



**MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN JASA  
INDUSTRI KREATIF PERIKLANAN  
DENGAN METODE PDCA  
(KASUS PT KHARISMA ADVERTISING)**

**TESIS**

**Dibuat Oleh,  
Novita Damayanti  
55117120118**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
TAHUN 2020**



**MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN JASA  
INDUSTRI KREATIF PERIKLANAN  
DENGAN METODE PDCA  
(KASUS PT KHARISMA ADVERTISING)**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

**Dibuat Oleh,  
Novita Damayanti  
55117120118**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
TAHUN 2020**

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to study the users of PDCA methods in improving the quality of creative services in the advertising subsector in PT Charisma Advertising. Quality of service has not been fulfilled due to management factors and agency level of advertising agencies in meeting client needs.*

*With this research, it is hoped that it can emerge due to the quality of corporate governance arrangements in a charismatic environment, advertising can be improved.*

*80% of client complaints that occur due to Management at PT Kharisma Advertising, the rest types of client complaints are obtained by the facilities, administration / price and technical and non-technical services of PT Kharisma Advertising. Improvements can be made by focusing on the largest type of client complaint, namely management within the company. This concerns client complaints against Kharisma Advertising management having the largest percentage of 80% of the total other types of passenger complaints.*

*Keywords: Services, Advertising, PDCA Method*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengguna metode pdca dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa industry kreatif subsector periklanan di pt kharisma advertising. Kualitas jasa pelayanan belum dapat terpenuhi karena factor management dan tingkat kehandalan karyawan agency periklanan dalam melayani kebutuhan client.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan permasalahan yang timbul karena kurangnya kualitas layanan tata kelola management perusahaan di lingkungan kharisma advertising dapat diperbaiki..

Dari hasil pengamatan dapat diketahui bahwa hampir 80% keluhan client yang terjadi karena Management pada PT Kharisma Advertising , selebihnya jenis keluhan client dikarenakan oleh fasilitas, administrasi/harga dan pelayanan teknis dan non teknis PT Kharisma Advertising. Perbaikan dapat dilakukan dengan memfokuskan pada jenis keluhan client terbesar yaitu management dalam perusahaan . Hal ini dikarenakan keluhan client terhadap management Kharisma Advertising mempunyai presentase terbesar yaitu 80% dari total jenis keluhan penumpang yang lainnya.

Kata Kunci : Pelayanan Jasa ,Periklanan ,Metode PDCA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Industry Kreatif Periklanan  
Pada PT Kharisma Advertising Dengan Metode PDCA.  
Bentuk Tesis : Kualitatif  
Nama : Novita Damayanti  
NIM : 55117120118  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 18 Agustus 2020

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Ir Rosalendo Eddy Nugroho, MM)

Direktur Program Pasca Sarjana



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dudi Permana, MM., Ph.D)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Meningkatkan Kualitas Pelayanan Industry Kreatif Periklanan  
Pada PT Kharisma Advertising Dengan Metode PDCA.  
Bentuk Tesis : Kualitatif  
Nama : Novita Damayanti  
NIM : 55117120118  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 07 Agustus 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan program studi magister manajemen program pasca sarjana Universitas mercubuana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolaan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 07 Agustus 2020

  
Novita Damayanti

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Novita Damayanti  
NIM : 55117120118  
Program Studi : Magister Management Oprasional

dengan judul "*Improving Service Quality Creative Advertising Industry With PDCA Method (Case Of PT Kharisma Advertising)*", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl 16/July/2020/, didapatkan nilai persentase sebesar 13%.

Jakarta, 16 July 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis Panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Tesis ini dengan baik tepat pada waktunya. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Magister Management pada Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Universitas Mercubuana. Adapun judul penelitian ini adalah: " Meningkatkan Kualitas Pelayanan Industry Kreatif Periklanan Pada PT Kharisma Advertising Dengan Metode PDCA.

Di dalam menyelesaikan Tesis ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik berupa pengajaran, bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat para Pembimbing **1 Dr. Rosalendo Eddy Nugroho, MM.** Pembimbing **2 Dr. Tukash Shilul Imaroh,** serta **Motivator** sekaligus **Guru** bagi penulis yang selalu mendorong kesuksesan karya ilmiah ini **Dr. Hasmand Zusi.** Dimana di tengah-tengah kesibukan para dosen manajemen operasional masih tetap meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan mendorong semangat penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah tugas akhir tesis ini.

