BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kajian Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil Penelitian Terdahulu yang memiliki keterkaitan sedikit banyak dengan objek penelitian dan skripsi ini. Adapun hasil penelitian tersebut adalah:

Skripsi Sari Ariyani Program Studi Hukum yang memfokuskan penelitiannya pada Hukum Ekonomi yang berjudul "Pelaksanaan pengiriman uang *online* dengan *western union* oleh PT. Pos Indonesia cabang Padang dalam kaitanya dengan perlindungan konsumen" pada tahun 2007 di Universitas Andalas Padang Sumatera Barat.

Mengacu kepada pelaksanaan pengiriman uang *online* dengan *western union* ada terdapat kendala tidak terlalu berarti. Upaya ganti kerugian dapat dilakukan oleh pengguna jasa pengiriman uang dengan *western union* berupa pengambilan jumlah uang transfer yang dikirim dan pembatalan transfer uang yang diajukan oleh pengirim. Persaingan usaha dengan bank dalam hal pengiriman uang *online* maka PT. Pos Indonesia dituntut untuk mencari alternatif-alternatif lain dengan menggali, mengembangkan dan mewujudkan sumber daya potensial untuk meningkatkan pendapatan perusahaan secara ekonomi. Salah satu produk PT. Pos Indonesia yang gencar dipromosikan adalah pengeriman uang dengan menggunakan weselpos dan *western union*. Dengan menggunakan metode yuridis sosiologi yakni penelitian langsung kelapangan objek penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian kajian-kajian terdahulu maka kesimpulan Pelaksanaan pengiriman uang *online* melalui *western union* oleh PT. Pos Indonesia dengan pelanggan pengguna jasa pos telah berdasarkan prosedur dan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh PT. Pos Indonesia. Dimulai dari pelanggan yang mengisi blangko/formulir pengirim memberitahukan, kepada petugas loket berapa besar uang yang dikirimkan, sampai kemudian membayar biaya/tarif pengiriman uang dengan *western union.* PT. Indonesia bertanggung jawab dengan dengan menggunakan sistem jejak lacak sehingga kantor kirim dan kantor bayar saling memberi konfirmasi untuk menyeesaikan masalah keterlambatan proses pengiriman uang dan penerimaan uang.

Hasil penelitian terdahulu, yang telah disebutkan di atas, sedikit banyak membahas mengenai pengiriman uang dengan mengunakan *western union*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memfokuskan ruang lingkup dan perumusan masalah terkait masalah pengiriman uang *online* di PT. Pos Indonesia.

2.1.2 Kualitas

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Goesth dan Davis yang dikutip Tjiptono, mengemukakan bahwa kualitas diartikan "sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan."(Tjiptono, 2004:51). Berdasarkan teori diatas

bahwa kualitas tersebut yang berkaitan dengan produk, jasa dan yang lainnya yang melebihi suatu harapan tertentu.

Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud dengan kualitas adalah, "Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa." (Triguno, 1997:76). Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Lukman yang mengartikan kualitas adalah "sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan."(Lukman, 2000:11). Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa menjanjikan kepada masyarakat dalam pelayanan sehingga masyarakat tersebut merasa kenyamanan dan kepuasan. Kemudian Ibrahim melihat bahwa kualitas itu "sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit." (Ibrahim, 1997:1). Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditinjau bahwa kualitas adalah strategi untuk menghasilkan suatu barang dan jasa yang berbobot dan memenuhi keinginan dan kepuasan masyarakat. Kualitas juga mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang dilayani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan atau masyarakat.

Pengertian yang lebih rinci tentang kualitas diberikan oleh Tjiptono, setelah melakukan evaluasi dari definisi kualitas beberapa pakar, kemudian

Tjiptono menarik 7 (tujuh) definisi yang sering dikemukakan terhadap konsep kualitas, definisi-definisi kualitas menurut Tjiptono tersebut, adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan;
2. Kecocokan untuk pemakaian;
3. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan:
4. Bebas dari kerusakan atau cacat;
5. Pemenuhuan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat;
6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal; dan
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

(Tjiptono, 1997:2).

