan (Somadi et al., 2023)

Dalam upaya peningkatan bisnis perusahaan memastikan kualitas kinerja karyawan, guna menawarkan layanan yang memenuhi harapan konsumen. Kreativitas karyawan juga memainkan peran kunci dalam meningkatkan layanan perusahaan, karena karyawan kreatif dapat menawarkan ide-ide inovatif untuk proses layanan, produksi, dan pengembangan perusahaan (Apriadi & Dewi, 2023). Pengalaman positif bagi konsumen dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka kepada perusahaan (Novian et al., 2023) Dengan demikian, perusahaan seni pertunjukan harus memprioritaskan pengalaman konsumen dalam proses pelayanan, guna menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen menjadi sebuah cara alternatif untuk mengembangkan perusahaan.

Lembaga atau perusahaan dalam merancang strategi bisnis untuk tetap bertahan di persaingan bisnis, perusahaan harus memiliki keunikan dan ciri khas unggulan (Satyarini, 2016). Faktor utama unggulan untuk memperoleh berkelanjutan yang digunakan adalah bernilai, unik, dan produk/jasa yang tidak sama (Suendro, 2010). Keterlibatan pelaku seni dari berbagai bidang membuat bisnis seni pertunjukan memiliki banyak faktor untuk mendapatkan perlakuan khusus baik dalam proses penciptaan produk hingga proses pelayanan konsumen. Keterlibatan banyak faktor menjadikan seni pertunjukan perlu penelitian lebih mendalam untuk menemukan formula yang tepat dalam menciptakan ekosistem bisnis.

Presiden Joko Widodo dalam *Opus-Ekonomi Kreatif Outlook* (2017) bahwa ekonomi kreatif harus mampu menjadi penggerak roda perekonomian nasional di masa mendatang. Presiden menyadari potensi Indonesia dalam bidang-bidang berbasis kreativitas dan pentingnya memberikan porsi khusus dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang memajukan sektor-sektor berbasis kreativitas tersebut pada tahun 2005. Dalam kaitan dengan itu, Rahayu (2016) mengungkapkan bahwa seni dan kewirausahaan atau bisnis *sejatinya* seperti dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan. Di satu sisi, seorang pelaku bisnis dituntut untuk tetap memiliki jiwa seni agar manajemen perusahaan lebih fleksibel, kreatif, dan inovatif. Selain itu, seorang seniman juga harus memiliki jiwa wirausaha agar hasil karya seninya memiliki nilai ekonomis dan daya jual yang tinggi di masyarakat.

Berdasarkan data dari *balisatudata.baliprov.go.id* (2021), bahwa data tahun 2021 menunjukkan bahwa Provinsi Bali memiliki 11.989 sekaa/sanggar/komunitas/yayasan kesenian yang tersebar di berbagai kabupaten. Kabupaten Gianyar merupakan pusat utama dengan 3.525 unit (29,4% dari total), sementara Kabupaten Tabanan menyusul dengan 2.172 unit (18,1%). Kabupaten Buleleng memiliki jumlah terendah dengan 452 unit (3,8%), dan Kota Denpasar memiliki 792 unit (6,6%). Kabupaten lainnya memiliki jumlah yang setara, memberikan gambaran yang komprehensif tentang lanskap seni pertunjukan di Bali.

Kreativitas pelayanan pelanggan di perusahaan seni pertunjukan di Bali sangat penting karena industri kreatif memiliki pengaruh dalam menarik wisatawan lokal dan asing. Dalam lingkungan ekonomi yang semakin kompetitif, kreativitas dalam layanan pelanggan sangat penting untuk menjaga dan memperkuat daya saing perusahaan seni pertunjukan. Membandingkan data komparatif tentang seni pertunjukan di Bali akan memungkinkan untuk mengungkap teknik-teknik layanan pelanggan yang inovatif yang telah diadopsi secara efektif oleh PT. Mata Hati Kitapoleng dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Persaingan industri Bisnis di Bali mengharuskan PT. Kita Mata Hati Kitapoleng memiliki tantangan dan persaingan yang tidak mudah. Perlu adanya aktivitas yang tepat untuk menghadapi persaingan bisnis industri seni pertunjukan. Pemahaman kreatifitas dalam produktifitas dan memetakan kepuasan konsumen adalah celah untuk mendapatkan proses kreatifitas pelayanan konsumen. Kajian kreatifitas pelayanan konsumen menjadi pokok pembahasan untuk mengetahui proses kreatifitas dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang terbaru bagi praktisi bisnis, peneliti, dan pemangku kepentingan untuk meperluas dan mengebangkan seni pertunjukan dalam sektor bisnis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disusun maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses kreativitas untuk melayani konsumen di PT Mata Hati Kitapoleng?
2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi proses kreativitas kepuasan konsumen di PT Mata Hati Kitapoleng?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah dirumuskan maka Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis proses kreativitas memerlukan eksplorasi dan pemahaman tentang bagaimana PT Mata Hati Kitapoleng memanfaatkan proses tersebut dalam merancang dan menawarkan layanan konsumen yang unik dan inovatif.
2. Identifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan implementasi proses kreativitas dalam layanan konsumen mencakup kedua faktor internal, seperti budaya organisasi dan tim kreatif, dan faktor eksternal dalam industri seni pertunjukan dan interaksi dengan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat berkontribusi pada pengetahuan di bidang jasa konsumen dalam industri seni pertunjukan dan berfungsi sebagai referensi atau panduan bagi perusahaan atau peneliti lain yang tertarik pada pokok proses dan identifikasi masalah yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi sumber evaluasi dalam meningkatkan potensi dan citra PT Mata Hati Kitapoleng sebagai perusahaan seni pertunjukan inovatif yang mengutamakan kepuasan konsumen.

3. Manfaat Masyarakat

Hasil penelitian dapat menjadi sumber referensi dan kontribusi Lembaga dan sektor bisnis seni pertunjukan untuk meningkatkan daya saing melalui proses kreatifitas dalam pelayanan konsumen.