Perkenankan juga, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian studi ini, kepada :

1. Yang tercinta Almarhum **Kedua Orangtua,** yang mengantarkan penulis pada babak baru dalam kehidupan saat ini.
2. Yang terkasih **Keluarga besar** yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis.
3. Yang terkasih Seluruh **rekan seperjuangan Pasca Sarjana MM** Universitas Mercubuana dan Sahabat serta kerabat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya.
4. Yang terhormat Dirjen Binalattas Kemnaker RI Bapak **Satrio Bambang Loleno** beserta team.
5. Yang terhormat Kepala Balai Besar Produktivitas Bekasi Kemnaker RI, Bapak **Chairul Fadhly Harahap, SE, SH., MM., Msi** beserta team yang senantiasa memberikan kesempatan penulis untuk membantu kegiatan dan



program pemerintah dalam rangka meningkatkan Produktivitas daerah di Indonesia.

6. Yang terhormat **Dr.Hery Margono** Direktur Kharisma Advertising & seluruh karyawan atas dukungan, doa serta kesempatanya memberikan penulis tempat berkreatifitas dan meneliti di PT Kharisma Advertising.
7. Yang terkasih **Ibu Asmiyetty Idrus** Purna Bakti Yayasan Pesantren Islam Al-Azhar Indonesia, sosok guru sekaligus orangtua asuh yang telah memberikan penulis dukungan secara moril dan materil.
8. Yang terkasih **Ibu Ani Yuliani** Ketua Yayasan Ichsan Medical Center, orangtua asuh sekaligus Inspirasi bagi penulis yang telah memberikan dukungan penulis secara moril dan materil.
9. Yang terhormat **Bapak Muhamad Dr. Ahmad Sutawijaya** selaku Ketua Sidang Penelitian Tesis.
10. Yang terhormat **Ibu Dr.Aty Herawati** selaku Ex. Kaprodi MM Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
11. Yang terhormat **Bapak Dudi Permana, MM, Phd** selaku Kaprodi MM Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
12. Yang terhormat **Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus** selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
13. Yang terhormat **Prof. Dr. Ngadino Surip** selaku Rektor Universitas Mercubuana.

Penulis berharap semoga karya ilmiah. Tesis ini dapat bermanfaat dan memohon maaf dengan tulus jika dalam penulisan ini terdapat kekurangan dan kekeliruan, ataupun sikap penulis yang membuat semua pihak yang terlibat kurang nyaman, semoga penelitian ini bermanfaat menjadikan perubahan dalam meningkatkan kualitas pelayanan bukan hanya pada pribadi penulis tapi juga bagi perusahaan serta pembaca. Penulis juga menerima kritik dan saran yang bersifat membangun oleh pembaca.

Jakarta, 25 Mei 2020

Novita Damayanti

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRAC</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pernyataan .....	iv
Lembar Pernyataan Cimilarity Check.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Indentifikasi, Pembatasan dan perumusan Masalah Penelitian.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian .....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	6
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7

### BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Teori .....	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.2 Industry Kreatif.....	12
2.1.3 Periklanan .....	13
2.1.3.1 Sifat – sifat Iklan .....	14
2.1.3.2 Aspek – aspek Periklanan .....	15
2.1.4 <i>Plan, Do, Check, Action</i> .....	17
2.1.5 Delapan Langkah & Tujuh Alat Pengendalian Kualitas .....	23
2.1.6 Improvement .....	32
2.1.7 Keluhan Pelanggan (Customer Claim) .....	34
2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Kerangka Pemikiran .....	38

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian .....	41
3.2 Paradigma Penelitian .....	41
3.3 Metode Penelitian .....	42
3.4 Definisi Konsep .....	42

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	44

**BAB IV METODE PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	50
4.2.2 Hasil Analisis Data .....	51
4.2.3 Analisa Sebab dan Akibat.....	53
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Usulan Tindakan Perbaikan Pada Fasilitas Perusahaan.....	62
4.3.2 Evaluasi Hasil Tindakan Perbaikan .....	66

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Analisa Kondisi Aktual .....	47
Tabel 4.2 Daftar Pertanyaan .....	48
Tabel 4.3 Jenis Keluhan Client.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share Perusahaan Periklanan Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Perolehan Omset Iklan Kharisma Advertising 2015-2018.....	4
Gambar 1.3 Komplain Teknis dan non teknis Kharisma Advertising .....	5
Gambar 2.1 Siklus PDCA .....	22
Gambar 2.2 Deming Cycle .....	23
Gambar 2.3 Kaitan PDCA dan delapan langkah .....	26
Gambar 2.4 Contoh Flow Chart.....	28
Gambar 2.5 Contoh Diagram Fishbone .....	29
Gambar 2.6 Contoh Lembar Check Sheet .....	30
Gambar 2.7 Contoh Diagram Pareto.....	32
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 Bagan Alur Analysis Data .....	45
Gambar 4.1 Diagram Pareto .....	52
Gambar 4.2 Diagram Sebab Akibat.....	57
Gambar 4.3 Kebersihan Kantor .....	63
Gambar 4.4 Green Screen Creative Studio .....	63
Gambar 4.5 Contoh Diagram Manajemen & Struktur Organisasi.....	64