

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan, dan analisis yang telah dilakukan terhadap kualitas pelayanan Agensi Kreatif XYZ menggunakan metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat Hasil pengukuran kualitas pelayanan menunjukkan bahwa layanan yang diberikan Agensi Kreatif XYZ belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pelanggan. Kondisi tersebut ditunjukkan oleh nilai *Quality* (Q) pada seluruh dimensi SERVQUAL yang masih berada di bawah nilai 1. Nilai Q masing-masing dimensi adalah *Reliability* sebesar 0,681, *Empathy* sebesar 0,689, *Responsiveness* sebesar 0,761, dan *Assurance* sebesar 0,824. Nilai tersebut mengindikasikan masih terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima pelanggan dengan tingkat pelayanan yang mereka harapkan.
2. Analisis SERVQUAL memperlihatkan bahwa seluruh dimensi memiliki nilai gap negatif, yang berarti persepsi pelanggan terhadap pelayanan masih lebih rendah dibandingkan tingkat harapan mereka. Dimensi *Reliability* menjadi dimensi dengan kesenjangan terbesar, yaitu -1,35, diikuti oleh *Empathy* (-1,30), *Responsiveness* (-1,02), *Tangibles* (-0,93) dan *Assurance* (-0,73). Pada tingkat atribut, nilai gap terbesar ditemukan pada atribut E4, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi terhadap revisi konten dengan nilai -1,90, kemudian diikuti atribut E5 mengenai fleksibilitas pelayanan dengan nilai -1,85. Sebaliknya, atribut E2, yang berkaitan dengan kemampuan tim menerima kritik dan saran dari pelanggan, memperoleh nilai gap paling kecil yaitu -0,25, sehingga dapat dikatakan telah memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik dibandingkan atribut lainnya.
3. Berdasarkan hasil pemetaan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), beberapa atribut dinilai sangat penting oleh

pelanggan, namun kinerjanya masih belum memadai sehingga perlu segera ditingkatkan, antara lain:

- a. RE1: Konten yang dihasilkan oleh XYZ selalu dapat diandalkan untuk tampil sesuai dengan ekspektasi estetika dan kualitas visual klien.
 - b. RE3: XYZ dapat diandalkan untuk selalu menyelesaikan tugas secara tepat waktu.
 - c. R3: XYZ dengan segera memberikan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami terkait konten apabila klien membutuhkan klarifikasi.
 - d. R4: XYZ menyampaikan informasi mengenai alur dan tahapan pembuatan konten secara jelas dan mudah dipahami oleh klien.
 - e. E4: XYZ memberikan solusi terbaik terhadap permasalahan revisi konten dari klien.
 - f. E5: XYZ fleksibel saat memberikan pelayanan terhadap klien.
4. Rekomendasi perbaikan yang disusun melalui pendekatan 5W+1H diarahkan pada enam atribut prioritas tersebut. Usulan yang diberikan meliputi penyusunan standar kualitas visual beserta panduan penyusunan *prompt* untuk menghasilkan konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan, penguatan pengelolaan waktu melalui penjadwalan kerja yang lebih sistematis, peningkatan efektivitas komunikasi dengan menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami pelanggan, penyediaan informasi alur kerja dan perkembangan proyek secara lebih transparan, penyempurnaan mekanisme penanganan revisi agar lebih terstruktur, serta peningkatan fleksibilitas pelayanan melalui penyesuaian metode komunikasi dan proses revisi sesuai kebutuhan masing-masing klien. Implementasi rekomendasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperkecil kesenjangan yang masih ditemukan pada hasil analisis SERVQUAL dan IPA.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan, berikut adalah saran yang diajukan kepada berbagai pihak yang terkait:

1. Saran untuk Agensi Kreatif XYZ :

- a. Agensi Kreatif XYZ disarankan untuk menyusun dan menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) pelayanan yang lebih terstruktur, terutama terkait standar kualitas konten, mekanisme komunikasi dengan klien, prosedur penanganan revisi, serta target penyelesaian setiap proyek. Keberadaan SOP diharapkan mampu menciptakan proses pelayanan yang lebih konsisten dan meminimalkan terjadinya perbedaan kualitas layanan.
- b. Perusahaan juga perlu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan yang dilakukan secara berkala. Materi pelatihan dapat difokuskan pada kemampuan komunikasi dengan pelanggan, manajemen waktu, penanganan revisi, serta penyelesaian keluhan sehingga tim mampu memberikan pelayanan yang lebih cepat, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan klien.
- c. Evaluasi kualitas pelayanan sebaiknya dilakukan secara berkesinambungan melalui survei kepuasan pelanggan pada periode tertentu, misalnya setiap triwulan atau setelah proyek selesai dikerjakan. Hasil evaluasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk memantau perkembangan kualitas pelayanan sekaligus mengidentifikasi potensi permasalahan sejak dini.
- d. Mengingat dimensi *Reliability* dan *Empathy* memiliki nilai kesenjangan terbesar, perusahaan disarankan untuk memprioritaskan peningkatan pada kedua dimensi tersebut. Fokus perbaikan dapat diarahkan pada peningkatan ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan, kualitas hasil konten, fleksibilitas pelayanan, serta kemampuan memberikan solusi revisi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya :

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu Agensi Kreatif XYZ, sehingga hasil penelitian masih bersifat spesifik terhadap karakteristik perusahaan tersebut dan belum dapat digeneralisasikan pada perusahaan jasa lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada beberapa agensi kreatif atau perusahaan jasa dengan karakteristik yang berbeda agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik serta memungkinkan dilakukan perbandingan kualitas pelayanan antarperusahaan.
- b. Jumlah responden dalam penelitian ini terbatas pada seluruh pelanggan aktif Agensi Kreatif XYZ yang berjumlah 20 responden berdasarkan 1 periode saja menggunakan teknik sampel jenuh. Kondisi tersebut menyebabkan data yang diperoleh masih terbatas dalam merepresentasikan persepsi pelanggan secara lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar atau melibatkan pelanggan dari periode waktu yang lebih panjang sehingga hasil analisis menjadi lebih representatif dan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.
- c. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi perbaikan menggunakan metode 5W+1H, namun belum sampai pada tahap implementasi dan evaluasi efektivitas usulan tersebut karena keterbatasan waktu penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengimplementasikan rekomendasi yang telah diusulkan.