

BAB II

LANDASAN TEORI

1.1 Grand Theory

Teori *motivator-hygiene* Herzberg (1959) dalam Wibowo (2015) tentang kepuasan kerja. *Motivators* merupakan karakteristik pekerjaan dihubungkan dengan kepuasan kerja. Faktor-faktor motivasi merupakan faktor intrinsik dari pekerjaan seperti prestasi, pengakuan, tanggung jawab, kemajuan dan pertumbuhan. Sedangkan *hygiene factors* merupakan karakteristik pekerjaan dihubungkan dengan ketidakpuasan kerja. Faktor-faktor higienis adalah faktor ekstrinsik dari lingkungan kerja seperti kebijakan perusahaan, hubungan dengan atasan, kondisi kerja dan gaji. *Job enrichment* adalah membangun prestasi, rekognisi, menstimulasi pekerjaan, tanggung jawab dan kemajuan dalam pekerjaan. Karakteristik ini disatukan ke dalam pekerjaan melalui *vertical loading*.

1.2 Pelayanan Perizinan

1.2.1 Pengertian Pelayanan Perizinan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Arief (2014) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian ini terlihat bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan dinilai

produk tersebut. Artinya, mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan masyarakat.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif atau ciri-ciri yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Namun terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain:

1. Persepsi konsumen
2. Produk/jasa
3. Proses.

Untuk yang berwujud barang, ke 3 orientasi ini dapat dibedakan dengan jelas tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkomunikasi jasa tersebut. Menurut Arief (2014) jasa adalah sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Tjiptono (2011) mengatakan bahwa jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2012) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi

jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya. Sedangkan menurut Arief (2014:33) mendeskripsikan jasa sebagai proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan *input* dan mentransformasikannya sebagai *output*. Dua kategori yang diproses oleh jasa adalah orang dan obyek.

Ada empat karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi menurut Arief (2014) yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Biasanya jasa dirasakan secara subjektif dan ketika jasa dideskripsikan oleh pelanggan, ekspresi seperti pengalaman, kepercayaan, perasaan dan keamanan adalah tolak ukur yang dipakai. Inti dari suatu jasa adalah ketidakberwujudan dari fenomena itu sendiri oleh karena tingginya derajat ketidakberwujudannya maka jasa sulit dievaluasi oleh pelanggan.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Karena jasa bukan benda tetapi merupakan suatu seri aktivitas atau proses dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara simultan. Maksudnya disini jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaan jasa dan pelanggan serta interaksi kedua pihak ini mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

3. *Perishability* (tidak tahan lama)

Karakteristik yang menyatakan bahwa tidak memungkinkan untuk menyimpan jasa seperti barang. Dalam hal ini kapasitas menjadi hal yang kritis. Walaupun jasa tidak dapat disimpan tetapi pelanggan dapat diusahakan untuk disimpan.

4. *Variability* (variabilitas)

Karena proses produksi dan proses penyampaian dilakukan oleh manusia. Oleh karena manusia mempunyai sifat yang tidak konsisten sehingga penyimpanan suatu jasa belum tentu sama terhadap tiap-tiap

pelanggan. Artinya jasa bersifat variable adalah banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

Kualitas bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik dan benar. Penetapan kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan untuk mendapatkan tanggapan positif konsumen sebanyak-banyaknya dan menjadi pemimpin pasar.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk barang atau jasa yang berkualitas dengan harga bersaing dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik.

Menurut Arief (2014), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *Expected Service* dan *Perceived Service*. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived Service*) melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut Arief (2014) mengemukakan arti kualitas jasa atau layanan bahwa mutu jasa merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik jika dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Ekspektasi konsumen terbentuk dari pengalaman masa lalu. Perkataan mutu (*word of mouth*) dan iklan. Setelah menerima layanan, konsumen

membandingkan nilai yang diberikan layanan itu (*perceived value*) dengan ekspektasi. Jika *perceived value* sesuai atau melebihi ekspektasi, maka pelanggan cenderung menggunakan jasa yang sama dimasa datang. Namun jika *perceived value* tidak mencapai ekspektasi, maka pelanggan cenderung tidak tertarik menggunakan jasa itu. Persepsi konsumen mengenai kualitas jasa adalah membandingkan harapan mereka atas suatu pelayanan dengan kenyataan atau pengalaman yang mereka dapatkan atas suatu pelayanan tersebut.

