BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PROPOSISI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Secara etimologis pelayanan berasal dari kata "layan" yang berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. pelayanan sebagai suatu usaha yang dilakukan untuk memberikan kemudahan terhadap orang lain atau pemakai jasa. Pengertian lebih mudahnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekumpulan orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Pelayanan merupakan terjemahan dari istillah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Lovelock berpendapat "*Service* adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami." (Lovelock, 1991:7). Artinya service merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan. Kemudian Poerwadarminta (1995:571) berpendapat bahwa "pelayanan dapat di artikan sebagai: perihal atau cara melayani;servis/jasa; sehubungan dengan jual beli barang atau jasa". Dari uraian pengertian pelayanan tersebut, pelayanan dapat di artikan bahwa pelayanan merupakan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari

satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain atas barang dan jasa.

2.1.3 Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan segala sesuatu hal yang diharapkan yang diinginkan oleh setiap masyarakat sebagai yang dilayani dan aparatur yang melayani yaitu upaya penyempurnaan kebutuhan dan saling berhubungan satu sama lain dengan kecocokan dari keinginan para pelanggan sehingga penyampaiannya sejak awal hingga saat dilakukannya pelayanan dapat mengimbangi apa yang diharapkan pelanggan kepada aparatur. Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula.

Konsep kualitas bersifat relatif, karena penilaian kualitas sangat ditentukan dari perspektif yang digunakan. Menurut Trilestari (2004:5) "pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten antara yang satu dengan yang lain, yaitu persepsi pelanggan, produk dan proses". Dari ketiga orientasi tersebut dapat menyumbangkan keberhasilan organisasi di tinjau dari kepuasan pelanggan. Sedangkan Sinambela dkk.(2006:13) berpendapat bahwa "kualias adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*)." Sedangkan Fandy Tjiptono berpendapat tentang kualitas, kualitas adalah :

1. Kesesuaian dengan persyaratan;
2. Kecocokan untuk pemakaian;
3. Perbaikan dengan berkelanjutan;
4. Bebas dari kerusakan atau cacat;

5. Pemenuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat;
6. Melakukan segala sesuatu secara benar; dan
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.
   (Tjiptono, 1995-24)

Konsep pelayanan dapat dipahami melalui perilaku konsumen (*costumer behavior*), yaitu sesuatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Dari pengertian Tjiptono tentang kualitas 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. Tjiptono berpendapat bahwa:

> Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dan pemberi layanan menjadi harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi pemberi layanan, reputasi yang semakin baik di mata pelanggan, serta laba (PAD) yang diperoleh akan semakin meningkat.(Tjiptono, 1995:42).

Berdasarkan penjelasan yang di kemukakan oleh Tjiptono Terciptanya kepuasan pelanggan dapat menguntungkan antara kedua belah pihak dimana pemberi layanan dan penerima layanan serta dapat memberikan manfaat menjalin hubungan yang harmonis antara pemberi pelayanan dengan pelanggan.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik atau memuaskan merupakan salah satu upaya intansi pemerintah untuk untuk menciptakan kepuasan bagi masyarakat. Jika masyarakat merasa telah mendapatkan pelayanan yang baik berarti intansi pemerintah dalam memberikan pelayanan mampu memberikan pelayanan yang baik pula, demikian pula sebaliknya. Pelayanan sebagai salah satu fungsi dari pemerintah sudah seharusnya pelayanan dapat diselenggarakan secara berkualitas oleh pemerintah. Ibrahim berpendapat tentang kualitas pelayanan merupakan:

> Kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadi pemberian pelayanan publik tersebut.
> (Ibrahim,2008:22)

Berdasarkan penjelasan kualitas pelayanan yang di kemukakan oleh Ibrahim dimana penilaian terhadap kualitas pelayanan itu sendiri terjadi pada saat pemberian pelayanan tersebut yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Sedangkan Sampera Lukman berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan :

> Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

(Lukman, 1999: 34-36)

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh sampera tentang kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus sesuai dengan standar pelayanan sebagai pedoman pemberian pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini berarti apabila jasa atau layanan yang diterima rendah, dari yang diharapkan oleh pelanggan atau masyarakat maka dipersepsikan buruk, suatu layanan yang diberikan aparatur pemerintah itu harus menjamin efisiensi dan keadilan serta harus memiliki kualitas.

Sinambela pada dasarnya pelayanan merupakan usaha memuaskan masyarakat. Agar masyarakat merasa puas, dituntut kaulitas pelayanan prima, yang tercermin dari:

1. Transparansi
2. Akuntabilitas
3. Kondisional
4. Partisipatif
5. Kesamaan hak
6. Keseimbangan hak dan kewajiban

(Sinambela (2011:5)

Transparansi adalah pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Transparansi meliputi keterbukaan proses penyelenggaraan pelayanan publik, peraturan dan prosedur pelayanan yang dapat dipahami, dan kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai berbagai aspek penyelenggaraan pelayanan publik. Akuntabilitas adalah pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik melalui website http://ristek.go.id dapat dipertanggung jawabkan.

Akuntabilitas dapat dilihat dari kinerja pelayanan publik, biaya pelayanan publik dan produk pelayanan publik.

Kondisional adalah pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan. Kemampuan pemerintah dalam melayani masyarakat yang sesuai kondisi pemberi dan penerima pelayanan. Kemampuan pemerintah dalam menghadapi kendala-kendala yang terjadi dalam pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Kondisional meliputi efisien dan efektif.

Partisipatif ialah pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat. Partisipatif dapat dilihat dari identifikasi peran masyarakat, identifikasi metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan partisipasi, mencocokan instrumen partisipasi yang sesuai dengan peran masyarakat dalam proses penyelenggaraan layanan publik, memilih instrumen partisipasi yang akan digunakan, dan mengimplementasikan strategi yang dipilih.