Dari pengertian tersebut tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, yang berarti kualitas tersebut ada persyaratan yang harus dipenuhi. Kemudian kecocokan untuk pemakaian, yang berarti kuliatas itu harus ada kecocokan. Selanjutnya perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, yang berarti bahwa kualitas itu harus mengalami perbaikan-perbaikan demi terwujudnya suatu keesempurnaan. Kemudian bebas dari kerusakan atau cacat, yang berarti suatu kualitas itu terjamin dari kerusakan. Selanjutnya pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, maksudnya kualitas itu harus memenuhi kebutuhan pelanggannya. Melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal, maksudnya adalah kualitas tersebut dalam prosesnya tidak boleh melakukan kesalahan. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan, maksudnya adalah bisa memuaskan pelanggan.

2.1.3 Pelayanan

Untuk dapat mempelajari manajemen pelayanan, sebelumnya kita harus memahami pengertiannya. Oleh karena itu di bawah ini akan diuraikan tentang definisi manajemen, definisi pelayanan, dan definisi manajemen pelayanan. Ada berbagai macam definisi manajemen, misalnya Manullang (1985:17) mendefinisikan manajemen "sebagai seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian penyusunan, pangarahan, dan pengawasan dari pada sumberdaya manusia untuk menciptakan tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Sementara itu Gibson, Donelly & Ivancevich (1996:4) mendefinisikan manajemen "sebagai suatu proses yang dilakukan oleh satau atau lebih individu untuk mengoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri.

Dua definisi tersebut di atas kelihatannya berbeda, tetapi apabila dicermati pada prinsipnya adalah sama. Yang dimaksudkan dengan proses oleh Gibson, Donelly dan Ivancevich sebenarnya adalah penerapan ilmu dan seni sebagaimana dimaksudkan oleh Manullang. Sedangkan pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan oleh Gibson dan kawan-kawan disebut sebagai menggordinasikan berbagai aktivitas lain.

Sama halnya dengan definisi manajemen, definisi pelayanan juga banyak. Definisi yang sangat simpel diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (1997:448) "Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan".

Ini adalah definisi yang simpel. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos sebagimana dikutip di bawah ini :

> "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konseumen/pelanggan" (Gronroos 1990:27)

Dari dua definisi tersebut diatas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

Sedangkan penyelenggara pelayanan publik dalam batasan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 tahun 2003 diuraikan bahwa Instansi Pemerintah sebagai sebutan kolektif yang meliputi Satuan Kerja/ satuan organisasi Kementerian, Departemen, Lembaga Pemerintah Non Departemen, Kesekretariatan Lembaga Tertinggi dan Tinggi Negara, dan Instansi Pemerintah lainnya, baik pusat maupun Daerah termasuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, Menjadi penyelenggara pelayanan publik. Sedangkan pengguna jasa pelayanan publik adalah orang, masyarakat, instansi pemerintah dan badan hukum yang menerima layanan dari instansi pemerintah.

Secara garis besar jenis-jenis layanan publik menurut Kepmenpan No. 63 tahun 2003 dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

1. Kelompok Pelayanan Administratif
   Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasa\an terhadap suatu barang dan sebagainya. Dokumen-dokumen ini antara lain Kartu Tanda Penduduk (KTP), Akte Pernikahan, Akte Kelahiran, Akte

Kematian, Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Izin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (STNK), Izin Membangun Bangunan (IMB), Paspor, Sertifikat Kepemilikan/Penguasaan Tanah, dsb.

2. Kelompok Pelayanan Barang
   Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk/jenis barang yang digunakan oleh publik, misalnya jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, air bersih, dsb.
3. Kelompok Pelayanan Jasa
   Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan kesehatan, penyelenggaraan transportasi, pos, dsb.

Birokrasi publik berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan layanan baik dan profesional. Pelayanan publik (*public services*) oleh birokrasi publik merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparatur negara sebagai abdi masyarakat di samping sebagai abdi negara. Pelayanan publik (*public services*) oleh birokrasi publik dimaksudkan untuk mensejahterakan masyarakat (warga negara).