1.2.2 Indikator Pelayanan Perizinan

Menurut Tjiptono (2011), ada empat unsur pokok yang terkandung dalam pelayanan yang prima, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen ini merupakan suatu kesatuan yang terintegrasi, dalam arti jika ada salah satu komponen yang kurang, maka pelayanan tidak akan prima. Setelah menggunakan pelayanan petugas tersebut, pelanggan membandingkan mutu yang diharapkan dengan apa yang benar-benar diterima. Pelayanan petugas yang mengejutkan dan menyenangkan, yang berada di atas tingkat pelayanan yang diinginkan, akan dipandang memiliki mutu yang lebih tinggi.

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa menurut Tjiptono (2011) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa:

1. *Reliabilitas* meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*)
2. *Responsivitas* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk *membantu* para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
3. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan *agar* dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

4. Akses, meliputi *kemudahan* untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak.
5. Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan.
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).
8. Keamanan (*security*), yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.
10. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

Selanjutnya dalam risetnya, Tjiptono (2011) menemukan adanya *overlapping* diantara beberapa dimensi di atas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama *service quality* (SERVQUAL), yaitu :

1. *Tangibles* (Bukti fisik)

Menurut Tjiptono (2011) bukti fisik adalah bukti fisik dari jasa, bisa berupa fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa. Menurut Lupiyoadi (2012) bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan

keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan, dan lain sebagainya). Indikator yang dapat diukur dari bukti fisik (*tangible*) adalah:

- a. Kondisi gedung
- b. Perlengkapan
- c. Penampilan Karyawan
- d. Area tempat parkir
- e. Fasilitas ruang tunggu

2. *Reliability* (kehandalan)

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk atau jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Menurut Tjiptono (2011) kehandalan (*reliability*) adalah mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Selain itu bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya. Kehandalan dalam Lupiyoadi (2012) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikator yang dapat diukur dari kehandalan (*reliability*) adalah:

- a. Memberikan pelayanan dengan kemudahan prosedur
- b. Memberikan pelayanan sesuai perjanjian
- c. Menyelesaikan setiap transaksi dengan tepat waktu

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Menurut Tjiptono (2011) daya tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Selanjutnya, Lupiyoadi (2012) mengemukakan bahwa daya tanggap adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Indikator yang dapat diukur dari daya tanggap (*responsiveness*) adalah:

- a. Karyawan bersedia tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Memberikan pelayanan yang cepat dalam melakukan transaksi.
- c. Memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan.
- d. Karyawan bersedia membantu masyarakat.

4. *Assurance* (Jaminan)

Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Menurut Tjiptono (2011) jaminan adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki dari para staf. Lupiyoadi (2012) mengemukakan jaminan adalah pengetahuan,

kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Indikator yang dapat diukur dari jaminan (*assurance*) adalah:

- a. Karyawan memiliki pengetahuan yang memadai mengenai sistem pelayanan dan produk-produknya.
- b. Sikap sopan dan ramah yang dimiliki karyawan.
- c. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.
- d. Kemampuan dapat dipercaya untuk mengelola kebutuhan masyarakat dan menjamin keamanan masyarakat.

5. *Emphaty* (Empati)

Hal ini menyangkut apa yang dirasakan konsumen ketika berkomunikasi dengan karyawan. Perusahaan perlu memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Menurut Tjiptono (2011) empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikator yang dapat diukur dari empati (*emphaty*) adalah:

- a. Kemampuan karyawan dalam menjalin komunikasi yang baik.
- b. Kemampuan karyawan selalu memperlakukan masyarakat dengan penuh perhatian.
- c. Karyawan dapat memahami kebutuhan spesifik masyarakat.

1.3 Pengawasan

1.3.1 Pengertian Pengawasan

Ada banyak sebutan bagi pengawasan (*controlling*). Antara lain adalah *evaluating*, *appraising*, atau *correcting*. Sebutan *controlling* lebih banyak digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan

standar. Pengukuran kegiatan, dan pengambilan tindakan korektif. Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses menjamin tujuan organisasi dan manajemen tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan. Oleh karena itu manajemen harus menggunakan pengawasan kerja yang paling sesuai bagi situasi tertentu. Untuk lebih memahami tentang arti pengawasan.

