

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penelitian mengenai proses kreativitas pelayanan Konumen yang dilakukan PT Mata Hati Kitapoleng dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait rumusan masalah.

1. PT Mata Hati Kitapoleng berhasil mengimplementasikan proses kreativitas, terutama melalui konsep Design Thinking, untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen mereka. PT Mata Hati Kitapoleng telah menerapkan kreativitas pada setiap tahapan design thinking terutama terfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Perusahaan seni pertunjukan mampu memahami secara mendalam kebutuhan, harapan, dan tantangan konsumen. PT Mata Hati Kitapoleng dapat merancang pelayanan yang relevan dan berfokus pada kebutuhan konsumen. Mereka juga berhasil memasukkan unsur-unsur budaya Bali dalam karya seni kontemporer mereka, menciptakan pengalaman yang unik dan memuaskan bagi konsumen. Dengan proses pengelolaan pada kepuasan pelanggan yakni harga (*price*), kualitas produk (*product quality*), efisiensi (*efficiency*), kualitas layanan (*service quality*), dan faktor emosional (*emotional factor*) sebagai proses empati. Pengelola menangkap masalah dan memulai melihat kemungkinan solusi dalam proses *ideat*. Faktor proses ke tiga adalah define meyakini setiap

proses untuk dibuatkan prototype karya, promosi media, jenis pertunjukan yang akan dilakukan baik luring atau daring, dan bagaimana pelanggan bisa mudan mengakses informasi pelanggan dan melakukan tes pasar supaya mendapatkan umpan balik sehingga proses terus dilakukan untuk mendapatkan hasil dan pelayanan yang optimal.

2. Faktor-faktor mempengaruhi proses kreativitas kepuasan konsumen PT Mata Hati Kitapoleng dalam proses pengelolaan sebagai wujud kreativitas sangat signifikan. Perusahaan telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses adalah kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan pendapatan terutama dalam persaingan industri hiburan dan seni pertunjukan yang ketat. Maka dari itu muncul faktor-faktor yang berpengaruh yakni pentingnya memahami konsumen dan menangkap kebutuhan yang diharapkan untuk mewujudkan kepercayaan konsumen yakni, efisiensi waktu, keuangan, menejerial, kualitas layanan dan kualitas produk

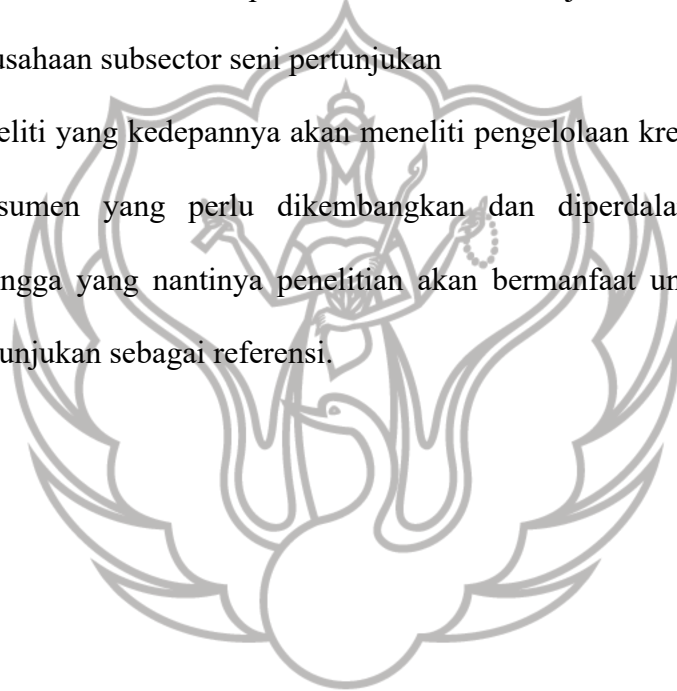
B. Saran

Kesimpulan yang dipaparkan menghasilkan beberapa saran bagi peneliti selanjutnya, PT Mata Hati Kitapoleng dan perusahaan seni pertunjukan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Dalam pengelolaan perusahaan PT Mata Hati Kitapoleng sudah sangat baik dalam melayani konsumen tetapi masih perlu adanya tim strategis dan

khusus dalam menjaga pelayanan sehingga perusahaan dapat meningkatkan pasar lebih besar dengan kualitas yang dimiliki.

