

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Pelayanan

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sinambela,2008:5).

Pelayanan adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Kotler, 1994:464).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Menurut Undang – Undang Nomer 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang – undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa atau pelayanan administrative yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Menurut Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KEMENPAN RB) Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan

Pelayanan adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan, penerima pelayanan, maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang – undangan.

Dari beberapa definisi yang telah di kemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah suatu kegiatan melayani publik baik berinteraksi langsung atau tidak sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat.

2.1.2 Ciri – Ciri Pelayanan Publik

Menurut Kasmir (2006:34) pelayanan publik yang baik memiliki ciri – ciri sebagai berikut:

- a) Tersedianya karyawan yang baik
- b) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga akhir
- d) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e) Mampu berkomunikasi
- f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h) Berusaha memahami kebutuhan nasabah (pelanggan)
- i) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah (pelanggan)

Pelayanan publik yang baik sangat penting untuk diterapkan pada instansi negeri ataupun swasta karena pelayanan publik yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.3 Unsur – Unsur Pelayanan Publik

Menurut Barata (2004:11) terdapat 4 unsur penting dalam proses pelayanan publik yaitu;

- a) **Penyedia Layanan**, yaitu pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (goods) atau jasa – jasa (services).
- b) **Penerima Layanan**, yaitu mereka yang disebut sebagai konsumen (customer) yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.
- c) **Jenis Layanan**, yaitu layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.
- d) **Kepuasan Pelanggan**, dalam memberikan layanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan karena tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan kualitas barang atau jasa yang mereka nikmati.

2.1.4 Asas –Asas Pelayanan Publik

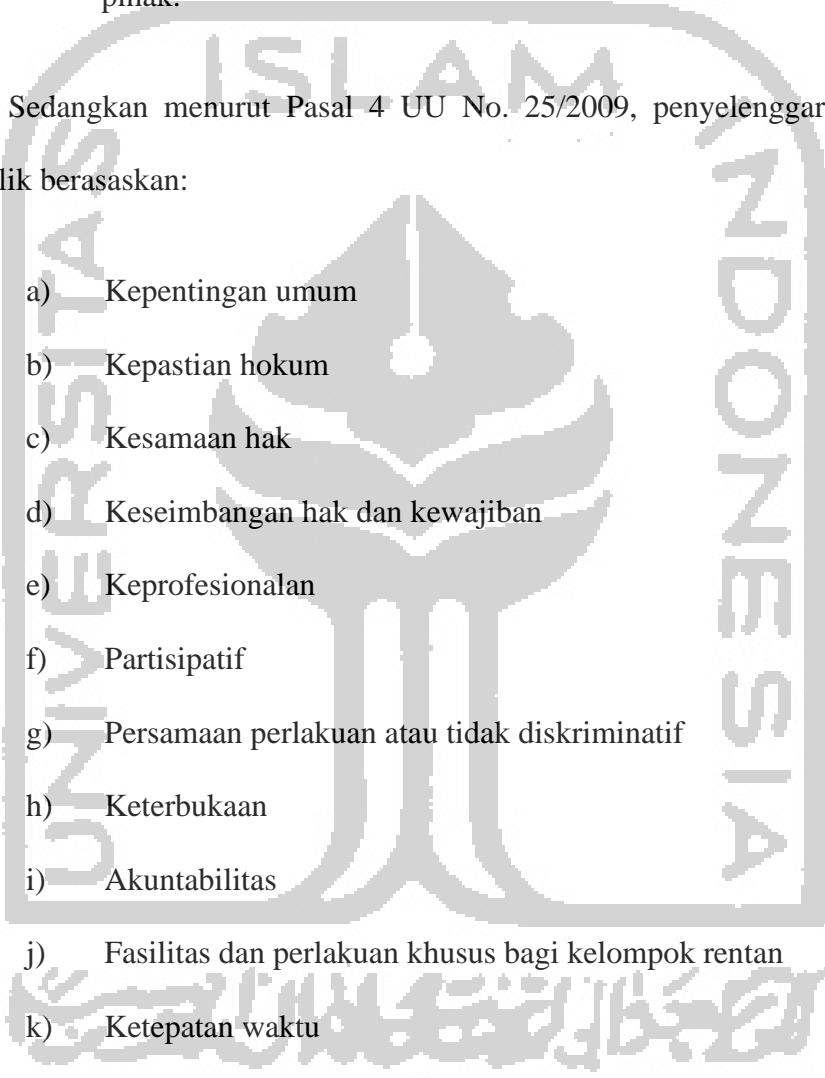
Pelayanan publik dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi pengguna jasa, karena itu penyelenggaraanya membutuhkan asas – asas pelayanan. Dengan kata lain, dalam memberikan pelayanan publik, instansi penyedia pelayanan publik harus memperhatikan asas pelayanan public.

