

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

##### **6.1.1 Variabel-variabel Penting dalam Pemilihan Jasa Travel**

Variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan menurut konsumen penting dalam pemilihan suatu jasa travel dapat dilihat pada lampiran L2-1. Dimana variabel-variabel ini yang kemudian digunakan untuk menyusun kuesioner penelitian.

##### **6.1.2 Kesimpulan Gap antara Persepsi Konsumen Terhadap Harapan Konsumen (Gap 5)**

Pada pengukuran gap 5 dengan metode *Servqual*, diperoleh bahwa secara keseluruhan untuk setiap dimensi pengukuran pelayanan yang diberikan Transline belum dapat memuaskan konsumennya.

Sedangkan dari pengujian hipotesis untuk setiap pernyataan, diperoleh bahwa pelayanan yang diberikan Transline belum dapat memuaskan konsumennya kecuali untuk pernyataan mengenai kebersihan *body* luar mobil, kerapihan pakaian sopir, dan kerapihan pakaian resepsionis, dimana konsumen sudah puas.

Dari hasil kedua pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelayanan yang diberikan Transline saat ini belum dapat memuaskan konsumennya.

##### **6.1.3 Kesimpulan Gap antara Harapan Konsumen Terhadap Persepsi Manajemen (Gap 1)**

Pada pengukuran gap 1 dengan metode *Servqual*, diperoleh bahwa pihak manajemen belum mengetahui apa yang diharapkan konsumen pada dimensi *tangible*, *reliability*, dan *assurance*. Untuk dimensi *responsiveness* dan *empathy*, pihak manajemen sudah mengetahui apa yang diharapkan konsumen.

Sedangkan pada pengujian hipotesis untuk setiap pernyataan, masih terdapat 10 pernyataan, yaitu pernyataan ke 1, 3, 4, 5, 12, 15, 20, 21, 28, dan 38, dimana pihak manajemen belum memahami apa yang diharapkan konsumen terhadap pernyataan tersebut.

Dari hasil kedua pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan manajemen sudah mengetahui dengan jelas apa yang diharapkan konsumen, hanya saja ada beberapa pernyataan yang belum diketahui manajemen dengan jelas. Penyebab yang menimbulkan gap 1 ini yaitu karena Transline jarang menggunakan hasil riset pemasaran mengenai konsumen.

#### **6.1.4 Kesimpulan Gap antara Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen dan Spesifikasi Kualitas Jasa (Gap 2)**

Pada pengukuran gap 2, diketahui bahwa pihak manajemen menganggap hampir semua pernyataan penting dan sangat penting. Dan sebagian besar performansi standar yang ada di Transline berupa standar tertulis dan sudah dikomunikasikan kepada para karyawan. Kecuali untuk pernyataan mengenai ketersediaan *snack* selama perjalanan, pihak manajemen menganggapnya tidak penting dan standar yang ada belum dikomunikasikan.

Jika dilihat dari masing-masing pernyataan, masih terdapat beberapa pernyataan dimana pihak manajemen menganggap hal tersebut sangat penting, akan tetapi standar yang ada hanya berupa standar lisan walaupun telah dikomunikasikan. Akan lebih baik apabila pihak manajemen menganggap semakin penting pernyataan tertentu, maka standar yang ada sebaiknya dibuat secara tertulis. Dan sebaiknya standar yang ada saat ini diperbaharui, karena untuk beberapa pernyataan, standar yang ada belum sesuai dengan harapan konsumen.

Oleh karena itu, terjadi kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Penyebab yang menimbulkan gap 2 ini yaitu karena Transline tidak memberikan sanksi kepada karyawan yang tidak bertanggung jawab dalam kerja.

### **6.1.5 Kesimpulan Gap antara Spesifikasi Kualitas Jasa Terhadap Penyampaian Jasa (Gap 3)**

Pada pengukuran gap 3, diketahui bahwa performansi standar yang ada di Transline sebagian besar berupa standar tertulis dan sudah dikomunikasikan kepada para karyawan. Begitu juga pihak manajemen menilai hasil kerja karyawan sudah mendekati atau mampu memenuhi standar secara konsisten walaupun masih terdapat beberapa pernyataan yang hanya memiliki standar lisan. Kecuali untuk pernyataan mengenai ketersediaan *snack* selama perjalanan, pihak manajemen menilai karyawan mendekati tidak mampu untuk memenuhi standar.