Menurut Hasibuan (2001) menjelaskan pengawasan (*controlling*) sebagai elemen atau fungsi keempat manajemen adaah mengamati dan mengalokasikan dengan tepat penyimpangan-penyimpangan yang terjadi.

Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Seperti terlihat dalam pernyataan, langkah awal proses pengawasan adalah sebenarnya langkah perencanaan, penetapan tujuan.

Standar atau sasaran pelaksanaan suatu kegiatan. Karena kadang-kadang sulit untuk membedakan antara rencana, standar atau pengawasan, maka perlu dipahami terlebih dahulu pengertian-pengertian tujuan sasaran prosedur dan sebagainya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pengawasan adalah proses evaluasi atau pekerjaan yang sedang dilaksanakan atau hasil dari pekerjaan yang telah dicapai, kegiatan pengawasan dapat dilakukan dalam dua hal yaitu pemantauan dan perbaikan.

Mengenai pengawasan kerja, Nitisemito (2000) mengelompokan fungsi pengawasan sebagai berikut:

- a. Mencegah terjadinya penyimpangan
- b. Memperbaiki kesalahan
- c. Mendinamisir organisasi serta sgenap kegiatan manajemen yang lain
- d. Mempertebal rasa tanggung jawab
- e. Mendidik tenaga kerja

Sedangkan menurut Hadipoerwono (2000) menyatakan lebih rinci dan lengkap tentang fungsi pengawasan adalah :

- a. Mempertebal rasa tanggung jawab terhadap pimpinan yang disertai tugas dan wewenang dalam melaksanakan pekerjaan
- b. Mendidik para pemimpin agar mereka melaksanakan pekerjaan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan
- c. Untuk mencegah terjadinya penyimpangan dan kelemahan agar tidak terjadi kerugian yang tidak diinginkan
- d. Memperbaiki penyimpangan agar pelaksanaan pekerjaan tidak mengalami hambatan dan pemborosan

Guna memahami tentang pengawasan manajemen ada tiga tipe dasar yaitu:

- a. Pengawasan pendahuluan
 Pengawasan pendahuluan sering disebut *strering control*, dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah, penyimpangan-penyimpangan dari standar atau memungkinkan koreksi dibuat sebelum suatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan. Pengawasan ini akan efektif hanya bila manajemen mampu mendapatkan informasi akurat dan tepat pada waktunya tentang perubahan dalam lingkungan atau tentang perkembangan terhadap tujuan yang diinginkan.
- b. Pengawasan yang dilakukan bersama dengan pelaksanaan kegiatan.
 Pengawasan ini sering disebut pengawasan”ya- tidak”, *screnning control* atau “berhenti-terus”, dilakukan selama suatu kegiatan berlangsung. Tipe pengawasan ini merupakan proses dimana aspek tertentu dari suatu prosedur harus di setujui dulu sebelum kegiatan kegiatan bisa dilanjutkan atau menjadi semacam peralatan yang lebih menjamin ketepatan pelaksanaan atau kegiatan.
- c. Pengawasan umpan balik
 Pengawasan ini mengukur hasil dari suatu kegiatan yang telah diselesaikan. Sebab penyimpangan dari rencana atau standar

ditentukan dan penemuan-penemuan diterapkan untuk kegiatan-kegiatan serupa dimasa akan datang.

Ketiga bentuk pengawasan tersebut sangat berguna bagi manajemen. Pengawasan pendahuluan dan berhenti-terus, cukup memadai untuk memungkinkan manajemen membuat tindakan koreksi dan tetap dapat mencapai tujuan. Tetapi ada beberapa faktor yang perlu di pertimbangkan disamping kegunaan dua bentuk pengawasan itu, yaitu :

- a. Biaya keduanya mahal
- b. Banyak kegiatan tidak memungkinkan dirinya dimonitori secara terus menerus
- c. Pengawasan yang berlebihan akan menjadikan produktifitas berkurang. Oleh karena itu manajemen harus menggunakan sistem pengawasan yang paling sesuai bagi situasi tertentu.

Berdasarkan definisi di atas, maka Muchson (2000), menerapkan bahwa pengawasan mempunyai tujuan yaitu:

- a. Untuk mengetahui jalannya pekerjaan
- b. Memperbaiki kesalahan yang dibuat oleh karyawan dalam mengadakan pencegahan agar tidak terulang kembali kesalahan yang sama atau timbulnya kesalahan baru
- c. Mengetahui pelaksanaan kerja sesuai dengan program (fase tingkat pelaksanaan) seperti yang telah ditentukan dalam planning atau tidak
- d. Mengetahui apakah *budget* yang telah ditetapkan dalam rencana terarah kepada sasarannya dan sesuai dengan yang telah direncanakan
- e. Mengetahui hasil pekerjaan dibandingkan dengan yang telah ditetapkan dalam *planning* standar.