Kesamaan hak adalah pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apa pun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat dengan tidak membeda-bedakan status sosial dan lainnya. Kesamaan hak dapat dilihat dari keteguhan dan ketegasan.

Keseimbangan hak dan kewajiban adalah pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat dapat

menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban aparatur dan penerima pelayanan. Keseimbangan hak dan kewajiban meliputi keadilan dan kejujuran.

Kualitas pelayanan publik dapat tercermin dengan adanya transparansi atau keterbukaan dan mudah diakses oleh semua masyarakat. Masyarakat dapat merasakan akses pelayanan yang memadai dan mudah dimengerti. Pelayanan yang prima juga pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan peraturan yang berlaku, peraturan tersebut dapat melindungi masyarakat sebagai nilai kepercayaan yang didapat oleh masyarakat.

Pelayanan yang di berikan kepada masyarakat, pelayanan yang sesuai dengan kemampuan yang memberikan pelayanan kepada penerima pelayanan tersebut. Pelayanan yang di berikan kepada masyarakat harus sesuai dengan keinginan atau aspirasi masyarakat dan sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh masyarakat. Pelayanan juga diberikan kepada semua lapisan masyarakat, tanpa membedakan status atau jenis kelamin, sehingga akan tercipta pelayanan yang adil yang di rasakan oleh penerima pelayanan.

Penelitian ini memakai teori Zeithaml, Parasuraman dan Berry, karena menurut peneliti ke 5 (lima) dimensi tersebut cocok dan sesuai terhadap permasalahan yang ada pada penelitian ini. Maka dari itu penulis memaparkan teori Zeithaml ada lima faktor utama yang menentukan kualitas kepuasan pelayanan yang di kembangkan pertama kali pada tahun 1985 oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman meliputi 5 dimensi Servqual (dimensi kualitas pelayanan), yaitu :

> *Tangibles ; appearance of physical facilities, equipment, personel, and comunication materials.*
> *Reliability ; ability to perform the promised service dependably and accurately.*
> *Responsiveness ; willingness to help customers and provide prompt service.*
> *Assurance ; knowladge and courtesy of employees and their ability to convey trust and convidence.*
> *Empathy ; caring, individualized attention the firm providers its customers.* (Zeithaml, Parasuraman dan Berry 1990: 26).

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa ke lima dimensi tersebut yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* merupakan faktor yang menentukan bagi pemberi pelayanan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, kualitas pelayanan yang diberikan untuk mendapatkan kepuasan dari penerima pelayanan. Kelima dimensi tersebut harus dapat diperhatikan atau dapat dijalankan oleh penyedia, penyelenggara pelayanan.

Pendapat lain yang senada mengenai dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Fandi Tjiptono dalam bukunya "Prinsip-Prinsip Total *Quality Service*", yaitu:

> Bukti fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
> Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
> Daya tanggap (*resvonsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membentu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
> Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.
> Empati, meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
> (Tjiptono, 1997:14)

Berdasarkan beberapa indikator kerja yang menentukan kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry ada 5 dimensi indkator

yaitu Bukti Fisik *(tangible),* Keandalan *(Realiability),* Daya Daya Tanggap *(Resvonsiveness),* Jaminan *(Asuurance),* Empati *(Empathy)* penulis menguraikannya anatara lain :

Pertama kualitas pelayanan dilihat dari Bukti Fisik *(Tangible)* adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001:32).

Pada suatu bentuk kualitas pelayanan yang diperhatikan oleh pemberi pelayanan, maka terdapat suatu dimensi yang disebut dengan *tangibles* atau bukti langsung. Bukti langsung disini dapat diartikan sebagai bagaimana kemampuan perusahaan atau produsen dalam menunjukkan eksistensi atau kemampuannya ketika berhadapan langsung dengan konsumen. *Tangibles* disini tidak dapat diraba atau dilihat oleh konsumen secara langsung, akan tetapi dapat dirasakan dampaknya secara langsung dari hal-hal yang telah dilakukan pemberi pelayanan tersebut. Merupakan tuntutan dalam melayani konsumen dengan sebaik- baiknya yang *feedback* atau timbal baliknya dapat dirasakan secara langsung sudah menjadi bahan pembicaraan yang sangat menggaung dimana mana. Sehingga menurut Margaretha (2003) terdapat identifikasi kualitas layanan fisik *(tangible)* dapat tercermin dari aplikasi lingkungan kerja berupa:

a) Kemampuan menunjukkan prestasi kerja pelayanan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
b) Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi otomasi kerja sesuai dengan dinamika dan perkembangan dunia kerja yang dihadapinya.
c) Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

Kedua dilihat dari aspek kehandalan *(Reliability)* dalam melayani konsumen sebaik-baiknya dan akhirnya bisa memberikan suatu kepuasan konsumen tak bisa terlepas dari kehandalan atau *reliability* dari perusahaan tersebut dalam menunjukkan kualitas terbaiknya sehingga konsumen merasa puas dan tidak merasa keliru telah menggunakan produk tersebut. Sedangkan definisi kehandalan atau *reliability* itu sendiri menurut Parasuraman (2001), setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk belum prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut.

Definisi daya tanggap menurut Tjiptono (2007) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud sebaik-baiknya cara perusahaan dalam menerima entah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Hal ini memerlukan adanya

penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga 38 bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001).

Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak sekedar tentang kehandalan perusahaan, tapi lebih ke yang bagaimana cara pemberi pelayanan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun. Ketika pemberi pelayanan menanggapi keluhan, saran atau permintaan yang dilayangkan konsumen dengan segera dan sebaik-baiknya maka respon positif juga akan ditunjukkan konsumen terhadap pemberi pelayanan. Kemudian *feedback* yang didapat perusahaan dapat dirasakan ketika konsumen tersebut entah mengkonsumsi produknya kembali atau bahkan banyak konsumen baru yang bisa jadi mendapatkan rekomendasi dari konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut sebelumnya.

Disini pemberi pelayanan dituntut untuk harus mengerti keinginan konsumen sebaik-baiknya, atau bahkan ketika ada konsumen yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh pemberi pelayanan maka pihak yang memberikan pelayanan tersebut harus memberikan pengertian sebaik mungkin sehingga konsumen dapat mengerti dan memaklumi atas segala peraturan atau prosedur yang diterapkan perusahaan.

Margaretha (2003) mengungkapkan bahwa kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang

diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.
2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
5. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.
   (Margaretha, 2003)

Ketiga definisi daya tanggap menurut Tjiptono (2007) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud sebaik-baiknya pemberi pelayanan dalam menerima entah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001).

Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak sekedar tentang kehandalan perusahaan, tapi

lebih ke yang bagaimana cara perusahaan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun. Ketika pemberi pelayanan menanggapi keluhan, saran atau permintaan yang dilayangkan konsumen dengan segera dan sebaik-baiknya maka respon positif juga akan ditunjukkan konsumen terhadap perusahaan. Dan *feedback* yang didapat pemberi pelyanan dapat dirasakan ketika konsumen tersebut entah mengkonsumsi produknya kembali atau bahkan banyak konsumen baru yang bisa jadi mendapatkan rekomendasi dari konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut sebelumnya.

Pemberi pelyanan dituntut untuk harus mengerti keinginan konsumen sebaik-baiknya, atau bahkan ketika ada konsumen yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan maka pihak yang memberikan pelayanan tersebut harus memberikan pengertian sebaik mungkin sehingga konsumen dapat mengerti dan memaklumi atas segala peraturan atau prosedur yang diterapkan perusahaan. Suatu pihak pemberi pelyanan harus menyadari betapa vitalnya kualitas pelayanan dengan daya tanggap yang baik terhadap konsumen, karena dengan bentuk daya tanggap yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen itu sendiri merasa bahwa ia dihargai dan dimengerti oleh pihak pemberi pelayanan.

Margaretha (2003) mengungkapkan bahwa kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.

2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
5. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Keempat dilihat dari aspek Jaminan (Assurance) begitu gencar di banyak kalangan tak terkecuali di bidang marketing. Pihak pemberi pelyanan sekarang ini benar-benar memperhatikan assurance yang tak ingin hanya sebagai istilah saja tetapi juga merupakan salah satu bentuk dimensi dari kualitas pelayanan yang sasaran akhirnya berupa kepuasan konsumen atas produk dari pihak pemberi pelayanan tersebut. Dalam artikel asuransi (17 Juli 2011, h.2) menyatakan bahwa di Indonesia selain istilah asuransi digunakan juga istilah petanggungan, pemakaian kedua istilah tersebut tampaknya mengikuti istilah dalam bahasa Belanda yaitu *assurantie* (asuransi) dan *verzekering* (petanggungan), karena memang asuransi berasal dai negeri Belanda.

Definisi *assurance* atau jaminan itu sendiri Menurut Abbas Salim (2007:1) mendefinisikan asuransi adalah kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti/substitusi kerugian-kerugian besar yang belum terjadi. assurance atau jaminan adalah suatu persetujuan, dimana penanggung kerugian diri kepada tertanggung, dengan mendapat premi, untuk mengganti kerugian karena kehilangan kerugian atau tidak diperolehnya

suatu keuntungan yang diharapkan, yang dapat diderita karena peristiwa yang tidak diketahui lebih dahulu.

Lalu artian assurance atau jaminan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 : "Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan".

Assurance atau jaminan meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian, dan kesopanan member pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuasn dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Zeithmal dkk, 1990).

Sedangkan Zeithmal (1990) mengungkapkan bahwa dimensi *assurance* atau jaminan merupakan gabungan dari dimensi :

1. Kompetensi *(competence)* Adalah keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki para karyawan untuk melakukan pelayanan.
2. Kosopanan *(courtesy)* Adalah meliputi keramahan, sikap, perhatian para karyawan.
3. Kreadibilitas *(creadibility)*

Kelima Empati *(Emphaty)* dalam pemasaran menurut Nursodik (2010) adalah perhatian secara individual yang diberikan pihak pemberi pelayanan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi pegawai, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati *(empathy)* dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001: 40).

Sedangkan Margaretha (2003) mengatakan kualitas pelayanan dalam empati harus diwujudkan dalam lima hal sebagai berikut :

1. Mampu memberikan perhatian terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa menjadi orang penting.
2. Mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja yang diberikan, sehingga yang dilayani memberikan kesan bahwa pemberi pelayanan menyikapi pelayanan yang diinginkan.
3. Mampu menunjukan rasa simpatik atas pelayanan yang dinginkan sehingga yang dilayani memliki wibawa atas pelayanan yang diberikan.
4. Mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang diungkapkan, sehingga yang dilayani menjadi lega dalam menghadapi bentukbentuk pelayanan yang dirasakan.
5. Mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan, sehingga yang dilayani menjadi tertolong menghadapi berbagai bentuk kesulitan pelayanan.