Asas – asas pelayanan public menurut Keputusan KEMENPAN Nomer 63/2003 sebagai berikut:

- a) **Transparansi;** bersifat terbuka, mudah, dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b) **Akuntabilitas;** dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.
- c) **Kondisional;** sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d) **Partisipatif;** mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan public dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e) **Kesamaan hak;** tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.

- f) **Keseimbangan hak dan kewajiban;** pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing – masing pihak.

Sedangkan menurut Pasal 4 UU No. 25/2009, penyelenggaraan pelayanan publik berasaskan:

- 
- a) Kepentingan umum
 - b) Kepastian hukum
 - c) Kesamaan hak
 - d) Keseimbangan hak dan kewajiban
 - e) Keprofesionalan
 - f) Partisipatif
 - g) Persamaan perlakuan atau tidak diskriminatif
 - h) Keterbukaan
 - i) Akuntabilitas
 - j) Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan
 - k) Ketepatan waktu
 - l) Kecepatan, kemudahan, keterjangkauan

2.1.5 Prinsip – Prinsip Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Prinsip Pelayanan umum diatur dalam Keputusan KEMENPAN (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara) Nomer 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, sepuluh prinsip pelayanan umum yaitu;

- a) **Kesederhanaan;** Prosedur pelayanan public tidak berbelit – belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
- b) **Kejelasan;** 1) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan public; 2) Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/ sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik; 3) Rincian biaya pelayanan public dan tata cara pembayaran.
- c) **Kepastian waktu;** Pelaksanaan pelayanan public dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- d) **Akurasi;** Produk pelayanan public diterima dengan benar, tepat, dan sah.
- e) **Keamanan;** Proses dan produk pelayanan public memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- f) **Tanggung jawab;** Pimpinan penyelenggara pelayanan public atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan

pelayanan dan penyelesaian keluhan/ persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

- g) **Kelengkapan sarana dan prasarana kerja;** Peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi, telekomunikasi dan informatika (telematika).
- h) **Kemudahan Akses;** Tempat dan lokasi sarana prasarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informasi.
- i) **Kedisiplinan, Kesopanan, dan Keramahan;** Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- j) **Kenyamanan;** Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapih, lingkungan yang indah dan sehat, serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parker, toilet, tempat ibadah dan lainnya.

Pasal 34 UU No. 25 Tahun 2009 disebutkan bahwa pelaksanaan dalam menyelenggarakan pelayanan public harus berperilaku sebagai berikut:

- a) Adil dan tidak diskriminatif
- b) Cermat
- c) Santun dan ramah
- d) Tegas, andal, dan tidak memberikan putusan yang berlarut – larut

- e) Profesional
- f) Tidak mempersulit
- g) Patuh pada perintah atasan yang sah dan wajar
- h) Menjunjung tinggi nilai – nilai akuntabilitas dan integritas institusi penyelenggara
- i) Tidak membocorkan informasi atau dokumen yang wajib dirahasiakan sesuai dengan peraturan perundang – undangan
- j) Terbuka dan mengambil langkah yang tepat untuk menghindari benturan kepentingan
- k) Tidak menyalahgunakan sarana dan prasarana serta fasilitas pelayanan publik
- l) Tidak memberikan informasi yang salah atau menyesatkan dalam menanggapi permintaan informasi serta proaktif dalam memenuhi kepentingan masyarakat
- m) Tidak menyalahgunakan informasi, jabatan, atau kewenangan yang dimiliki

2.1.6 Kualitas Pelayanan Publik

Menurut Kotler (2011:35) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk

memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas tidak dapat dipisahkan dari produk, jasa atau pelayanan.

Dimensi yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengukur kualitas pelayanan publik Menurut Pasalong (2013:135) telah diuraikan sebagai berikut:

- a) **Tangibles (tampilan)** adalah kualitas pelayanan yang berupa tampilan fisik
- b) **Reliability (kehandalan)** adalah kemampuan dan keandalan untuk menyediakan jasa pelayanan yang terpercaya dan akurat
- c) **Responsiveness (ketanggapan)** adalah kesanggupan karyawan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen
- d) **Assurance (jaminan)** adalah kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan konsumen
- e) **Empaty (peduli)** adalah sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen

2.1.7 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa menurut Philip Kotler (2006:228)

- a) **Intangible (tidak berwujud)**

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

b) Inseparability (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lain, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

c) Variability (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

d) Perishability (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

2.1.8 Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2007:177) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen:

a) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) **Kualitas Pelayanan**

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c) **Emosional**

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d) **Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada konsumennya.