Pelayanan umum oleh Lembaga Administrasi Negara (1998) diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa baik dalam rangka upaya kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik dengan demikian dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

2.1.4 Pelayanan Publik

Pelayanan publik atau umum merupakan salah satu fungsi utama dari pemerintah. Pemerintah berkedudukan sebagai lembaga yang wajib memberikan atau memenuhi kebutuhan masyarakat. Pengertian pelayanan di sebutkan pula oleh H.A.S Moenir dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia (2010:27), bahwa

> "Pelayanan Publik adalah sebagai pelayanan umum yang berarti kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem , prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya"

Pelayanan publik adalah pemberi layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan (Kurniawan 2005:5).

Menurut Syaiful Arif (dalam Ahmad 2008:3) mendefenisikan pelayanan publik merupakan suatu layanan atau pemberian terhadap masyarakat yang berupa penggunaan fasilitas-fasilitas umum, baik jasa maupun non jasa, yang dilakukan oleh organisasi publik dalam hal ini adalah suatu pemerintahan. Dalam pemerintahan, pihak yang memberikan pelayanan adalah aparatur pemerintahan beserta segenap kelengkapan kelembagaannya.

Menurut Kepmenpan No. 63/KEP/M.PAN/7/2003, pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan . Disamping itu, Undang-Undang no. 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik , menyebutkan yang dimaksud dengan pelayanaan 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 dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh organisasi publik yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik berupa barang atau jasa tanpa berorientasi yang dilakukan sesuai dengan standar dan peraturan yang telah ditetapkan.

Dalam Undang -Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Pelayanan Publik dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis. Pada Pasal 5 ayat 1 disebutkan bahwa pelayanan publik meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik serta pelayanan administratif yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Pelayanan barang publik yang dimaksud tersebut dapat dibedakan dalam tiga kelompok, yaitu:

1. Pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja Negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah. Dalam penjelasan Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik disebutkan bahwa barang publik yang disediakan oleh instansi pemerintah dengan menggunakan anggaran pendapatan dan belanja Negara atau anggaran pendapatan dan belanja. daerah ditujukan untuk mendukung program dan tugas instansi tersebut.
2. Pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh suatu badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan Negara atau kekayaan daerah yang dipisahkan; Barang publik yang ketersediannya merupakan hasil dari kegiatan badan usaha milik Negara dan atau badan usaha milik daerah yang mendapat perlimpahan tugas milik daerah yang mendapat pelimpahan tugas untuk menyelenggarakan pelayan publik *(public service obligation).*

3. Pengadaan dan penyaluran barang publik yang pembiayaannya tidak bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah atau badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan / atau kekayaan daerah yang dipisahkan, tetapi ketersediaanya menjadi misi negara yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Misi negara adalah kebijakan untuk mengatasi permasalahan tertentu, kegiatan tertentu atau mencapai tujuan tertentu yang berkenaan dengan kepentingan dan manfaat orang banyak

Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto (2005:2) yaitu pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Ahmad Batinggi dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum (1998:21) terdapat tiga jenis layanan yang bisa dilakukan oleh siapapun, yaitu :

1. Layanan secara lisan, Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas - petugas di bidang Hubungan Masyarakat (HUMAS), bidang layanan Informasi, dan bidang bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat - syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan yaitu:
    a. Memahami masalah-masalah yang termasuk ke dalam bidang tugasnya.
    b. Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan, dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
    c. Bertingkah laku sopan dan nyaman.

2. Layanan dengan tulisan, Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas. Sistem layanan pada abad Informasi ini menggunakan sistem layanan jarak jauh dalam bentuk tulisan. Layanan tulisan ini terdiri dari 2 (dua)

golongan yaitu, berupa petunjuk Informasi dan yang sejenis ditujukan kepada orang - orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga pemerintah. Kedua, layanan berupa reaksi tertulis atau permohonan laporan, pemberian/ penyerahan, pemberitahuan dan sebagainya. Adapun kegunaannya yaitu :

a. Memudahkan bagi semua pihak yang berkepentingan.
b. Menghindari orang yang banyak bertanya kepada petugas.
c. Mamperlancar urusan dan menghemat waktu bagi kedua pihak, baik petugas maupun pihak yang memerlukan pelayanan.
d. Menuntun orang ke arah yang tepat.

