

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Aparatur negara merupakan salah satu pilar dalam mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*) bersama dengan dunia usaha (*corporate governance*) dan masyarakat (*civil society*). Aparatur negara sebagai penyelenggara negara dan pemerintahan diberikan tanggung jawab untuk merumuskan langkah-langkah strategis dan upaya-upaya kreatif guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara adil, demokratis, dan bermartabat. Salah satunya adalah dengan memberikan fasilitas dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, daerah, dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>1</sup>

Menurut Pradjarta Dirdjosanjoto pelayanan publik adalah menjadi hak warga negara, dan negara wajib menyediakannya.<sup>2</sup> Pengertian pelayanan

---

<sup>1</sup> Wikipedia Indonesia. "Pelayanan Publik". Dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/Pelayanan\\_publik](http://id.wikipedia.org/wiki/Pelayanan_publik). Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

<sup>2</sup> Rusli. Good Governace, "Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik". Dalam <http://www.pamongpraja.org/rusli.htm>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

publik di atas akan memberikan pemahaman bahwa pelayanan publik merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat disamping menjalankan peraturan pemerintah, sifatnya adalah saling melengkapi disaat masyarakat membutuhkan pemerintah untuk melangsungkan kehidupannya, dan pemerintah membutuhkan masyarakat sebagai sumber daya manusia atau SDM negara. Dalam penelitian ini nantinya akan dikonsentrasikan pelayanan pemerintah yang dilakukan oleh lembaga kepolisian.

Peran dan fungsi Polri sebagai aparatur negara yaitu memberikan pelayanan keamanan dengan tujuan melindungi harkat dan martabat manusia sehingga masyarakat dapat melakukan produktivitasnya dengan aman yang menjadi hak bagi seluruh warga negara. Dapat dikatakan juga prinsip yang hakiki dari peran dan fungsi Polri adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyadari bahwa masyarakat adalah sebagai *asset* utama bangsa.<sup>3</sup>

Lalu lintas yang memadai akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, karena dalam zaman yang serba modern ini lalu lintas merupakan faktor utama pendukung produktivitas masyarakat.<sup>4</sup> Oleh karena itu pemerintah memberikan pelayanan lalu lintas dan polisi yang diberikan tanggung jawab untuk mengatur lalu lintas. Selain itu keamanan dan kelancaran dalam lalu lintas menjadi hal yang harus diperhatikan oleh negara maupun masyarakat sendiri.

---

<sup>3</sup> Chryshnanda. "Polri Masa Depan dalam Perspektif Polisi Lalu Lintas". Dalam <http://www.lantas.polri.go.id>. Diakses 2 Juli 2012.

<sup>4</sup> *Ibid.* Hal.3.

Polisi lalu lintas adalah unsur pelaksana yang bertugas menyelenggarakan tugas kepolisian yang mencakup penjagaan, pengaturan, pengawalan dan patroli, pendidikan masyarakat dan rekayasa lalu lintas, registrasi dan identifikasi pengemudi dan kendaraan bermotor, penyidikan kecelakaan lalu lintas dan penegakkan hukum dibidang lalu lintas, guna memelihara keamanan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas. Sehingga lebih khusus lagi bahwa polisi lalu lintaslah yang melayani masyarakat dalam urusan lalu lintas.

Pemerintah menetapkan aturan dalam urusan lalu lintas, salah satunya adalah aturan mengenai SIM (Surat Ijin Mengemudi), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), dan BPKB (Bukti Pemilik Kendaraan Bermotor). SIM merupakan alat kontrol dan pengendalian penggunaan kendaraan bermotor di jalan raya, sebagai identitas diri para pengemudi kendaraan bermotor yang telah dinyatakan mampu mengemudikan kendaraan bermotor, juga sebagai bentuk tanggung jawab bagi Polri maupun pengemudi kendaraan bermotor. STNK merupakan alat kontrol untuk menaiki kendaraan yang digunakan, sedangkan BPKB merupakan bukti kepemilikan kendaraan.

Lalu lintas merupakan faktor utama yang dinilai sebagai jalan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sebagai *asset* utama bangsa, bahwa produktivitas masyarakat ditentukan dari lalu lintas yang memadai. Pemerintah menyediakan pelayanan lalu lintas kepada masyarakat melalui polisi lalu lintas, dan merupakan badan yang bertanggung jawab dalam kebutuhan ini.

Mengingat bahwa masyarakat sebagai *asset* utama bangsa, dan masyarakat juga yang akan membangun bangsa, sehingga dengan mendukung

produktivitas masyarakat diharapkan akan terwujud timbal balik yang searah terhadap visi kemajuan bangsa. Asumsinya adalah dengan membantu masyarakat untuk dapat meningkatkan kualitas hidup dan produktivitas masyarakat, maka masyarakat akan merasa puas dengan pemerintah, sehingga masyarakat dengan kepercayaan penuh akan mendukung rancangan dalam rencana pembangunan selanjutnya.