Sedangkan manfaat terpenting dari pengawasan menurut Handoko (2000:365), yaitu :

- a. Tersedianya bahan informasi bagi manajemen tentang situasi nyata dalam mana organisasi berada dikenalnya.

- b. Faktor-faktor pendukung terjadinya operasionalisasi rencana dengan efisien dan efektif, pemahaman tentang penyelenggaraan berbagai kegiatan operasional.
- c. Langkah-langkah yang segera dapat diambil untuk menghargai kinerja yang memuaskan tindakan preventif yang segera dilakukan, agar devosi dari standar tidak terus berlanjut.

Di dalam kegiatan pengawasan manajemen terdapat dua faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

- a. Pengawasan langsung
Pengawasan langsung ini dapat dilaksanakan secara langsung oleh pribadi anggota pimpinan pelaksana secara langsung dan dapat berguna apabila diterapkan terhadap perusahaan yang lingkup usahanya masih relatif kecil.
- b. Pengawasan tidak langsung
Secara teknik pengawasan tidak langsung adalah pengawasan yang dilaksanakan melalui surat yang telah dirancang sesuai dengan kegunaannya dan manfaatnya bagi perusahaan tersebut.

1.3.2 Indikator Pengawasan

Adapun indikator pengawasan menurut Rachman (2011), salah satu indikator keberhasilan suatu organisasi pemerintahan dalam mencapai tujuannya banyak ditentukan oleh keberhasilan pengawasan. Jika pengawasan berjalan dengan baik maka pengawasan merupakan unsur paling pokok dalam menentukan keberhasilan suatu program. Keberhasilan program pengawasan tersebut dapat dilihat dari berbagai macam indikator sebagai berikut :

1. Indikator meningkatnya disiplin, prestasi dan pencapaian sasaran pelaksanaan petugas, antara lain :

- a. Rencana yang disusun dapat menggambarkan adanya sasaran yang jelas dan dapat diukur terlihat kaitan antara rencana dengan program dan anggaran
- b. Tugas dapat selesai dengan rencana, baik dilihat dari aspek fisik maupun biaya
- 2. Indikator berkurangnya penyalahgunaan wewenang yaitu berkurangnya tuntutan masyarakat terhadap pemerintah
- 3. Indikator berkurangnya kebocoran, pemborosan dan pungutan liar antara lain:
 - a. Kualitas dan kuantitas kasus-kasus penyimpangan, penyelewengan, kebocoran, pemborosan dapat dikurangi sebagaimana laporan pengawasan fungsional dan laporan pengawasan lainnya
 - b. Berkurangnya tingkat kesalahan dalam pelaksanaan tugas.

1.4 Kinerja Anggota

1.4.1 Pengertian Kinerja Anggota

Kinerja dalam sebuah organisasi merupakan salah satu unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam suatu lembaga organisasi, baik itu lembaga pemerintahan maupun lembaga swasta. Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang merupakan prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang.

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Kinerja berasal dari akar kata "*to perform*" dan menurut *The Scibner Bantam English Dictionary* yang dikutip Wibowo (2015) mengartikan sebagai berikut :

1. Melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or carry out; execute*).

2. memenuhi atau menjalankan kewajiban suatu nazar (*to discharge or fulfill; as a vow*).
3. Menggambarkan suatu karakter dalam suatu permainan (*to portray, as a character in a play*).
4. Menggambarkannya dengan suara atau alat musik (*to render by the voice or a musical instrument*).
5. Melaksanakan atau menyempurnakan tanggungjawab (*to execute or complete an undertaking*).
6. Melaksanakan suatu kegiatan dalam suatu permainan (*to act a part in a play*).
7. Memainkan/pertunjukan musik (*to perform music*).
8. Melakukan suatu yang diharapkan oleh seorang atau mesin (*to do what is expected of a person or machine*).