2.1.3 Bentuk- Bentuk Pelayanan

Penyelenggaraan pelayanan publik yang sesuai dengan bentuk dan sifatnya, menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik terdapat empat pola pelayanan, yaitu:

1. Pola Pelayanan Fungsional, yaitu pola pelayanan publik diberikan oleh penyelenggaraan pelayanan sesuai dengan tugas, fungsi dan kewenangannya.
2. Pola Pelayanan Terpusat, yaitu pola pelayanan yang diberikan secara tunggal oleh penyelenggara pelayanan terkait lainnya yang bersangkutan.
3. Pola Pelayanan Terpadu yang dibagi ke dalam dua bagian pola pelayanan, yaitu:

    a) Pola Pelayanan Terpadu Satu Atap
    Pola Pelayanan Terpadu Satu Atap diselenggarakan dalam satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan yang tidak mempunyai keterkaitan proses dan dilayani melalui beberapa pintu. Terhadap jenis pelayanan yang sudah dekat dengan masyarakat tidak perlu disatu atapkan.
    b) Pola Pelayanan Terpadu Satu Pintu
    Pola Pelayanan Terpadu Satu Pintu diselenggarakan pada satu tempat yang memiliki keterkaitan proses dan dilayani melalui satu pintu.
4. Pola Pelayanan Gugus Tugas, yaitu petugas pelayanan publik secara perorangan atau dalam bentuk gugus tugas ditempatkan pada instansi pemberi pelayanan dan lokasi pemberi pelayanan tertentu. (KEPMENPAN Nomor 63 Tahun 2003:5)

Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun tidak terlepas dari tiga macam bentuk pelayanan menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, yaitu:

1. Pelayanan dengan lisan

Pelayanan dengan lisan yang dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat (Humas), bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar pelayanan dapat berhasil sesuai dengan apa yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi, antara lain:

a. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya.
b. Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
c. Bertingkah laku sopan dan ramah.

2. Pelayanan melalui tulisan

Pelayanan melalui tulisan merupakan bentuk pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah, tetapi juga dari segi perannya. Apalagi kalau dilihat bahwa sistem layanan jarak jauh karena faktor

biaya agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, suatu hal yang harus diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaian (pengetikan, penandatanganan, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

3. Pelayanan berbentuk perbuatan

Pada umumnya pelayanan berbentuk perbuatan 70% sampai dengan 80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah, karena hal ini adalah faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut yang sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan yang dilakukannya. (KEPMENPAN Nomor 63 Tahun 2003).

Jenis layanan ini dalam kenyataan sehari-hari memang tidak terhindar dari layanan lisan. Hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan umum (kecuali yang khusus dilakukan melalui hubungan tulisan, karena faktor jarak). Hanya titik berat terletak pada perbuatan itu sendiri yang ditunggu oleh yang berkepentingan. Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak terlepas dari hasil hubungan ketergantungan pendapat tentang pengertian pelayanan itu sendiri.

2.1.4 Pelayanan Publik

Pengertian pelayanan umum atau pelayanan publik tidak terlepas dari masalah kepentingan umum. Kepentingan umum dengan pelayanan umum saling berkaitan. Pelayanan publik dalam perkembangan lebih lanjut dapat juga timbul karena adanya kewajiban sebagai suatu proses penyelenggaraan kegiatan organisasi. Berdasarkan uraian tersebut, ada beberapa pengertian pelayanan publik. Menurut Dwiyanto bahwa pelayanan publik adalah:

> "Serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Pengguna atau pelanggan yang dimaksud menurutnya di sini adalah warga negara yang membutuhkan

> pelayanan publik, Izin Mendirikan Bangunan (IMB), dan sebagainya (Dwiyanto, 2005:141-145)".

Pelayanan publik merupakan serangkaian aktifitas yang diberikan oleh suatu organisasi atau birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat. Pelayanan publik dimaknai sebagai usaha pemenuhan hak-hak dasar masyarakat dan merupakan kewajiban pemerintah untuk melakukan pemenuhan hak-hak dasar tersebut. (Kurniawan dan Najib, 2008:56).

Pelayanan publik sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dalam bentuk barang dan jasa baik dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan perundang-undangan. Pelayanan umum merupakan kegiatan yang diberikan oleh seseorang atau sekelompok dengan landasan melalui sistem atau prosedur yang telah ditentukan untuk usaha memenuhi kepentingan masyarkat. Pelayanan umum harus mendahulukan kepentingan umum atau kepentingan masyarakat, karena pelayanan umum berfungsi memenuhi kepentingan masyarakat umum yang membutuhkan pelayanan.

Hanif Nurcholis dalam bukunya *Teori dan Praktik Pemerintahan dan Otonomi Daerah* mengemukakan pelayanan publik sebagai :

> "Pelayanan publik adalah pelayanan yang diberikan oleh negara dan perusahaan milik negara kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasarnya dalam rangka menciptakan kesejahteraan masyarakat" (Nurcholis, 2005:175-176)".

Pelayanan publik merupakan pelayanan yang diberikan untuk masyarakat banyak. Pelayanan publik diberikan oleh negara melalui organisasi atau perusahaan maupun instansi pemerintah demi menciptakan kesejahteraan

masyarakat. Pelaksanaan pelayanan oleh pemerintah kepada masyarakat melibatkan kedua belah pihak untuk saling bekerjasama. Masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan, yakni dengan memenuhi aturan dengan kesadaran dan menghargai administrator publik yang memberikan pelayanan. Suatu instansi pemerintah merasa dihargai dan akan bekerja dengan penuh tanggungjawab dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah yang efektif dapat memperkuat demokrasi dan hak asasi manusia, mempromosikan kemakmuran ekonomi, kohesi sosial, mengurangi kemiskinan, meningkatkan perlindungan lingkungan, bijak dalam pemanfaatan sumberdaya alam, memperdalam kepercayaan pada pemerintahan dan administrasi publik. Sinambela di dalam bukunya yang berjudul Reformasi Pelayanan Publik, bahwa pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai berikut:

> "Pelayanan publik adalah pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara pemerintah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, Negara didirikan oleh publik (masyarakat) tentu saja dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Sinambela, 2006:5)".