3. Layanan dengan perbuatan, Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan dilakukan oleh petugaspetugas yang memiliki faktor keahlian dan ketrampilan. Dalam kenyataan sehari - sehari layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan jadi antara layanan perbuatan dan lisan sering digabung. Hal ini disebabkan karena hubungan pelayanan secara umum banyak dilakukan secara lisan kecuali khusus melalui hubungan tulis yang disebabkan oleh faktor jarak.

Selanjutnya menurut Batinggi (1998:12), pelayanan publik dapat diartikan sebagai perbuatan atau kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengurus hal-hal yang diperlukan masyarakat atau khalayak umum. Dengan demikian, kewajiban pemerintah adalah memberikan pelayanan publik yang menjadi hak setiap warga negara.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

Pelayanan umum baru dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan harapan/keinginan atau kebutuhan penerima layanan, yang meliputi pelayannya yang memiliki keterampilan dan pengetahuan, pengelolaan sarana dan prasarana secara tepat, cepat, dan lengkap, kemudian prosedurnya tepat, cepat dan diberikan kemudahan serta bentuk jasa yang diberikan berupa kemudahan, ketepatan dan kecepatan sehingga kualitas layanan yang baik akan terwujud, untuk dapat

mengetahui apakah pelayanan umum yang diberikan pemerintah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan, maka kualitas pelayanan umum harus diukur dan dinilai oleh masyarakat pengguna layanan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lukman dan Sugiyanto, yang menyatakan bahwa:

> "Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani. Pengakuan terhadap keprimaan sebuah pelayanan, bukan datang dari aparatur yang memberikan pelayanan, melainkan datang dari pengguna jasa layanan." (Lukman, 2001:12).

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan. Jika suatu kepuasan tercipta maka persepsi suatu pelayanan yang berkualitas akan tumbuh.

Definisi Kualitas pelayanan atau bisa disebut juga kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk dapat mengimbangi harapan para pelanggan atau konsumen. Menurut Wyckof (dalam Lovelock,1988:118) menyebutkan bahwa "Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan juga pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan".

Menurut Gronroos (Arief, 2007:122), terdapat tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas jasa yaitu *outcome-related* (berhubungan dengan hasil), *process-related* (berhubungan dengan proses), dan *image related criteria* (berhubungan dengan citra jasa). Ketiga kriteria tersebut masih dijabarkan menjadi enam yaitu :

1. *Professionalism and skills* (profesinalime dan kemampuan)
2. *Attitudes and behavior* (sikap dan prilaku)
3. *Accessibility and flexibility* (kemudahan pencapaian dan penyesuaian pelayanan)
4. *Reliability and trustworthninees* (keandalan dan kepercayaan)
5. *Recovery* (pengendalian situasi dan pemecahan masalah)
6. *Reputation and credibility* (nama baik dan dapat dipercaya)

Pertama, *Profesionalisme and skills*, kriteria ini merupakan *outcome related criteria* dimana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

Kedua, *Attitudes and behaviour*, kriteria ini termasuk *process-related criteria* pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

Ketiga, *Accessibility and flexibility*, kriteria ini termasuk *process-related criteria*, pelanggan meresa bahwa penyedia jasa, lokasi, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu, juga dirancang agar bersifat felksibel dalam keinginan pelanggan.

Keempat, *Reliability and trustworthninees*, kriteria ini termasuk *procces-related criteria*, pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi mereka bisa

mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

Kelima, *Recovery,* kriteria ini juga termasuk *procces-related criteria,* pelanggan menyadari bahwa apabila ada kesalahan dan bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

Keenam, *Reputation and credibility,* kriteria ini termasuk *procces-related criteria,* pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan dapat memberikan nilai atau tambahan yang sesuai dengan permohonan.

