

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Mayoritas pelanggan Rakit Creative House sebesar 80% berusia 21-25 tahun, dan jenis usaha yang dimiliki mayoritas bergerak secara *online* (65%) dan berlokasi di Kota Jakarta (80%). Mayoritas usaha yang bekerja sama dengan Rakit Creative House berusia 0-2 tahun (70%) dan memiliki *range budget* untuk promosi sebesar Rp1.000.000 sampai Rp3.000.000 setiap bulannya serta berasal dari berbagai macam latar belakang industri, Makanan dan Minuman (35%), bidang *Fashion* (25%), Perdagangan (15%), Kecantikan dan Perawatan Tubuh (15%), Jasa Perorangan (5%), dan Pabrikasi (5%). Kemudian, klien yang datang ke Rakit Creative House mayoritas menginginkan jasa *Product Photoshoot*, *Social Media Management* dan *Design*. Mayoritas dari pelanggan sudah bekerja sama selama lebih dari 3 bulan dan tidak memiliki tim internal untuk mengurus promosi. Sementara itu, sumber informasi terbesar Rakit Creative House berasal dari rekomendasi teman atau kolega.
2. Berdasarkan Analisa IPA, terdapat beberapa atribut yang mendapat skor kepuasan rendah dan dinilai penting oleh pelanggan sehingga perlu diperbaiki sebagai prioritas utama yaitu, Rakit Creative House memberikan perhatian secara personal kepada masing masing pelanggan, Rakit Creative House siap untuk menanggapi pertanyaan pelanggan, Rakit Creative House memberikan layanan dengan tepat waktu. Ketiga atribut ini berasal dari 3 dimensi yang berbeda masing – masing mewakili dimensi *emphaty*, *dimensi responsiveness*, dan *dimensi reliability*.
3. Berdasarkan Analisa IPA, terdapat beberapa atribut yang mendapat skor kepuasan tinggi dan dinilai penting oleh pelanggan oleh karena itu harus tetap dipertahankan agar menjadi nilai lebih untuk Rakit Creative House, antara lain Rakit Creative House memberikan layanan sesuai dengan yang

ditawarkan (Dimensi *Reliability*) dan juga 4 atribut lainnya dari Dimensi *Assurance* yaitu Rakit Creative House memiliki tim yang dapat dipercaya, Rakit Creative House menjamin keamanan pelanggan saat melakukan transaksi, Personel Rakit Creative House bersikap sopan saat berkomunikasi dengan pelanggan, dan Personel Rakit Creative House mempunyai pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

4. Berdasarkan Analisa IPA, terdapat beberapa atribut yang mendapat skor kepuasan rendah dan mendapat skor kepentingan yang rendah pula yaitu, Rakit Creative House memiliki peralatan penunjang yang *modern (up-to date)*, Rakit Creative House memiliki perlengkapan yang mendukung dan memenuhi standar industry, Rakit Creative House memiliki kemampuan untuk menyesuaikan jam kerja dengan pelanggan, Rakit Creative House memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan terkait layanan yang disediakan dan Rakit Creative House memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, Rakit Creative House memberikan solusi dalam menangani masalah layanan pelanggan dan Rakit Creative House memiliki sistem revisi sebanyak 3x guna menjamin ketepatan hasil layanan.
5. Berdasarkan Analisa IPA, terdapat beberapa atribut yang mendapat skor kepuasan tinggi namun skor kepentingan yang rendah yaitu, Personel Rakit Creative House memiliki penampilan yang professional, Rakit Creative House mengutamakan kepentingan pelanggan dan Rakit Creative House memahami kebutuhan dari pelanggan, Rakit Creative House memiliki keinginan yang kuat untuk membantu pelanggan, dan Rakit Creative House memberikan layanan yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan.

5.2. Saran

Secara keseluruhan, saran yang dapat diperoleh untuk masing – masing kuadran adalah Kuadran I ini akan menjadi fokus untuk perbaikan sehingga di kemudian hari dapat memiliki nilai kinerja atau kepuasan yang cukup tinggi. Kuadran II tidak diperlukan banyak perbaikan pada atribut atribut yang tergolong di pada Kuadran ini. Kuadran III merupakan prioritas rendah untuk ditingkatkan dalam artian bahwa atribut ini juga tetap perlu diperbaiki karena mendapat skor *Performance* yang rendah tetapi bukan

merupakan prioritas utama karena mendapat skor Importance yang rendah juga. Kuadran IV ini mendapatkan *effort* berlebih sehingga dapat diabaikan saja atau dilakukan efisiensi agar mampu menaruh *effort* lebih pada atribut di dimensi lain.

5.2.1 Saran Perbaikan Kualitas Layanan Rakit Creative House Berdasarkan Analisa Karakteristik Pelanggan

Berdasarkan Analisa karakteristik pelanggan, layanan yang paling diminati oleh pelanggan sejauh ini adalah *Product Photoshoot*, *Social Media Management* dan *Design*. Oleh karena itu, penting bagi Rakit Creative House untuk fokus pada pengembangan dan kualitas dari layanan *Product Photoshoot*, *Social Media Management* dan *Design*. Adapun beberapa langkah yang dapat dilakukan seperti memberikan training kepada tim internal di bidang tersebut atau merekrut staff baru yang memiliki keahlian pada ketiga bidang tersebut.

Rakit Creative House juga perlu meningkatkan kinerja promosi nya melalui media sosial agar bisa menjangkau pangsa pasar yang lebih luas di luar Kota Jakarta. Hal ini didasari oleh data yang menunjukkan bahwa sampai penelitian ini dibuat, *Word of Mouth* masih menjadi sumber informasi klien Rakit Creative House yang paling kuat dan ditambah juga mayoritas klien Rakit Creative House berasal dari Kota Jakarta.

5.2.2. Saran Perbaikan Kualitas Layanan Rakit Creative House Berdasarkan Analisa IPA

Pada Kuadran I terdapat 3 buah atribut yaitu, Rakit Creative House memberikan perhatian secara personal kepada masing masing pelanggan, Rakit Creative House siap untuk menanggapi pertanyaan pelanggan, Rakit Creative House memberikan layanan dengan tepat waktu. Untuk meningkatkan pelayanan dan memberikan perhatian yang lebih baik kepada pelanggan sehingga juga mampu memberikan layanan dengan tepat waktu, Rakit Creative House dapat menerapkan sistem *Customer Relationship Management* yang bertujuan untuk membentuk strategi dan proses komprehensif untuk memperoleh, mempertahankan, dan bermitra dengan

pelanggan loyal untuk menciptakan nilai lebih bagi perusahaan dan pelanggan. CRM akan melibatkan integrasi pemasaran, penjualan, dan customer service untuk mencapai efisiensi dan efektivitas yang lebih besar dalam memberikan *value* lebih kepada pelanggan (Debnath et al., 2016). Dengan format CRM yang baik akan menjadikan pelanggan lebih loyal dan pada akhirnya dapat merefrensikan Rakit Creative House kepada rekan – rekannya. Adapun beberapa Aplikasi pengelola CRM yang dapat digunakan seperti *Zoho CRM*, *Pipedrive*, dan *Qontak.com*.

Secara keseluruhan, terdapat 4 dimensi yang sudah mendapatkan nilai skor *ServQual* positif. Sementara itu, pada Dimensi *Responsiveness* kasih memperoleh skor *ServQual* negatif sebesar -0,0375. Oleh karena itu, Dimensi *Responsiveness* akan menjadi dimensi priortas untuk dilakukan evaluasi dan perbaikan. Beberapa langkah perbaikan yang dapat dilakukan antara lain melakukan training kepada tim internal terkait dengan *product knowledge* dan *customer service* agar di kemudian hari mampu memberikan respon dan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Saran perbaikan berikutnya ialah dengan memberikan *update* informasi secara rutin kepada klien melalui *e-mail* atau *message*. Hal ini dilakukan agar setiap klien mendapatkan *update* informasi terbaru terkait dengan layanan, promosi, atau campaign yang sedang berlangsung. Hal selanjutnya yang dapat dilakukan adalah dengan membuat format FAQ atau *Frequently Asked Questions* yang berisikan pertanyaan – pertanyaan yang kerap kali diberikan oleh pelanggan beserta keterangan penjelasan atau jawabannya. FAQ ini dapat disisipkan pada *website* Rakit Creative House di www.rakitcreativehouse.com dan melalui media sosial Rakit Creative House di @rakitcreativehouse. Dan Langkah yang terakhir adalah dengan merekrut *staff admin* yang akan mengelola *customer service*. Hal ini dilakukan agar Rakit Creative House memiliki satu divisi tersendiri untuk merespon atau membalas pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

Saran terhadap atribut yang mendapat skor kepuasan dan kepentingan tinggi, dapat dilakukan upaya untuk mempertahankan capaian ini, dan usaha untuk mempertahankan kepuasan pada atribut ini bukan

merupakan prioritas utama. Adapun beberapa upaya yang dapat dilakukan adalah Rakit Creative House, antara lain tetap memberikan informasi *detail* terkait dengan layanan yang ditawarkan melalui draft rincian layanan dalam format pdf yang diberikan kepada klien pada saat proses negosiasi berlangsung (Rakit Creative House memberikan layanan sesuai dengan yang ditawarkan), dan juga tetap melakukan training rutin terkait *Brand DNA* kepada seluruh tim internal maupun pekerja *freelance* (Rakit Creative House memiliki tim yang dapat dipercaya, Rakit Creative House menjamin keamanan pelanggan saat melakukan transaksi, Personel Rakit Creative House bersikap sopan saat berkomunikasi dengan pelanggan, dan Personel Rakit Creative House mempunyai pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan).

Saran terhadap atribut yang tergolong pada kuadran III (skor kepuasan rendah dan skor pentingan rendah) adalah dijadikan fokus perbaikan dengan status prioritas rendah. Dan saran untuk atribut pada kuadran IV adalah untuk sementara diabaikan saja dan memfokuskan pembenahan pada kuadran IV sehingga dapat memperoleh perhatian lebih.

5.2.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan melalui mengukur penerapan aspek dalam teori *Service Quality* sesuai dengan masing – masing industri. Penyesuaian yang dapat dilakukan seperti dengan memodifikasi atribut dalam kuesioner sesuai dengan industri dan latar belakang usaha. Selain itu, juga dapat dilakukan penambahan variabel seperti *Corporate Culture* dan variabel lainnya, sehingga dapat dianalisa lebih dalam terkait dengan aspek lain yang mempengaruhi kualitas layanan.