Jika dilihat dari masing-masing pernyataan, masih terdapat beberapa pernyataan dimana standar yang ada sudah berupa standar tertulis dan dikomunikasikan, akan tetapi penyampaian jasa oleh karyawan belum cukup konsisten dalam memenuhi standar.

Oleh karena itu, terjadi kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa terhadap penyampaian jasa. Penyebab yang menimbulkan gap 3 ini yaitu karena sebagian besar karyawan sering merasa tidak dapat menangani pekerjaannya ketika konsumen banyak yang datang pada waktu yang bersamaan, pihak Transline tidak memberikan bonus tambahan jika karyawan sudah bekerja ekstra untuk melayani konsumen, serta pihak Transline tidak memberi imbalan yang lebih besar daripada karyawan lain apabila mereka melayani konsumen dengan lebih baik. Hal-hal tersebut yang menimbulkan karyawan kurang termotivasi untuk bekerja dengan lebih baik sesuai standar yang ada.

### **6.1.6 Kesimpulan Gap antara Penyampaian Jasa Terhadap Komunikasi Eksternal (Gap 4)**

Pada pengukuran gap 4, diketahui bahwa penyampaian jasa oleh karyawan berupa harga diskon sesuai dengan yang tercantum pada brosur telah konsisten. Begitu pula dengan persepsi konsumen yang telah menilai baik terhadap apa yang mereka terima.

Tetapi jika dilihat dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa janji yang diberikan oleh Transline atau yang disampaikan karyawan Transline belum sesuai dengan yang dirasakan konsumen.

Oleh karena itu, terjadi kesenjangan antara penyampaian jasa karyawan dengan persepsi konsumen. Penyebab yang menimbulkan gap 4 ini yaitu karena bagian pemasaran (manajemen) jarang berkonsultasi dengan resepsionis seberapa besar kemungkinan untuk memenuhi janji yang dikemukakan dalam promosi.

#### **6.1.7 Usulan Perbaikan dan Prioritas Perbaikan dalam Mengatasi Gap**

Dari hasil analisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), yang menjadi usulan prioritas perbaikan untuk mengurangi atau mengatasi kesenjangan yang terjadi, meliputi:

- Dilakukan *service* mesin mobil keseluruhan secara berkala untuk menghindari adanya bunyi-bunyi atau getaran, serta memperkecil kemungkinan terjadinya mogok. Selain itu, sebaiknya sopir selalu melakukan pengecekan setiap kali akan melakukan perjalanan.
- Sebaiknya disediakan kipas angin di sudut ruang tunggu, dan disediakan kursi tambahan (terutama untuk kondisi pada saat ramai).
- Sebaiknya Transline membatasi jumlah tas yang boleh dibawa konsumen, atau resepsionis menanyakan berapa *bag* yang dibawa konsumen pada saat melakukan reservasi.
- Membuat standar tertulis *office boy* untuk membersihkan ruang tunggu minimal 2 kali sehari dan fasilitas-fasilitas apa saja yang perlu diperhatikan.
- Sebaiknya semua kursi dibuat agar memiliki sandaran, atau disediakan bantal.
- Pihak Transline sebaiknya memberikan pelatihan atau *training* secara berkala khususnya bagi *driver* dan resepsionis (baik karyawan baru maupun yang sudah lama bekerja).
- Membuat standar tertulis bagi sopir atau *office boy* agar membersihkan mobil setiap tiba di *pool* dan dilakukan pengecekan pada saat mobil akan digunakan.
- Dibuat pengaturan jadwal dan waktu yang lebih jelas untuk menghindari terjadinya keterlambatan keberangkatan atau ketepatan tiba di tujuan.