Senada dengan pendapat tersebut, Gomes mengungkapkan bahwa kinerja karyawan sebagai “Ungkapan seperti output, efisien serta efektivitas sering dihubungkan dengan produktifitas” (Mangkunegara, 2014). Pendapat tersebut menyatakan bahwa kinerja suatu pegawai tidak lepas dari hasil yang dicapai, serta efektif dalam meningkatkan kinerja. Definisi kinerja karyawan menurut Mangkunegara (2014), adalah : “Hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja sumber daya manusia adalah prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai SDM persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas. Kinerja adalah melakukan suatu kegiatan dan

menyempurnakan sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian kinerja yaitu suatu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika.

1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang dalam perusahaan, menurut pendapat Mathis & Jackson, bahwa kinerja karyawan adalah yang mempengaruhi seberapa banyak mereka memberi kontribusi kepada organisasi, yang antara lain termasuk: kuantitas *output*, kualitas *output*, jangka waktu *output*, kehadiran di tempat kerja dan sikap kooperatif (Mathis & Jackson, 2014). Ditambahkan oleh Foster & Seeker, bahwa kinerja seorang karyawan dipengaruhi oleh pengetahuan, keterampilan, motivasi dan kepercayaan diri (Foster & Seeker, 2011).

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai, adalah :

1. Keterampilan, artinya bila seseorang memiliki keterampilan kerja yang baik, maka akan memiliki kemudahan dalam menguasai pekerjaan, memecahkan masalah dan mengambil keputusan terhadap kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam pekerjaan sehingga dapat mempengaruhi orang tersebut untuk berprestasi dengan baik.
2. Pengetahuan atau tingkat pendidikan, maksudnya adalah pengetahuan seseorang yang ditunjang dengan tingkat pendidikan yang tinggi baik secara formal maupun non formal secara otomatis akan mempengaruhi perubahan cara berfikir, bertindak dan bersikap lebih baik dalam perkembangan pribadi seseorang utuh dan tanggung jawabnya terhadap pekerjaan, sehingga hasil yang dicapai akan memuaskan.

3. Pengalaman, yaitu masa kerja yang diperoleh seseorang dari perusahaan lain dengan keaktifannya dalam melakukan pekerjaan tertentu akan berpengaruh terhadap prestasi orang tersebut.
4. Bakat, merupakan kemampuan yang timbul dalam diri seseorang yang dibawa sejak lahir, dan akan mempengaruhi kemampuan dan keterampilan seseorang dalam melakukan pekerjaannya dengan mudah sehingga dengan sendirinya akan mencapai hasil yang diinginkan.
5. Minat, yaitu hasrat atau keinginan seseorang terhadap suatu pekerjaan, yang akan memotivasi orang tersebut berprestasi dengan baik karena merasa mampu dan senang terhadap pekerjaannya (Syarif, 2017).

1.4.3 Indikator Kinerja Anggota

Indikator kinerja karyawan menurut Mathis dan Jackson (2014) adalah sebagai berikut:

1. Kuantitas

Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

2. Kualitas

Kualitas adalah ketaatan dalam prosedur, disiplin, dedikasi. Tingkat dimana hasil aktivitas yang dikehendaki mendekati sempurna dalam arti menyesuaikan beberapa cara ideal dari penampilan aktivitas, maupun memenuhi tujuan-tujuan yang diharapkan dari suatu aktivitas.

3. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang disyaratkan dengan supervisi minimum. Keandalan yakni mencakup konsistensi kinerja dan keandalan dalam pelayanan: akurat, benar dan tepat.

4. Kehadiran

Kehadiran adalah keyakinan akan masuk kerja setiap hari dan sesuai dengan jam kerja.

5. Kemampuan bekerja sama

Kemampuan bekerja sama adalah kemampuan seorang tenaga kerja untuk bekerja bersama dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan pekerjaan yang telah ditetapkan sehingga mencapai daya guna dan hasil guna yang sebesar-besarnya.

1.5 Kepuasan Pengguna Senjata Api

1.5.1 Pengertian Kepuasan Pengguna Senjata Api

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka masyarakat akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka masyarakat akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, masyarakat akan sangat puas. Harapan masyarakat dapat dibentuk oleh masyarakat masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Masyarakat yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang organisasi publik.