2. Perusahaan seni pertunjukan di Indonesia masih kurang adanya pengelolaan yang fleksibel dalam melayani konsumen masih adanya idealisme yang kuat. Proses pelayanan berbasis pada pelayanan konsumen dan memahami konsumen menjadi salah satu metode efektif untuk mengembangkan perusahaan untuk dapat memiliki keberlanjutan dalam bisnis dan perusahaan subsector seni pertunjukan
3. Peneliti yang kedepannya akan meneliti pengelolaan kreativitas pelayanan konsumen yang perlu dikembangkan dan diperdalam lebih spesifik sehingga yang nantinya penelitian akan bermanfaat untuk pelaku bisnis pertunjukan sebagai referensi.



DAFTAR PUSTAKA

- Altman, M., Huang, T., & Breland, J. (2018). Design Thinking in Health Care. *Preventing Chronic Disease, 15*. <https://doi.org/10.5888/pcd15.180128>
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Prenhalindo.
- Apriadi, W. P., & Dewi, I. G. A. M. (2023). Lingkungan Kerja, Motivasi Intrinsik, Dan Kepribadian Proaktif Serta Efeknya Terhadap Kreativitas Karyawan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 12*(02), 191. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i02.p04>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Tahun 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://bps.go.id/website/fileMenu/KBLI-2020.pdf>
- Bahren, Hidayat, H. N., Sudarmoko, & Setyaka, V. (2014). Industri Kreatif Berbasis Potensi Seni dan Sosial Budaya di Sumatera Barat. *Jurnal Ekspresi Seni, 16*(1).
- Batubara, A. K. (2012). Membangun Kreativitas Pustakawan Di Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi, 5*(2), 40–51.
- BEKRAF. (2017). *OPUS Ekonomi Kreatif Outlook 2017*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). *Human Resource Management And Productivity*. <https://www.nber.org/papers/w16019>
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. SAGE Publications, Inc.
- Crabtree, B. F., & Miller, W. L. (1999). *Doing Qualitative Research*. Sage Publications.
- Cresswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Cresswell, J. W. (2016). *Research Design*. Pustaka Pelajar.
- Darmayanti, P. W., & Oka, I. M. D. (2020). Implikasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat bagi masyarakat di Desa Bongon. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 10*(2), 142–150.
- Dewiyanti, Made, N., Antara, M., & Pujaastawa, I. G. (2017). Denpasar Festival' Mendukung Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Denpasar. *Jurnal*

- JUMPA*, 3(2), 238–251.
- Dorst, K. (2011). The core of ‘design thinking’ and its application. *Design Studies*, 32(6), 521–532. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.006](https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.006)
- Elsbach, K., & Stigliani, I. (2018). Design Thinking and Organizational Culture: A Review and Framework for Future Research. *Journal of Management*, 44(20). <https://doi.org/10.1177/0149206317744252>
- Faulina, N., Hardianto, W. T., & Purwatiningsih, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-ranger Di PT. Pos Persero Kota Malang). *Reformasi*, 10(2), 209–216. <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i2.1908>
- Fauzi, A. H., & Sukoco, I. (2019). Konsep Design Thinking pada Lembaga Bimbingan Belajar Smartnesia Educa. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 37–45. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.50>
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5, 1–11. <https://doi.org/10.1177/160940690600500107>
- Ginangjar, J., & Sukoco, I. (2022). Penerapan Design Thinking Pada Sayurbox. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.5078>
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Gava Media.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Irawan, H. (2004). *Indonesia Customer Satisfaction Index*. Elex Media Komputindo.
- Irianto, A. M. (2016). Komodifikasi budaya di era ekonomi global terhadap kearifan lokal: Studi kasus eksistensi industri pariwisata dan kesenian tradisional di Jawa Tengah. *Jurnal THEOLOGIA*, 27(1), 213–236.