Pelayanan publik dapat dikatakan sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara pemerintah. Pelayanan publik juga merupakan serangkaian atau sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah atau birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat, karena pemerintah dan negara didirikan oleh masyarakat dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat akan

merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sangat baik. Adaptasi layanan sudah sesuai dengan permintaan masyarakat sebagai penerima pelayanan. Posisi tawar pengguna, tipe pasar, lokus control dan sifat pelayanan sebagai karakteristik dalam meningkatkan pelayanan publik yang berkualitas.

Kualitas pelayanan publik dipengaruhi oleh banyak faktor, variabel, dimensi dan indikator. Berbagai konsep dan teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan publik telah digunakan oleh para peneliti dalam pembahasan kajiannya. Bahwa meningkatnya kualitas pelayanan publik dan publik merasakan kepuasan atas pelayanan tersebut merupakan tujuan akhir dari reformasi birokrasi yang dijalankan pemerintah. Bahkan kualitas pelayanan publik (untuk ruang lingkup Indonesia) menjadi barometer bagi keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah.

Berdasarkan buku dan jurnal penelitian para ahli mengemukakan beberapa definisi dari kualitas pelayanan publik diantaranya adalah. Geotsh dan Davis mengemukakan bahwa : “Kualitas adalah merupakan suatu kondisi dinamik yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (dalam Tjiptono, 1996 : 51). Pendapat ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang di harapkan dapat menjadi sebuah pemenuh kebutuhan baik dalam hal barang maupun jasa. Dalam pendapat yang lain di ungkapkan oleh Towns dan Gebhardt menjelaskan bahwa “Kualitas dalam kenyataannya berarti disesuaikan spesifikasi. Kualitas dalam persepsi berarti pelanggan berpikir bahwa mereka telah menerima kualitas yang diharapkan” (dalam Edvardsson,dkk, 1988 :45)”.

Pandangan Tows dan Gebhardr kualitas adalah pandangan seorang pelanggan atau masyarakat pengguna layanan yang berrfikir bahwa mereka telah mendapatkan kualitas yang diharapkan. Pendapat tersebut juga di perkuat oleh Gasperz yang mendefinisikan kualitas sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Berdasarkan pengertian dasar tentang kualitas di atas, menunjukkan bahwa kualitas selalu berfokus pada pelanggan (masyarakat), pelanggan sangat membutuhkan produk produk, baik barang dan jasa, didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan persepsi, keinginan dan tuntutan, dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelanggan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh tuntutan, keinginan, harapan atau kepuasan masyarakat, bukan pemerintah/birokrasi, maka organisasi pemerintah harus mengetahui dan memahami segala sikap dan perilaku, tuntutan, keinginan, kebutuhan, harapan atau tingkat kepuasan pelanggan. Strategi ini merupakan cara yang terbaik dalam menciptakan dan mewujudkan kualitas pelayanan.

Upaya untuk mendengar suara masyarakat atau pelanggan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan organisasi birokrasi. Osborne dan Gaebler, terdapat banyak cara untuk mendengarkan suara pelanggan, yaitu :

> *"Customer Surveys, Customer Follow-Up, Community Surveys, Customer Contact Reports, Customer Councils, Focus Groups, Customer Interviews, Electronic Mail, Customer Service Training, Test Marketing, Quality Guarantees, Inspectors, Ombusman, Complaint Tracking System, 800 Numbers, Suggestion Boxes Or Forms*. (1992 : 177-179)".

Mendengarkan suara atau pendapat pelanggan ini di harapkan dalam pelayanan kedepan mampu memberikan perbaikan pelayanan yang sebelumnya belum bisa di berikan di waktu sebelumnya. Selain dari dengar pendapat atau suara pelanggan ada hal yang perlu diperhatikan lagi guna mewujudkan kualitas pelayanan publik yang baik yang di kemukakan oleh Waworuntu.

> "Suatu pelayanan masyarakat yang bermutu menuntut adanya upaya dari seluruh pegawai, baik yang bertugas di *front office*, yaitu mereka yang berhadapan langsung dengan masyarakat dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas sikap maupun para pegawai di *back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh masyarakat. (Waworuntu ,1997 : 3-4)".

Secara praktis-operasional, kulitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat adalah pelayanan yang semakin baik, semakin tepat waktu, semakin mudah diperoleh dan distribusinya semakin adil, pelayanan yang lebih cepat, wajar, hemat, murah, jujur, responsive, akomodatif, inovatif, produtif, memuaskan dan professional, sesuai persepsi, tuntutan, kebutuhan, kepentingan, aspirasi, situasi dan kondisi masyarakat.

Demikian pentingnya kualitas dalam pelayanan publik ini pemerintah sebenarnya telah menyadari akan pentingnya penerapan konsep kualitas dalam pelayanan kepada masyarakat. Perbaikan dalam pemberian layanan pada gilirannya akan mendapatkan pengakuan atas kualitas pelayanan yang memuaskan masyarakat/pelanggan (Pelayanan Prima).

Namun pada dasarnya bahwa tingkat kemampuan bersaing suatu lembaga akan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Penilaian tentang kualitas pelayanan bukan berdasarkan pengakuan dari yang memberi pelayanan, tetapi diberikan oleh pelanggan atau yang menerima pelayanan. Berkaitan dengan

kualitas pelayanan ini, timbul pertanyaan bagaimanakah menilai atau menklasifikasi kualitas pelayanan yang diberikan.

Sulit untuk mengukur kualitas pelayanan, tidak ada suatu standar yang dapat dipakai ukuran umum tentang kualitas pelayanan. Mengukur kualitas pelayanan oleh banyak ahli lainnya dipandang lebih sulit dari pada mengukur kualitas suatu produk. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan tidak cukup hanya dengan evaluasi semata, karena ada tiga hal yang membedakan antara kualitas produk dengan kualitas pelayanan, dalam kaitannya dengan bagaimana dipergunakan dan dievaluasi. Pertama, pelayanan pada dasarnya bersifat tidak berwujud *(intangible).* Dalam hal ini kualitas pelayanan sulit untuk diukur sebelum pelanggan merasakannya. Kedua, pelayanan bersifat heterogeneous, dimana kinerjanya biasanya berbeda antara satu prosedur dan pelanggan dengan lainnya dan berbeda dari hari ke hari.Ketiga, produksi dan konsumsi dari berbagai pelayanan bersifat tidak dapat dipisah-pisahkan (inseparable). Dalam hal ini kualitas pelayanan seringkali terjadi pada sat pelayanan itu dijalankan dan sangat berbeda" (Lovelock,1992 : 225)".

Namun demikian kesulitan untuk menklasifikasi kualitas pelayanan tersebut bukan merupakan justifikasi tentang tidak terukurnya kualitas pelayanan sutatu organisasi kepada pelanggan/masyarakat, dalam hal ini beberapa sarjana telah mengembangkan dimensi kualitas pelayanan sebagai suatu acuan dalam menilai kualitas pelayanan suatu organisasi Dalam pandangannya Ndraha berpendapat bahwa kriteria dari kualitas pelayanan adalah:

> "Jasa layanan atau layanan civil dipandang sebagai deviden yang wajib didistribusikan kepada rakyat oleh pemerintah dengan semakin baik,

> semakin tepat waktu, semakin mudah diperoleh, dan semakin adil. Tekanan pada aspek-aspek kecepatan, ketepatan, kemudahan dan keadilan dalam layanan publik *(civil)* tersebut berkaitan dengan sifat monopoli dari layanan publik *(civil)* dimana masyarakat tidak memiliki pilihan untuk mengharapkan layanan yang sama pada institusi lain di luar pemerintahan. (Ndraha,1997 : 63)".

Organisasi pelayanan publik mempunyai ciri public accuntability, dimana setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima. Adalah sangat sulit untuk menilai kualitas suatu pelayanan tanpa mempertimbangkan peran masyarakat sebagai penerima pelayanan dan aparat pelaksana pelayanan itu. Evaluasi yang berasal dari pengguna pelayanan, merupakan elemen pertama dalam analisis kualitas pelayanan publik. Elemen kedua dalam analisis adalah kemudahan suatu pelayanan dikenali baik sebelum dalam proses atau setelah pelayanan itu diberikan.

2.2 Samsat *Drive Thru*

Pemerintah provinsi jawa barat mengeluarkan kebijakan pelayanan publik yang berbasis dalam bidang retribusi pajak kendaraan mobil dan motor dengan sistem yang singkat relatif tidak terlalu rumit yakni hanya dengan menunngu 5 menit saja anda bisa mempercepat dalam membayar pajak STNK kendraan, biaya balik nama dan lain-lain yang menyangkut tentang pajak kendaraan yang disebut dengan program Samsat *Drive Thru* berikut adalah prosedur umum tentang Samsat *Drive Thru :*

Sistem Dan Prosedur Layanan Samsat *Drive Thru*

1. Layanan *Drive Thru* terdiri dari 2 (dua) loket yaitu :
    a. Loket 1 pendaftaran dan pengesahan

b. Loket 2 pembayaran dan penyerahan;

2. Pendaftaran Pengesahan pada ayat 1 (satu) huruf a ditandai dengan stempel dan paraf petugas pendaftaran;
3. Layanan *Drive Thru* melayani kendaraan bermotor dengan identifikasi sesuai dengan STNK yang digunakan pada saat pendaftaran;
4. Layanan *Drive Thru* tidak melayani kendaraan blokir dan kendaraan bermotor angkutan penumpang umum;
5. Petugas loket pendaftaran menerima dokumen dari wajib pajak berupa BPKB Asli, STNKB Asli, KTP Asli, selanjutnya melakukan penelitian terhadap kebenaran dokumen dan melakukan validasi dokumen dengan scanner;
6. Petugas loket Pembayaran dan Penyerahan memberitahukan jumlah pembayaran yang seharusnya dan selanjutnya menerima pembayaran serta menyerahkan bukti pembayaran kepada Wajib Pajak;
7. Pemanfaatan layanan *drive thru* disesuaikan dengan situasi dan kondisi masing-masing daerah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Samsat *Drive Thru* merupakan kebijakan yang dikeluarakan oleh tiga lembaga yaitu Polda Jabar, Badan Pendapatan Daerah, dan PT. Jasa Raharja kemudian dalam kewengannya Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, Samsat *Drive Thru* pelayanan dalam bidang retribusi pajak kendaraan mobil dan motor dengan sistem yang singkat relatif tidak terlalu rumit yakni hanya dengan

menunngu 5 menit saja anda bisa mempercepat dalam membayar pajak STNK kendraan, biaya balik nama dan lain-lain yang menyangkut tentang pajak kendaraan, permasalahan yang muncul dalam pelayanan Samsat *Drive Thru* yaitu tentang lama nya antrian kendaraan yang akan melakukan pembayaran pajak kendaraan, kemudian terjadinya penumpukan kendaraan pada saat cek nominal pajak kendaraan dan dengan dibentuknya Samsat *Drive Thru* kurang mengurangi penunggakan pajak kendaran di Provinsi Jawa Barat khususnya didaerah yang sudah ada cabang Samsat *Drive Thru*, serta ditunjang dengan fasilitas fisik yang belum memadai seperti ruang tunggu kendaraan kurang luas dan ketidak tepatan waktu pada waktu pelayanan pembayaran pajak kendaraan di kantor Samsat *Drive Thru* Cabang Wilayah III Soekarno Hatta.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan yang diberikan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat kepada masyarakat seperti pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor dengan tujuan untuk memberikan kepuasaan kepada masyarakat. Untuk dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pendapatan Daerah melalui Samsat *Drive Thru* perlu adanya kriteria yang menunjukan apakah suatu pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk, berkualitas atau tidak. Berdasarkan pemaparan diatas untuk mengkaji dan menganalisis kualitas pelayanan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat tentang pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor. peneliti menggunakan teori Zeithaml, Parasuraman dan Berry yang di dalamnya terdapat 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (Serviqual) yaitu : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*.

Pertama Bukti fisik *(Tangibles)* meliputi fasilitis fiisik diataranya yaitu sejauh mana kantor Samsat *Drive Thru* dalam tahapannya memberi pelayanan mampu memberikan hasil yang maksimal kepada masyarakat yang menggunakan layanannya, Peneliti akan mengkaji sejaumana bangunan kantor samsat *Drive Thru* efektif dan tepat dalam memberikan layanan, karena bila dilihat dari terjadinya penumpukan kendaraan saat melakukan pembayaran pajak kendaraan di Samsat *Drive Thru*

Kemudian perlengkapan yang mendukung dikantor Samsat *Drive Thru* sesuai dengan input dan fungsinya dalam mendukung pelayanan aparatur dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, serta sumber daya manusia yang mempuni dalam menjalankan peralatan yang berbasis komputerisasi, peneliti melihat dari segi SDM karena pada saat terjadi penumpukan kendaaran pada saat membayar pajak kendaraan pihak apartur tidak cepat sigap dalam memperbaiki. Bukti fisik *(Tangible)* meliputi :

1. Fasilitas fisik, merupakan sarana dan prasarana nyata yang menunjang kegiatan-kegiatan yang diberikan aparatur *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai instansi pemerintah yang melayani masyarakat berkaitan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Fasilitas fisik dalam penelitian ini yaitu ruang pelayanan, ruang tunggu, lahan parkir sebagai fasilitas pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor yang berdampak pada kenyamanan masyarakat.

2. Peralatan, merupakan peralatan yang digunakan dalam melakukan tugas operasionalnya (sarana dan prasarana) yang harus dimiliki dalam melaksanakan pelayanan pembayaran pajak kendaraan, bea balik nama, dll.
3. Komunikasi material atau sarana komunikasi, merupakan alat-alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi diantara para aparatur Bapenda Cabang Wilayah III Soekarno Hatta ataupun antara aparatur dengan masyarakat sebagai penunjang pencapaian pelayanan yang baik khususnnya mengenai pelayanan pembayaran pajak kendaraan.

Kedua Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk belum prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut.

Pada dasarnya kemampuan apratur yang memberikan pelayanan pada masyarakat lebih memberikan arahan atau memberi informasi dari yang sesuai dengan dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak apartur Samsat *Drive Thru*, kemudian dalam memberiakn pelayanan kepada masyarakat seharusnya bilamana ada kesalahan apapun itu pihak aparatur lebih sigap dan tepat memperbaikinya. Keandalan (*reliability*) meliputi :

1. Pelayanan yang terpercaya adalah kegiatan pemenuhan pelayanan terhadap masyarakat oleh aparatur Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta pada pembayaran pajak kendaraan bermotor yang berlandaskan norma-norma yang berlaku.
2. Kesigapan aparatur dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat di Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta pada pembayaran pajak kendaraan bermotor
3. Pelayanan yang akurat adalah suatu bentuk pelayanan yang dilaksanakan berdasarkan ketepatan dalam proses pelayanan tanpa ada kekeliruan dalam segala hal pelayanan oleh aparatur Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta pada pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Ketiga Daya tanggap *(resvonsiveness),* yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap cepat dan tepat keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon aparatur terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat yang membutuhkan pelayanan.

Kemudian sejaumana respon pihak aparatur dalam memberikan penjelasan terkait masyarakat yang merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan, dan bilamana ada hal seperti itu apakah pihak apratur segera memberikan

penyelesaian yang tepat dan cepat mengambil tindakan. Ketanggapan *(Responsiveness)* meliputi :

1. Kesediaan membantu masyarakat merupakan rasa tanggap aparatur terhadap situasi dan kondisi masyarakat yang dirasa membutuhkan bantuan mengenai pembayaran pajak kendaraan bermotor.
2. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat merupakan kemampuan aparatur Disdukcapil yang dilakukan langsung oleh aparatur untuk memberikan pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor dengan cepat dan tepat yang dapat mmenumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta.

Keempat Jaminan *(assurance),* meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian, dan kesopanan member pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampua dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap aparatur Samsat *Drive Thru* .