Menurut Arief (2014) yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya. Selanjutnya, Tjiptono (2011) menyatakan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta mendefinisikannya, kelihatannya tak seorangpun tahu. Seperti dijelaskan diatas kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih baik daripada harapan, maka itulah yang dinamakan kepuasan. Sebaliknya jika kinerja lebih buruk daripada harapan, maka akan menimbulkan kesenjangan atau *gap*.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja

berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Supranto (2011) bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan masyarakat merupakan perasaan senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan.

Lupiyoadi (2012) mengemukakan bahwa, faktor utama penentu kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa. Apabila ditinjau lebih jauh, pencapaian kepuasan masyarakat melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

- a. Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pihak masyarakat.
- b. Organisasi publik harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan pada masyarakat untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk sistem saran dan kritik.
- d. Mengembangkan pelayanan untuk mencapai kepuasan dan harapan masyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka terdapat kesamaan definisi mengenai kepuasan, yaitu yang menyangkut komponen kepuasan kinerja hasil yang dirasakan) keyakinan masyarakat tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk adalah persepsi terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang

dibeli dan untuk menciptakan kepuasan masyarakat, organisasi publik harus menciptakan dan mengelola sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan mempertahankan masyarakat.

Telah banyak dilakukan riset untuk menentukan kepuasan pelanggan, walaupun ini bukanlah suatu pekerjaan mudah, namun perusahaan harus melaksanakannya agar pelanggan selalu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2015) upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan merupakan yang sukar, karena bergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada. Pelanggan yang kurang beruntung akan mengharap lebih banyak dari suatu perekonomian pada saat mereka melihat orang lain dengan standar hidup lebih baik. Selain tingkat aspirasi juga cenderung naik dengan berulangnya keberhasilan dan menurun karena tidak berhasil.

Kepuasan Pelanggan dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (2011) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan.

Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:

- a. Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
- b. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 - 1) Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.

- 2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan.
- 3) Manfaat yang diperoleh.
- 4) Pengetahuan dan pengalaman.
- 5) Sikap pelanggan terhadap keluhan.
- 6) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
- 7) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir (2014), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:

- a. Tingkah laku yang sopan (etika).
- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
- c. Waktu penyampaian yang tepat.
- d. Keramah tamahan.

1.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan di antaranya faktor kesadaran para pejabat atau petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan (budaya kerja), faktor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Secara teoritis, dengan adanya kepuasan masyarakat maka dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk

suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Menurut Lupiyoadi (2012) ada lima faktor tersebut adalah:

- 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 mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga. Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk dan jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Perusahaan perlu melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan masyarakat karena hal ini telah menjadi hal yang *esential* bagi setiap perusahaan. Langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011) metode-metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*)

Organisasi yang berwawasan pelanggan (*customer oriented*) akan membuat pelanggannya memberi saran atau keluhan, misalnya dengan memberikan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan, penempatan kotak saran. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan balik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Pembelian bayangan (*ghost shopping*)

Cara lain untuk mengukur mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menyuruh orang berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun lemah yang mereka alami suatu membeli produk perusahaan

3. Analisa kehilangan pelanggan (*Lost customer analysis*)

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat lebih memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya

4. Survey pelanggan (*customer surveys*)

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey. Melalui survey perusahaan akan melalui tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

1.5.3 Indikator Kepuasan

Penilaian pelanggan terhadap pelayanan petugas bersumber dari pengalaman pelanggan. Aspek pengalaman pelanggan dapat diartikan sebagai suatu perlakuan atau tindakan dari petugas yang sedang atau pernah dijalani, dirasakan dan ditanggung oleh seseorang yang menggunakan pelayanan petugas. Menurut Supranto (2011), aspek-aspek kepuasan pelanggan meliputi:

- a. Keistimewaan, yaitu dimana pelanggan merasa diperlakukan secara istimewa oleh petugas selama proses pelayanan.
- b. Kesesuaian, yaitu sejauhmana pelayanan yang diberikan petugas sesuai dengan keinginan pelanggan, selain itu ada ketepatan waktu dan harga.
- c. Keajegan dalam memberikan pelayanan, artinya pelayanan yang diberikan selalu sama pada setiap kesempatan dengan kata lain pelayanan yang diberikan selalu konsisten.
- d. Estetika, estetika dalam pelayanan berhubungan dengan kesesuaian tata letak barang maupun keindahan ruangan.