- <https://doi.org/10.21580/teo.2016.27.1.935>
- Kelley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking*. Institute of Design at Stanford.
- Kememparekraf. (2023). *Subsektor Ekonomi Kreatif*. Kememparekraf.Go.Id.
- Kiswanto, K., Joko, T., & Dwiyanto, A. (2021). Gebrakan dan penganekaragaman: Budaya persaingan dalam pertumbuhan seni pertunjukan rakyat di boyolali jawa tengah. *Jurnal Kawistara*, 11(2), 198–215. <https://doi.org/10.22146/kawistara.v11i2.65772>
- Koentjaraningrat. (2002). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawan, A. C., & Asral, A. (2023). Analisis Pelayanan Kepuasan Konsumen pada Bisnis Transportasi. *Journal of Education Research*, 4(2), 831–836. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i2.235>
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>
- Leavy, P. (Ed.). (2020). T. O. H. of Q. R. O. U. P. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190847388.001.000>. (2023). *The Oxford Handbook of Qualitative Research* (P. Leavy (ed.)). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190847388.001.0001>
- Lina, L., Shadieva, R., Hwangb, W.-Y., & Shen, S. (2020). From Knowledge and Skills to Digital works: An Application of Design Thinking in the Information Technology Course. *Thinking Skills and Creativity*, 10(6).
- Lockwood, T. (2009). Frameworks of Design Thinking. *Design Management Journal*, 4(2).
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Marbun, E. (2018). *Design Thinking*. Medium. <https://medium.com/@esteremarbun/design-thinking-5a42672582b9>
- Marwa, S., Sumarwan, U., & Nurmalina, R. (2014). *PEMBELIAN ASURANSI JIWA INDIVIDU Marketing Mix Influence Consumer Decision in Individual*

- Life Insurance Purchase*. 7(3), 183–192.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN.
- Nasution, D. H., & Rachmawati, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media Di Indonesia (study Kasus Layanan Triple Play Di Pulau Jawa). *EProceedings of Management*, 4(3).
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novian, R. A., Suwarni, E., Andini, N., Nurfitriana, R., & Zanuwar, A. (2023). Pengaruh Kualitas Kereliasian (Relationship Quality) Terhadap Loyalitas Apresiasi Pada Teater Musikal Anka Adika Production. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 3(1), 36. <https://doi.org/10.32897/dimensi.v3i1.2516>
- Poerwandari, K. (2005). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Fakultas Psikologi UI.
- Preece, J., Sharp, H., & Rogers, Y. (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. John Wiley & Sons.
- Rahayu, E. M. (2016). *Ketika Seni dan Kewirausahaan Menyatu dalam Ciputra Artpreneur*. Swa.Co.Id. <https://swa.co.id/read/136341/ketika-seni-dan-kewirausahaan-menyatu-dalam-ciputra-artpreneur>
- Ramli, S. (2023). Kreativitas Pelaku Usaha, Sosial Media, dan Inovasi Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *AKUNTABEL*, 20(1), 31–39.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/12932/2482>
- Ritonga, J., & Girsang, R. M. (2019). Pengaruh Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1), 10–17.
<https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.73>
- Santi, R. C. N. (2018). Perancangan Interaksi Pengguna (User Interaction Design) Menggunakan Metode Prototyping. *Jurnal Teknik Informatika*, 9(2).
- Saputra, T. A. (2016). Implementasi Design Thinking dalam Membangun Inovasi

- Model Bisnis Perusahaan Percetakan. *Agora*, 4(1), 833–844.
- Satyarini, R. (2016). Strategi diferensiasi sebagai alat untuk memenangkan persaingan pada industri kreatif di Bandung. *Bina Ekonomi*, 20(1), 47–56.
- Semiawan, C. R. (2009). *Kreativitas dan Keberbakatan*. Indeks.
- Simanjuntak, B. A., & Sosrodiharjo, S. (2014). *Metode Penelitian Sosial*. Yayasan Obor Indonesia.
- Somadi, S., Priambodo, B. S., Okarini, P. R., Apriadi, W. P., Dewi, I. G. A. M., Novian, R. A., Suwarni, E., Andini, N., Nurfitriana, R., & Zanuwar, A. (2023). Evaluasi Kerusakan Barang dalam Proses Pengiriman dengan Menggunakan Metode Seven Tools. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 12(1), 191. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2008>
- Suendro, G. (2010). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK MELALUI KINERJA PEMASARAN UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 230–243.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suparmun, H., & Susilo, W. H. (2020). *Metode Penelitian Bisnis (Aplikasi Pendekatan Manajemen Berbasis Pasar)*. In Media.
- Suprpto. (2013). *Metodologi Penelitian Ilmu Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan*. Buku Seru.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Penerbit Andi.
- Tonhauser, P. (2016). *The 12 Indispensable Elements for a Design Thinking*. Pauline Tonhauser.
- Vallis, C., & Redmond, P. (2021). Introducing Design Thinking Online to Large Business Education Courses for Twenty-First Century Learning. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 18(12).

- Winarsih, W., & Andriani, P. (2022). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.1988>
- Yuwana, S., & Yuwono, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331–346.