- Sopir atau *office boy* yang membantu mengangkut barang konsumen lebih hati-hati lagi pada saat menatanya di dalam bagasi.
- Bagian pemasaran (pihak manajemen) sebaiknya sering berkonsultasi dengan resepsionis apabila ada informasi baru atau dalam hal kemungkinan seberapa besar jika ada promosi baru.
- Brosur selalu dicek dan diperbaharui secara berkala, agar tidak terjadi kesalahpahaman konsumen apabila promosi sudah tidak berlaku.
- Dilakukan *service* terhadap AC mobil sekurang-kurangnya sebulan sekali.
- Pada brosur sebaiknya dicantumkan semua nomor telepon yang dapat dihubungi, atau menggunakan sistem *hunting*.
- Area penjemputan dan pengantaran sistem *feeder* diperluas.

Selain usulan prioritas perbaikan di atas, usulan lainnya yang diperoleh dari hasil pengolahan gap, meliputi:

1. Transline sebaiknya menyebarkan kuesioner secara berkala (misalnya setiap akhir tahun) dimana konsumen lebih banyak dari biasanya.
2. Di Transline sebaiknya disediakan kotak saran dan disediakan memo untuk diisi konsumen.
3. Di dalam mobil travel, sebaiknya disediakan tong sampah yang ukurannya disesuaikan dengan kondisi keleluasaan mobil.
4. Dibuat standar tertulis mengenai kebersihan ruang tunggu, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan di dalam mobil, dan kenyamanan kursi di dalam mobil.
5. Pihak manajemen Transline sebaiknya memberikan sanksi kepada karyawan apabila tidak bertanggung jawab dalam kerja atau melanggar standar yang ada.
6. Dibuat standar/ peraturan tertulis yang mencakup hal-hal mengenai sanksi yang akan diterima apabila karyawan melakukan kesalahan dalam bekerja.
7. Pihak Transline sebaiknya memberikan pelatihan atau *training* secara berkala (misalnya 1 tahun sekali) bagi sopir dan resepsionis.
8. Pihak manajemen Transline sebaiknya memberikan bonus kepada karyawan yang bekerja ekstra atau bekerja lebih baik daripada karyawan lain.
9. Membuat standar mengenai aspek-aspek penilaian kinerja setiap karyawan.

10. Transline lebih selektif lagi apabila menerima karyawan baru,
11. Untuk perkembangan selanjutnya, sebaiknya waktu keberangkatan dapat dilakukan dengan pilihan setiap 1 jam sekali.
12. Pembagian kerja resepsionis, dimana dalam 1 shift terdapat dua orang resepsionis, dimana yang satu bertugas melayani pemesanan tiket dan pemberian informasi, sedangkan yang lainnya bertugas sebagai kasir.
13. Papan *billboard* sebaiknya diperbaiki, agar lebih terlihat jelas. Dan sebaiknya brosur disebar ke daerah yang umumnya terdapat banyak pengguna jasa travel seperti kampus dan perkantoran.
14. Pihak manajemen sebaiknya sering berkonsultasi dengan resepsionis mengenai kemungkinan memenuhi janji yang dikemukakan dalam promosi.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran untuk Transline**

Dari kesimpulan yang dapat ditarik di atas, maka beberapa saran penting yang dapat diberikan Penulis kepada pihak Transline, meliputi:

- Memperbaharui dan meningkatkan standar yang ada.
- Menggunakan hasil riset pemasaran mengenai konsumen, agar mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen.
- Melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum memadai dengan memperhatikan harapan konsumen.
- Membuat dan menyusun deskripsi pekerjaan yang jelas sehingga pekerja dapat memaksimalkan pekerjaannya.

### **6.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Berikut ini saran-saran yang dapat diberikan Penulis untuk penelitian selanjutnya, meliputi:

- Dilakukan penelitian bukan hanya pada Transline di Bandung, tetapi secara menyeluruh dengan perusahaan yang ada di Jakarta.
- Dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran Transline di tengah persaingan perusahaan travel jurusan Jakarta-Bandung PP yang semakin ketat.