Pada prinsipnya pengertian-pengertian tersebut di atas dapat diterima bila dikaitkan dengan kebutuhan atau kepentingan masyarakat yang menginginkan kualitas pelayanan dalam takaran tertentu. Namum demikian setiap jenis pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi-instansi pemerintahan kriteria kualitas tersendiri. Hal ini tentu terkait erat dengan atribut pada masing-masing jenis pelayanan. Ciri-ciri atau atribut-atribut yang ada dalam kualitas tersebut menurut Tjiptono (1995 : 25) adalah :

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan lain-lain.
6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan, dan lain-lain.

Pertama, ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses, bagaimana yang dikatakan apakah sesuatu dalam pelayanan publik telah dikatakan baik atau buruk. Menurut hardiyansyah (2011:40) dalam bukunya Kualitas Pelayanan Publik ini berarti pelaksanaan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Kedua, akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan-kesalahan. Menunjukkan bagimana kinerja aparatur dalam pelayanan kepada masyarakat, tidak berbelit-belit, dan mudah untuk dipahami. Menurut hardiyansyah (2011:40) dalam bukunya Kualitas Pelayanan Publik prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanankan oleh masyarakat yang meminta pelayanan.

Ketiga, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan. Dalam memberikan pelayanan aparatur dituntut untuk bersikap ramah kepada pelanggan sehingga dalam pelayanan suasana dapat menarik interaksi konsumen. Menurut patricia patton (1998:1) dalam bukunya Pelayanan sepenuh hati. Senyum merupakan bahasaya isyarat universal yang dipahami semua orang dimuka bumi. Berlaku postif itu sangat menarik. Sikap ini dapat mengubah suasana dan kegairahan pada hampir semua interaksi konsumen.

Keempat, kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer. Dalam hal ini petugas harus aktif kepada pelanggan dan fokus terhadap pelayanan. Menurut patricia patton (1998:9) dalam bukunya Pelayanan sepenuh hati. Dalam hal ini petugas harus proaktif. Banyak orang yang berdiam diri dan

menanti untuk disuruh melakukan sesuatu bila ingin diperlukan. Untuk mencapai kualitas layanan yang lebih bagus diperlukan inisiatif yang tepat.

Kelima, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan lain-lain. Kondisi sarana dan prasarana yang bersih, rapi, dan terarur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan. Dalam hal ini harus ada perhatian dengan indikator menyusun sistem pelayanan yang memuaskan pelanggan, menjaga kualitas, menerapkan standar pelayanan yang tepat, dan uji coba standar pelayanan.

Keenam, atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan, dan lain-lain. Penyelenggara pelayanan dapat memberikan ketenangan sehingga pelanggan merasa nyaman tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan. Dalam hal ini sarana dan prasana yang mendukung akan membuat para pelanggan betah dan tidak bosan berada ditempatnya, sehingga mersa nyaman dan terhibur.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan atau yang dianggap terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi.

Berdasarkan uraian sejumlah pendapat yang tersaji, maka pengertian kualitas pelayanan adalah totalitas karateristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan, dan tolak ukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan.

2.1.6 Kepuasan Masyarakat

Menurut Tse dan Wilton (dalam Tjiptono, 2004:146) disebutkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja. Oliver (dalam Tjiptono, 2004:146) memberikan pendapat bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan merupakan fungsi positif dari harapan pelanggan dan keyakinan diskonfirmasi.

Kotler (dalam Tjiptono, 2004:147) memberikan definisi kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap sehingga nantinya secara riil dapat diketahui atribut yang memiliki hubungan kuat dengan kepuasan masyarakat. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui kepuasan masyarakat antara lain adalah :

1. Tanggapan masyarakat yang meliputi tingkat kinerja dan tingkat harapan dari kualitas pelayanan.
2. Tanggapan masyarakat yang meliputi tingkat kinerja dan tingkat harapan dari semangat kerja pegawai.

