

INTISARI

Pitpaganda hadir sebagai media iklan baru yang mengusung konsep ramah lingkungan dengan menawarkan layanan *mobile billboard*. Kegiatan operasional Pitpaganda membawa misi mengembalikan keindahan Kota Yogyakarta dari penggunaan media iklan yang menimbulkan sampah visual. Munculnya pesaing yang menggunakan konsep serupa dan ketatnya persaingan dalam bisnis periklanan menjadikan tantangan bagi Pitpaganda untuk lebih berinovasi dalam melayani konsumen dan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen agar beralih menggunakan media alternatif, khususnya jasa layanan Pitpaganda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberlanjutan bisnis jasa layanan *mobile billboard* Pitpaganda di masa yang akan datang dan melakukan evaluasi kepuasan konsumen berdasarkan bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap proses pelayanan yang dilakukan oleh Pitpaganda. Tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan yang diterima dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkannya dengan kenyataan kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung melalui proses wawancara mendalam dengan narasumber yang relevan. Narasumber penelitian merupakan pemilik Pitpaganda dan konsumen yang telah memiliki pengalaman menggunakan jasa layanan *mobile billboard* Pitpaganda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis kasus (*case study analysis*) dengan pendekatan kualitatif.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pitpaganda masih belum sepenuhnya berhasil menonjolkan konsep ramah lingkungan sebagai bagian dari Pitpaganda. Faktor adanya interaksi langsung menjadi alasan terkuat konsumen tertarik mencoba dan beralih menggunakan jasa layanan Pitpaganda. Pitpaganda menjalankan bisnis jasa periklanan dengan berorientasi kepada konsumen telah berhasil memberikan kualitas pelayanan yang prima dan memuaskan konsumennya. Tingkat loyalitas konsumen terhadap jasa layanan Pitpaganda sangat tinggi dengan hasil keseluruhan konsumen mengaku pernah merekomendasikan jasa layanan Pitpaganda baik secara langsung maupun melalui media sosial. Narasumber konsumen juga mengatakan tertarik untuk memasang iklan kembali menggunakan jasa layanan Pitpaganda. Peluang bisnis Pitpaganda masih terbuka lebar untuk terus berlanjut dengan adanya kemunculan konsumen baru dari hasil rekomendasi positif dan sebagian besar narasumber konsumen merasa bahwa *mobile billboard* Pitpaganda telah berhasil menjadi alternatif media iklan luar ruang yang efektif.

Kata Kunci: Pitpaganda, *mobile billboard*, media iklan, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan.

ABSTRACT

Pitpaganda presents as a new advertising media that carries the concept of environmentally friendly by offering mobile billboard services. Pitpaganda operations materialise the mission to restore the beauty of Yogyakarta City from the use of advertising media that generate visual pollution. The presence of competitors who use similar concepts and tough competition in the advertising business make it a challenge for Pitpaganda to more innovatively serving consumers and improve consumer confidence to switch to alternative advertising media, Pitpaganda services in particular.

This research aims to identify business continuity opportunities of Pitpaganda mobile billboard services in the future and evaluate customer satisfaction based on tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy to service processes run by Pitpaganda. The level of customer satisfaction on the service received were measured by comparing consumer's expectation of the service quality with the actual service quality received or perceived.

Data in this research are primary data collected through direct in-depth interview with relevant respondents. Respondents are Pitpaganda owners and consumers who have experience using Pitpaganda mobile billboard service. This research uses case study analysis method with qualitative approach.

Findings of the research demonstrate that Pitpaganda has not fully succeeded in accentuating the environmentally friendly concept as part of the Pitpaganda. Direct interaction is the strongest reason for consumers to try and switch to Pitpaganda services. Pitpaganda runs a consumer-oriented advertising business that has successfully delivered excellent service quality and satisfies its customers. The level of customer loyalty to Pitpaganda services is very high with the overall results of consumers claiming to have recommended Pitpaganda's services either directly or through social media. Consumer respondents informed that they were interested to re-use Pitpaganda service. Business opportunity for Pitpaganda is still wide open to continue with new consumer potentials resulted from consumers' positive recommendations. Further, majority of consumer respondents agreed that Pitpaganda mobile billboards has managed to serve an effective alternative outdoor advertising media.

Keywords: *Pitpaganda, mobile billboard, advertising media, consumer satisfaction, service quality.*