Penelitian mengenai *Costumer-Perceived Quality* pada industri jasa oleh Rangkuti (2013), mengidentifikasi lima kesenjangan yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa yaitu:

- a. Kesenjangan tingkat kepentingan masyarakat dan persepsi manajemen. Pada kenyataannya pihak manajemen suatu organisasi publik tidak selalu merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh para masyarakatnya.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap tingkat kepentingan masyarakat dan spesifikasi kualitas jasa. Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh masyarakatnya, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kurangnya sumberdaya atau karena adanya kelebihan permintaan.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas dan penyampaian jasa. Beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, misalnya pemberi jasa memenuhi standar kinerja, atau bahkan ketidakmauan memenuhi standar kinerja yang diharapkan.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa komunikasi eksternal. Seringkali tingkat kepentingan masyarakat dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh organisasi publik. Apabila

diberikan ternyata tidak dipenuhi, maka terjadi persepsi negatif terhadap kualitas jasa organisasi publik.

- e. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan kesenjangan ini terjadi apabila masyarakat mengukur kinerja atau prestasi organisasi publik dengan cara yang berbeda, atau apabila masyarakat keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dimaksudkan sebagai panduan dan pedoman dalam proses pembahasan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, terutama dalam kaitannya dengan pengujian hipotesis. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Panjaitan (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung	Kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0,003 < 0,05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0,021 < 0,05$
Sunarti (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan masyarakat (Survei pada Konsumen <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo)	Hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan

		variabel lainnya maka variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan masyarakat
Putri (2018)	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan Semarang	Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Alfamart Kelurahan Srandol Wetan, Semarang, karena kualitas pelayanan sangat baik sehingga pelanggan sangat puas sebesar 52 responden (52%).
Yulia (2018)	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan masyarakat pada PDAM Tirtawening Bandung	Terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan terbilang kuat dengan koefisien korelasi sebesar 0,743 dan nilai signifikansi 0,000
Suardi (2018)	Pengaruh Pelayanan dan Pengawasan Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Transportasi Kereta Api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan	Tingkat pelayanan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan. Pengawasan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan.
S. Pantja Djati (2005)	Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan	Kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.
Eno Virgiawansyah, Bambang Budi Utomo dan Rum Rosyid (2015)	Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen	Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel assurance dengan koefisien regresi sebesar 0,316 lalu tangible dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan responsiveness dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan reliability dengan

		koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah empathy dengan koefisien regresi sebesar 0,165.
--	--	--

1.7 Kerangka Pemikiran

Kepuasan atau ketidakpuasan dihasilkan dari pengalaman dalam interaksi mutu jasa dan membandingkan interaksi tersebut dengan apa yang diharapkan, sehingga kepuasan masyarakat tergantung kepada perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja produk atau jasa.

Pandangan konsumen mengenai layanan ke karyawan yang diterimanya tidak lepas dari cara karyawan memberikan layanan. Untuk itu kualitas layanan perlu diperhatikan. Keluhan-keluhan masyarakat tentang layanan ke organisasi menunjukkan bahwa pegawai dalam organisasi mempunyai peranan yang penting dalam menciptakan mutu layanan.

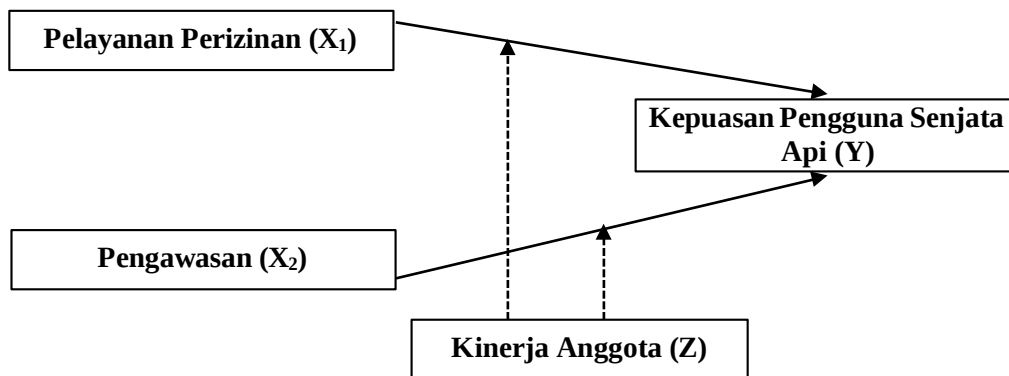
Setiap masyarakat dalam mempersepsikan suatu pelayanan dapat berbeda dengan masyarakat yang lainnya, karena penilaian masing-masing pasien lebih bersifat subjektif. Masyarakat menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasannya setelah menggunakan pelayanan dan menggunakan informasi untuk memperbaharui persepsinya tentang kualitas pelayanan. Hal ini yang membuat adanya hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat.