Untuk mengukur kepuasan masyarakat peneliti mengembangkan pengukuran kepuasan pelanggan merujuk pada Kenedy dan Young (dalam Supranto 2006) dengan indikator sebagai berikut :

1. Keberadaan pelayanan (*availability of service*) Tingkatan di mana pelanggan dapat kontak langsung dengan pemberi jasa.

2. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*) Tingkatan di mana pemberi jasa beraksi dengan cepat terhadap permintaan pelanggan.
3. Ketepatan waktu pelayanan (*timeliness of service*) Tingkatan di mana pekerjaan di selesaikan dalam kerangka waktu, sesuai dengan perjanjian.
4. Profesionalisme pelayanan (*profesionalism of service*) Tingkatan di mana pemberi jasa menggunakan perilaku dan gaya profesional yang tepat selama bekerja dengan pelanggan.
5. Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (*over all satisfaction with service*) Tingkatan di mana pemberi jasa memperlakukan pelanggan dengan baik.
6. Kepuasan keseluruhan dengan barang (*over all satisfaction with product*) Tingkatan di mana hasil kinerja pemberi jasa sangat baik.

2.1.7 Uang *Online*

Pengiriman uang *online* adalah jasa pengiriman uang antar kota di dalam suatu negara atau antar negara di dunia secara cepat *(real time online).* Banyak orang di dunia menggunakan jasa pengiriman uang *online* melalui PT Pos Indonesia, baik didalam negeri menggunakan weselpos, maupun pelayanan pengiriman uang dari dalam negeri ke luar negeri, maupun dari luar negeri ke dalam negeri menggunakan *Western Union*. Pelayanan transfer tercepat, yang dapat dibayarkan lima sampai lima belas menit sesudah transaksi pengiriman. Tarif pengiriman uang melalui *western union* di Kantor Pos, progresif berdasarkan besar uang yang dikirimkan. Pengiriman dan penerimaan uang melalui *Western Union* dari dan untuk tujuan ke luar negeri dilayani di seluruh Kantor Pos yang sudah terhubung secara *online*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kualitas Pelayan di PT. Pos Indonesia Asia Afrika merupakan kemampuan PT. Pos Indonesia dalam melaksanakan tugas-tugasnya dalam pelayanan jasa pos dan giro guna mencapai tujuan dan misi secara optimal. Dalam kualitas pelayanan ini diharapkan mampu menjelaskan apakah organisasi PT. Pos Indonesia Asia Afrika mampu melaksanakan tugas dan memberikan pelayanan dan fungsi-fungsi yang di emban kepadanya secara optimal berhasil didalam melayani masyarakat sebagai pengguna jasa. Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh aparatur pemerintah, perlu ada kriteria yang menunjukkan apakah suatu pelayanan publik yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk, berkualitas atau tidak.

Kriteria yang digunakan didalam mengkategorikan kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia ini adalah produktifitas dan kualitas pelayanan Kantor Pos tersebut yang akan berimplikasi pada kepuasan kepada pelanggannya.

Kualias Pelayanan pada dasarnya berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Ke enam teori ini yaitu Tjiptono, Fandy. 1995. *Total Manajemen.* Yogyakarta: Andi Offset :

Pertama, ketepatan waktu, pelayanan merupakan faktor yang penting dalam sebuah pelayanan sehingga semua berjalan sesuai dengan waktu yang ditargetkan sehingga tidak membuang waktu dengan sia-sia. Meliputi waktu tunggu, merupakan faktor penting dalam pelayanan dalam hal ini bila prosedurnya

15 menit haruslah 15 menit. dan Waktu proses, merpukan dalam pelaksanaan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Dari uraian di atas, maka kualitas pelayanan publik yang mengutamakan ketepatan waktu dalam pelayanan masyarakat sehingga dapat terwujud waktu tunggu dan waktu proses yang tepat.

