

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini Peneliti menjelaskan tinjauan peneliti terhadap banyak studi dan penelitian ilmiah sebelumnya, serta banyak konsep yang terkait dengan penelitian tersebut. Perlu dijelaskan bahwa hasil penelitian terdahulu digunakan untuk dikaji dan ulas secara seksama. Penelitian tersebut antara lain:

Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Nila Yunita Sari (2018)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Dalam Pembuatan Pelayanan SIM Di SATLANTAS Medan)	<ul style="list-style-type: none">- Membahas kualitas pelayanan pembuatan SIM- Bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dari kualitas pelayanan SIM	<ul style="list-style-type: none">- Menggunakan metode kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif-induktif- Teori/indikator berbeda dengan peneliti
2	Fitriyana Putri Fadhillah dan Nanang Suparman (2021)	Kualitas Pelayanan Publik dalam Pembuatan SIM di Era Covid-19 pada Polrestabes Bandung Tahun 2020	<ul style="list-style-type: none">- Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.- Menggunakan teori kualitas pelayanan publik menurut Zeithaml (1990) (Hardiansyah, 2018)	<ul style="list-style-type: none">- Dilakukan dalam keadaan Covid – 19. Sedangkan yang peneliti ambil sekarang sudah new normal.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha - usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan menetapkan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan indikator yang tepat untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan tersebut telah berjalan dengan baik atau tidak, maka penulis menggunakan teori menurut Zeithaml, dkk, 1990 dalam Hardiansyah (2011: 46), yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), Indikator yang terdapat pada dimensi ini adalah: penampilan fisik dalam memberikan pelayanan, ketersediaan sarana dan prasarana, kedisiplinan petugas, kemudahan memperoleh atau menghubungi informasi.
2. *Realibility* (keandalan) Indikator yang dapat ditemukan pada dimensi ini adalah: kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan, ketepatan atau ketepatan metode pelayanan, kemampuan bekerja dengan berbagai perangkat dalam pelayanan, kemampuan pegawai dalam mengimplementasikan pemecahan masalah untuk layanan.
3. *Responsiveness* (responsif), indikator yang ditemukan pada dimensi tersebut adalah: respon karyawan terhadap berbagai masalah masyarakat dalam pelayanan, kecepatan penyampaian pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), indikator yang ditemukan pada dimensi ini termasuk: keterbukaan prosedur layanan, jaminan waktu dan biaya

layanan, pengetahuan dan etiket staf, kemampuan staf untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan.

5. *Emphaty* (empati), indikator yang ditemukan pada dimensi-dimensi ini adalah: minat terhadap isu-isu masyarakat dalam pelayanan, keinginan staf untuk mengetahui isu-isu tersebut.

2.2.2 Prinsip – Prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004:75) mengemukakan bahwa enam prinsip pokok dalam kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut:⁴

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak, manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi

⁴ Fandy, Tjiptono, Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset. 2004. Hlm 75.

kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan mencapai visinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku operasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan pengakuan (*Total Human Reward*)

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasi tersebut diakui dengan demikian setiap orang dalam organisasi yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan.

Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017:19) membentuk beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam kualitas Kualitas Pelayanan pada industri jasa yaitu sebagai berikut:⁵

1. Ketepatan waktu Kualitas Pelayanan adalah hal-hal yang perlu diperhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi Kualitas Pelayanan adalah dengan realibilitas Kualitas Pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan kepada konsumen.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan Kualitas Pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen eksternal, seperti : operator telepon, petugas keamanan, pengemudi, kasir dan petugas penerima konsumen.
4. Citra Kualitas Pelayanan dari industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung dengan konsumen eksternal.
5. Tanggung jawab adalah berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.
6. Kelengkapan yaitu menyangkut lingkup Kualitas Pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta Kualitas Pelayanan komplementer lainnya.
7. Kemudahan mendapatkan Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan banyaknya outlet, banyak petugas yang melayani seperti kasir, staff

⁵ Vincent Gaspersz, Production Planning And Inventory Control. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta. 2017. Hlm 19.

administrasi dan lain - lain. Banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data.

8. Variasi model Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan inovasi untuk memberikan polapola baru dalam Kualitas Pelayanan serta features dari Kualitas Pelayanan.
9. Kualitas Pelayanan Pribadi adalah berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan sebagainya.
10. Kenyamanan dalam memperoleh Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan jangkuan baik lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat Kualitas Pelayanan dan kemudahan dalam memperoleh parker dan sebagainya.
11. Atribut Pendukung Kualitas Pelayanan Lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Kualitas Pelayanan

Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Faktor penyebab

buruknya kualitas Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2015:178), faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :⁶

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah inseparability (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :

- a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan;
- b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks;
- c. Tutur kata karyawan kurang sopan;
- d. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan;
- e. Mimik muka karyawan selalu cemberut.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :

- a. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat

⁶ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015. Hlm 178.

pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan);

- b. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
- c. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;

d. Motivasi kerja karyawan rendah.

- 3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai. Karyawan front line merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Dalam banyak kasus, keramahan dan kesopanan operator telepon dan satpam bisa jadi memberikan kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin berhubungan dengan sebuah perusahaan penyedia jasa. Agar para karyawan front line mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa juga berupa peralatan (perkakas, material, pakaian, seragam), pelatihan keterampilan maupun informasi (misalnya, prosedur operasi).
- 4. Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa :
 - a. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
 - b. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.

- c. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
 - d. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur, keunggulan maupun tingkat kualitasnya.
7. Visi bisnis jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dll) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

2.2.4 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Perilaku Konsumen

Hubungan antara kualitas layanan dengan perilaku konsumen adalah:⁷

1. Kebijakan Manajemen

Maksudnya, suatu pernyataan dari suatu standar perilaku yang diharapkan oleh perusahaan terkait dengan standar operasional prosedur (SOP). Kebijakan manajemen meliputi kebijakan yang berkaitan dengan area perusahaan seperti lingkungan yang sehat atau tempat kerja yang layak bagi karyawan, pemanfaatan fasilitas yang telah disediakan perusahaan, dan waktu istirahat untuk keadaan khusus.

2. Struktur Layanan

Struktur layanan dicirikan adanya akuntabilitas dan responsibilitas dari pembeli layanan. Struktur pelayanan antar lain:

- a. Efektif yaitu mengutamakan pada pencapaian yang menjadi tujuan dan sasaran.
- b. Sederhana, maksudnya prosedur pelayanan diselenggarakan secara cepat, tepat, tidak rumit dan mudah dipahami.
- c. Responsif, lebih mengacu pada daya tanggap atau cepat menanggapi masalah, kebutuhan dan aspirasi konsumen.
- d. Konsumen yang dapat diandalkan yaitu konsumen yang puas dengan kualitas pelayanan atau produk yang dibeli dari perusahaan.
- e. Produk berkualitas tinggi dapat menjamin kepuasan konsumen.

⁷ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, Total Quality Manajemen, (Yogyakarta : Andi Offset, 2003). Hlm 102.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan sangatlah berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen karena merupakan output dari layanan yang perusahaan berikan.

2.3 Surat Izin Mengemudi (SIM)

Surat izin mengemudi merupakan dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik. Berdasarkan keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2003 menyatakan bahwa SIM termasuk kelompok pelayanan administrasi yaitu bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan publik. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Bab VIII tentang mengemudi bagian ke satu tentang Surat Izin Mengemudi dalam Pasal 77 menyebutkan bahwa :

- a. Setiap orang yang mengemudikan Kendaraan Bermotor di jalan wajib memiliki Surat Izin Mengemudi sesuai dengan jenis kendaraan Bermotor yang dikemudikan.
- b. Surat Izin Mengemudi sebagaimana disebutkan pada ayat (1) terdiri atas dua jenis yaitu Surat Izin Mengemudi Kendaraan Bermotor Perseorangan dan Surat Izin Mengemudi Kendaraan Bermotor Umum.
- c. Untuk mendapatkan Surat Izin Mengemudi, calon pengemudi harus memiliki kompetensi mengemudi yang dapat diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan mengemudi.⁸

⁸ Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Bab VIII tentang mengemudi bagian ke satu tentang Surat Izin Mengemudi dalam Pasal 77

2.3.1 Penggolongan Surat Izin Mengemudi

Terkait dengan penggolongan SIM sendiri Peraturan Kepala Kepolisian (Perkap) Nomor 9 tahun 2012 tentang SIM hanya ada dua, yakni SIM untuk perseorangan dan umum. Perbedaannya yaitu pada golongan SIM tersebut yakni pada SIM umum ada jenis SIM A dan B saja, tidak ada SIM C (sepeda motor) dan SIM D (penyandang cacat). Sementara itu, terkait dengan jenis SIM sesuai dengan dalam peraturan yang sama yaitu sebagai berikut:

1. SIM A, berlaku untuk mengemudikan kendaraan bermotor (ranmor) dengan jumlah berat yang diperbolehkan paling tinggi 3.500 kilogram berupa; a. mobil penumpang perseorangan/umum, b. mobil barang perseorangan/umum.
2. SIM B I, berlaku untuk pengemudi kendaraan bermotor dengan jumlah berat yang diperbolehkan lebih dari 3.500 kilogram berupa: a. Mobil bus perseorangan/umum, b. Mobil barang perseorangan/umum.
3. SIM B II, berlaku untuk mengemudikan ranmor berupa; a. Kendaraan alat berat, b. Kendaraan penarik/umum, c. Kendaraan dengan menarik kereta tempelan atau gandengan perseorangan dengan berat yang diperbolehkan untuk kereta tempelan atau gandengan lebih dari 1.000 kilogram.
4. SIM C, untuk yang mengemudikan sepeda motor yang terdiri dari, a. SIM C untuk pengemudi sepeda motor dengan kisaran kapasitas silinder (cylinder capacity) paling tinggi 250cc, b. SIM C untuk pengemudi sepeda motor dengan kisaran kapasitas silinder (cylinder capacity) antara 250cc

sampai dengan 750cc, c. SIM C untuk pengemudi sepeda motor dengan kisaran kapasitas silinder (cylinder capacity) di atas 750cc.

5. SIM D, berlaku untuk mengemudi ranmor khusus bagi penyandang cacat.

2.3.2 Penerbitan Surat Izin Mengemudi

Masyarakat wajib mengetahui bahwa tarif pembuatan Surat Izin Mengemudi (SIM) telah diatur dalam Pasal 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2010 Tentang Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kepolisian Negara Republik Indonesia bahwa jenis dan tarif atas jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf k adalah sebagaimana ditetapkan dalam Lampiran Peraturan Pemerintah ini, yaitu

Untuk Penerbitan Surat Izin Mengemudi (SIM):

- a. Penerbitan SIM A
 1. Baru Per Penerbitan Rp 120.000,00
 2. Perpanjangan Per Penerbitan Rp 80.000,00
- b. Penerbitan SIM B I
 1. Baru Per Penerbitan Rp 120.000,00
 2. Perpanjangan Per Penerbitan Rp 80.000,00
- c. Penerbitan SIM B II
 1. Baru Per Penerbitan Rp 120.000,00
 2. Perpanjangan Per Penerbitan Rp 80.000,00
- d. Penerbitan SIM C

1. Baru Per Penerbitan Rp 100.000,00
2. Perpanjangan Per Penerbitan Rp 75.000,00

Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Bab VIII bagian kedua penerbitan dan pendanaan Surat Izin Mengemudi dalam pasal 87 menyebutkan bahwa:

- a. Surat Izin Mengemudi diberikan kepada calon pengemudi yang lulus ujian mengemudi.
- b. Surat Izin Mengemudi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diterbitkan oleh Kepolisian Negara RI.
- c. Kepolisian Negara RI wajib menyelenggarakan sistem informasi penerbitan Surat Izin Mengemudi.
- d. Setiap petugas kepolisian yang bertugas di bidang penerbitan Surat Izin Mengemudi wajib menaati prosedur penerbitan Surat Izin Mengemudi yang berlaku.⁹

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini dijelaskan mengenai proses berpikir peneliti dalam rangka mengadakan penelitian tentang kualitas pelayanan di Kantor Satuan Penyelenggara Administrasi (SATPAS) SIM Kepolisian Resor Metro Bekasi. Penilaian mengenai kualitas diawali dari kinerja pelayanan dan harapan pengguna jasa di Kantor Satuan Penyelenggara Administrasi (SATPAS) SIM Kepolisian Resor Metro Bekasi dan berakhir dengan kualitas pelayanan pada Kantor Satuan

⁹ Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Bab VIII bagian kedua penerbitan dan pendanaan Surat Izin Mengemudi dalam pasal 87