Banyak usaha yang gagal disebabkan pengawasan yang buruk atau lemahnya pengawasan. Untuk melaksanakan segala kegiatan perlu adanya pengawasan. Sehingga adanya pengawasan dapat mengendalikan segala kegiatan yang ada pada suatu perusahaan. Sering terjadi bahwa suatu tugas tidak sesuai dengan apa yang direncanakan, sebab menjalankan tugas itu adalah manusia yang tak luput dari kesalahan dan kesilapan.

Pengawasan berarti mendeterminasi apa yang telah dilaksanakannya mengevaluasi prestasi kerja dan bila perlu menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana-rencana.

Kerangka pikir yang diajukan untuk penelitian ini berdasarkan pada hasil telaah teoritis seperti yang telah diuraikan di atas, untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pikir penelitian ini, maka dapat dilihat dalam Gambar 2.1 berikut ini.

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran



1.8 Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2017), mengemukakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Sesuai dengan variable–variabel yang akan diteliti maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pelayanan perizinan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung

Menurut Tjiptono (2011), ada empat unsur pokok yang terkandung dalam pelayanan yang prima, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen ini merupakan suatu kesatuan yang terintegrasi, dalam arti jika ada salah satu komponen yang kurang, maka pelayanan tidak akan prima. Setelah menggunakan pelayanan petugas tersebut, pelanggan membandingkan mutu yang diharapkan dengan apa

yang benar-benar diterima. Pelayanan petugas yang mengejutkan dan menyenangkan, yang berada di atas tingkat pelayanan yang diinginkan, akan dipandang memiliki mutu yang lebih tinggi.

Suardi (2018), mengemukakan bahwa tingkat pelayanan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan. Pengawasan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Pelayanan perizinan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung

2. Pengawasan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung

Pengawasan bertujuan agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan atau hasil dari pekerjaan yang telah dicapai, kegiatan pengawasan dapat dilakukan dalam dua hal yaitu pemantauan dan perbaikan. Pengawasan yang maksimal diharapkan mampu meningkatkan kepuasan bagi masyarakat yang memanfaatkan pelayanan publik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suardi (2018) diperoleh hasil bahwa tingkat pelayanan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan. Pengawasan berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pemakai jasa pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Cabang Medan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Pengawasan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung

3. Kinerja anggota memperkuat pengaruh pelayanan perizinan terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung
Menurut Mangkunegara (2014), adalah : “Hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”. Menurut S. Pantja Djati (2005), bahwa kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widowati dan Moklas bahwa perhitungan dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) diperoleh nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa persepsi responden mengenai kualitas pelayanan berpengaruh semakin kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan jika dimoderat oleh kinerja. Dengan demikian apabila manajemen Rumah Sakit dalam memposisikan pegawai (SDM) yang sudah berpengalaman sesuai dalam bidangnya akan lebih memperkuat atau meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1 : Kinerja anggota memperkuat pengaruh pelayanan perizinan dan pengawasan terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung

4. Kinerja anggota memperkuat pengaruh pengawasan terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung
Pengawasan bertujuan agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan atau hasil dari pekerjaan yang telah dicapai, kegiatan pengawasan dapat dilakukan dalam dua hal yaitu pemantauan dan perbaikan. Pengawasan yang maksimal diharapkan mampu meningkatkan kepuasan bagi masyarakat yang memanfaatkan pelayanan publik. Kinerja dimaksudkan untuk

memberikan dampak yang positif bagi kepuasan masyarakat, melalui serangkaian kegiatan pengawasan yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian oleh Here, Hamid dan Manafe (2024) bahwa nilai *p value* 0,003 dibawah 0,05, sehingga kinerja memediasi variabel pengawasan terhadap kepuasan kerja maka, hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa terjadi mediasi parsial/sebagian dimana pengawasan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dan disiplin kerja.

H₁ : Kinerja anggota memperkuat pengaruh pelayanan perizinan dan pengawasan terhadap kepuasan pengguna senjata api di Kepolisian Daerah Lampung