Kedua, akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan-kesalahan/penilaian terhadap kinerja, dalam prosedur dan kualitas pelayanan yang tepat sasaran dan bebas dari kesalahan, yaitu adanya sasaran, kinerja aparatur, dan keramahan sikap yang ditunjukan aparatur kepada pelanggan agar tercapainya pelayanan yang akurat dan berkualitas. Sasaran, semua kalangan masyarakat mulai dari kalangan bawah, menengah, hingga kalangan atas, diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanankan oleh masyarakat yang meminta pelayanan. Berdasarkan uraian, maka akurasi dalam pelayanan petugas di PT. Pos Indonesia Kota Bandung harus bebas dari kesalahan-kesalahan.

Ketiga, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan. merupakan salah satu indikator dari sebuah pelayanan yang berkualitas, tanpa adanya kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, jangan mengharapkan dapat tercipta sebuah pelayanan yang baik. Senyum, salam, sapa, merupakan sebuah bentuk aplikasi dari kesopanan dan keramahan, suatu lembaga yang mengutamakan pelayanan baik barang ataupun jasa seperti PT. Pos Indonesia diwajibkan untuk menerapkan kesopanan dan keramahan dalam setiap aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh aparaturnya. Tingkat emosi aparatur

merupakan bahasaya isyarat universal yang dipahami semua orang dimuka bumi. Berlaku postif itu sangat menarik. Sikap ini dapat mengubah suasana dan kegairahan pada hampir semua interaksi konsumen. Dari uraian tersebut petugas pelayanan PT. Pos Indonesia Kota Bandung harus murah senyum kepada para pelanggan.

Keempat, kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer diharapkan oleh masyarakat dapat diwujudkan di PT. Pos Indonesia, sebagai bagian dari terciptanya kualitas pelayanan yang baik, maka PT. Pos Indonesia menerapkan *Standar Operating Procedure* tentang tata cara pengiriman uang *online*, tidak berbelit-belit. Dalam hal ini petugas harus proaktif. Banyak orang yang berdiam diri dan menanti untuk disuruh melakukan sesuatu bila ingin diperlukan. Untuk mencapai kualitas layanan yang lebih bagus diperlukan inisiatif yang tepat. Dari uraian tersebut petugas dalam memberiakan pelayanan di PT. Pos Indonesia kota bandung menyediakan fasilitas fasilitas pendukung dan petugasn bisa mengoperasikannya.

Kelima, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, pelayanan di suatu lembaga, maka dari itu setiap lembaga yang bergerak dibidang pelayanan ataupun jasa wajib memperhatikan aspek kenyamanan bagi para *customer* agar bisa menjadi daya tarik tersendiri. berkaitan dengan, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, kursi pelanggan, dan lain-lain. Dalam hal ini harus ada perhatian dengan indikator menyusun sistem pelayanan yang memuaskan pelanggan, menjaga kualitas, menerapkan standar pelayanan yang tepat, dan uji coba standar

pelayanan. Dalam urain tersebut kenyamanan dalam memperoleh pelayanan sangat perlu diperhatikan oleh kantor PT. Pos Indonesia kota bandung sehingga dengan tersedianya sarana yang lengkap akan memberikan dampak yang baik.

Keenam, atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, Tempat Fotocopy, Toilet. Berupa fasilitas yang mampu menambah kenyamanan dalam pelayanan jasa pengiriman uang *online* seperti AC, toliet, tempat parkir dan tempat fotocopy. Sebagai pusat dari pengiriman uang *online* dibandung, PT. Pos Indonesia memang dituntut mempunyai fasilitas yang lengkap, baik untuk aparatur ataupun *customer*, dengan menyediakan atribut pendukung yang lengkap. Dalam hal ini sarana dan prasana yang mendukung akan membuat para pelanggan betah dan tidak bosan berada ditempatnya, sehingga merasa nyaman dan terhibur. Dalam uraian ini fasilitas di dalam kantor PT. Pos Indonesia kota bandung harus juga diperhatikan, baik di dalam maupun di luar kantor pelanggan dapat merasakan kenyamanan.

Dari beberapa poin-poin di atas bila tercapai dan terpenuhi maka kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia Kota Bandung mengalami peningkatan yang berkualitas sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Kota Bandung.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti membuat model kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran