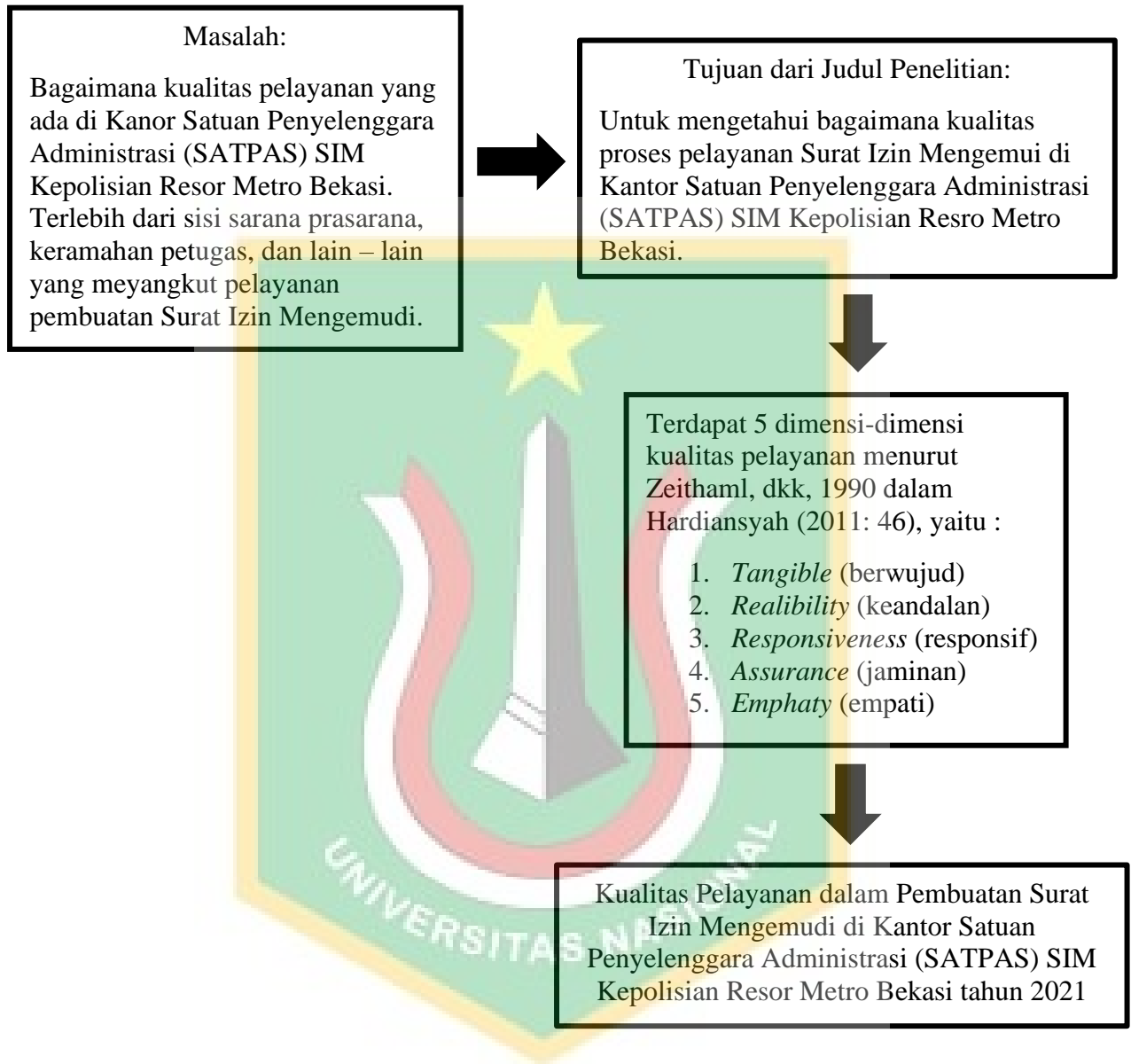
Penyelenggara Administrasi (SATPAS) SIM Kepolisian Resor Metro Bekasi. Oleh karena itu, dibutuhkan indikator yang tepat untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan tersebut telah berjalan dengan baik atau tidak, maka penulis menggunakan teori menurut Zeithaml, dkk, 1990 dalam Hardiansyah (2011: 46), yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), Indikator yang terdapat pada dimensi ini adalah: penampilan fisik dalam memberikan pelayanan, ketersediaan sarana dan prasarana, kedisiplinan petugas, kemudahan memperoleh atau menghubungi informasi.
2. *Realibility* (keandalan) Indikator yang dapat ditemukan pada dimensi ini adalah: kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan, ketepatan atau ketepatan metode pelayanan, kemampuan bekerja dengan berbagai perangkat dalam pelayanan, kemampuan pegawai dalam mengimplementasikan pemecahan masalah untuk layanan.
3. *Responsiveness* (responsif), indikator yang ditemukan pada dimensi tersebut adalah: respon karyawan terhadap berbagai masalah masyarakat dalam pelayanan, kecepatan penyampaian pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), indikator yang ditemukan pada dimensi ini termasuk: keterbukaan prosedur layanan, jaminan waktu dan biaya layanan, pengetahuan dan etiket staf, kemampuan staf untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan.

5. *Emphaty* (empati), indikator yang ditemukan pada dimensi-dimensi ini adalah: minat terhadap isu-isu masyarakat dalam pelayanan, keinginan staf untuk mengetahui isu-isu tersebut.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan peneliti, 2022