Memberikan pelayanan yang tepat dan cepat harus dilakukan oleh pihak aparatur Samsat *Drive Thru* dengan tugas dan fungsi yang dimilikinya kemudian dalam melayanai masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan yang baik pihak aparatur cepat dan tanggap dalam melayani dalam memberikan informasi dan

harus mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat pihak yang ingin dilayanai akan tetapi hendaklah memberi pelatihan kepada pihak aparatur dalam meningkatkan kemampuan dan tugasnya. Jaminan *(assurance)* meliputi :

1. Pengetahuan Aparatur adalah keterampilan yang diperoleh atau yang dimiliki oleh aparatur Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta melalui pengalaman atau pendidikan untuk mendukung pelaksanaan pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor.
2. Kemampuan aparatur dalam melaksanakan pelayanan Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta yang terwujud di kemampuan dalam memberikan pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor kepada masyarakat.

Kelima Empati *(Empathy)* meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Kemudian dalam memberikan pelayanan yang baik pihak apartur harus dapat menonjolkan sikap rendah hati sopan santun dan ramah tamah karena bilaman itu dilakukan akan terciptanya komunikasi yang baik serta persepsi yang baik pula. Empati *(Empathy)* meliputi :

1. Keramahan aparatur dalam pelayanan Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta mengetahui benar apa yang

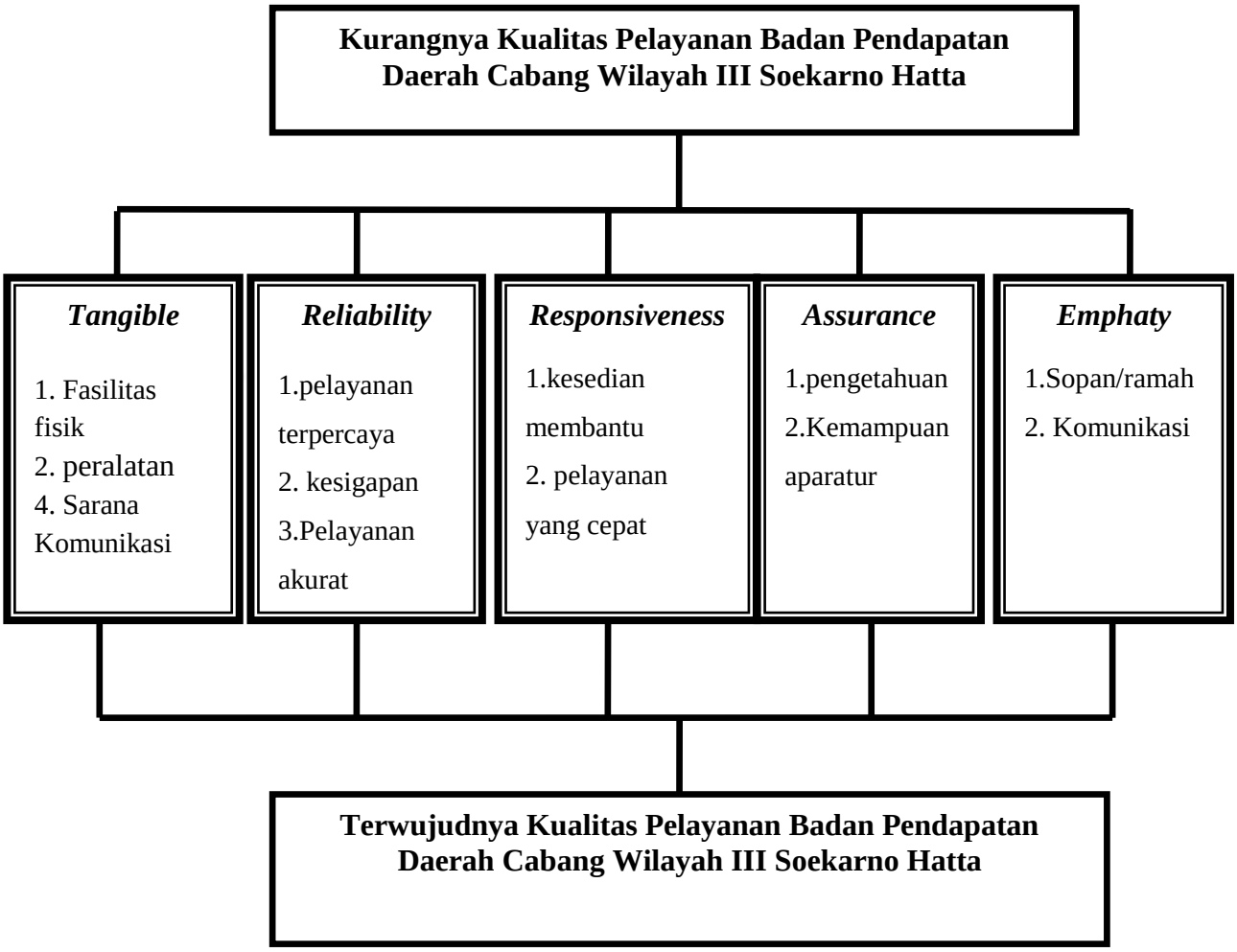
dibutuhkan masyarakat dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor.

2. Komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua individu atau lebih dengan efektif sehingga dapat dipahami dengan mudah. yaitu hubungan interaksi timbal balik antara aparatur Samsat *Drive Thru* di Cabang Wilayah III Soekarno Hatta dengan masyarakat dalam mewujudkan pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor sehingga tercapai komunikasi yang efektif.

Berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan diatas yang telah dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry diharapkan dapat mencapai tujuan dalam pelayanan Samsat *Drive Thru* yang berkualitas pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka peneliti membuat model kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1

Model Gambar Kerangka Pemikiran



(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2017)

2.4 Preposisi

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian dengan judul Kualitas Pelayanan Samsat *Drive Thru* di Wilayah Cabang III Soekarno Hatta Kota Bandung di tentukan oleh *Tangibles* (bukti fisik), *Realibillity* (kemampuan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (kepastian), dan *Emphaty* (perlalakuan).