Kenyataannya, hingga saat ini masih banyak kekurangan yang mewarnai proses pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah. Terutama dalam penelitian ini adalah pelayanan publik yang diselenggarakan oleh badan kepolisian sebagai aparatur negara yang bertugas melayani masyarakat. Kenyataan yang ada seperti yang diberitakan Solopos 24 April 2012 memuat berita yang dilaporkan oleh KON (Komisi OmBudsman Nasional) Jateng & DIY bahwa layanan kepolisian menjadi sesuatu yang paling dikeluhkan. Tercatat 222 laporan keluhan masyarakat diterima selama tahun 2011 dan polisi paling banyak dikeluhkan dengan jumlah laporan sebanyak 57 kasus. Data lengkap dapat dilihat di Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Laporan Keluhan Masyarakat<sup>5</sup>**

<b>Klasifikasi Terlapor</b>	
<b>Instansi</b>	<b>Jumlah</b>
Kepolisian	57
Pemda 50	50
Peradilan	25
Institusi Pemerintah (Departemen)	22
BPN	19
BUMN	18
Kejaksaan	15
BUMD	6
Perbankan	4
Badan Legislatif	2
Perguruan Tinggi Negeri	2
Institusi Pemerintah (Nondepartemen)	1
TNI	1
<b>Total</b>	<b>222</b>

Data lain yang diberitakan dalam *Kendari Ekspres*, bahwa survey TII (*Transparency International Indonesia*) selama tahun 2011 menemukan hasil bahwa kepolisian adalah lembaga terkorup di Indonesia.<sup>6</sup> Hasil *votting* masyarakat yang diperoleh dari situs *Yahoo! Answers* dengan tema "Kinerja Polisi Republik Indonesia," 18 responden yang mengisi dapat ditarik kesimpulan bahwa penilaian masyarakat mengenai kinerja polisi, diantaranya adalah: (1) Polisi masih dipimpin oleh orang-orang lama yang notabene kurang berwawasan dan otoriter, sistem kerja masih mempergunakan cara-cara lama dan tidak transparan; (2) Awal perekrutan polisi yang tidak jujur, standar pendidikan yang lemah dan budaya KKN, bukan rahasia polisi melindungi

<sup>5</sup> Solo Pos. Masyarakat Keluhkan Kepolisian. 24 April 2011.

<sup>6</sup> Amriel Reza Indragiri. "Survey TII yang Menyakitkan Polri". Dalam <http://www.kendariekspres.com>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

pihak-pihak tertentu yang berkuasa (berani bayar mahal), sehingga banyak menimbulkan kekecewaan rakyat, ketidakadilan, dan sentimen terhadap polisi;

(3) Sebenarnya polisi dengan segera dapat berubah jikalau dari pucuk pimpinan atas benar-benar serius memperbaiki Polri, saat ini budaya ABS (Asal Bapak Senang) masih melekat pada diri polisi, (4) Kesejahteraan polisi yang sangat jauh dari standar, hal inilah yang pertama sekali membuka peluang terjadinya penyelewengan-penyelewengan dalam tubuh Polri, (5) Masyarakat yang terbiasa dengan budaya suap, ketika polisi menangkap pelaku pidana masyarakat selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meringankan atau bahkan bebas dari jeratan hukum, inilah peluang yang paling sering terjadi, (6) Komponen-komponen pemerintah lain, ketika polisi dengan serius bekerja untuk menangkap pelaku, dan ketika diajukan ke pengadilan tidak sedikit pelaku bebas dengan cuma-cuma, (7) Polisi terlalu sibuk mengurus diri sendiri, sehingga motto sebagai pelindung dan pelayan masyarakat terlupakan, dan boleh dibilang polisi sama dengan 'Pemadam Kebakaran,' ketika kasus telah terjadi baru polisi datang.<sup>7</sup>

Indonesia jauh tertinggal dibanding Filipina, Malaysia, dan Thailand dalam indikator-indikator gabungan kualitas birokrasi, korupsi, dan kondisi sosial ekonomi. Kondisi iklim investasi, kesehatan, dan pendidikan saat ini sangat tidak memuaskan, sebagai akibat tidak jelasnya dan rendahnya kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh institusi-institusi pemerintahan. Ketidakpastian hukum dan penuh praktek korupsi, membuat para investor

---

<sup>7</sup> Yahoo!Answer. "Voting Masyarakat 'Kinerja Polisi Republik Indonesia'," Dalam <http://yahoo!Answer.com/2008/kinerja-polisi-republi-indonesia.html>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

berpaling. Pegawai negeri hanya memiliki sedikit insentif untuk memperbaiki pelayanan. Hal ini digabung dengan administrasi yang berbelit-belit dan ketinggalan jaman, berakibat pada ketidakpuasan masyarakat.<sup>8</sup>

Pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan publik yang diselenggarakan oleh kepolisian masih dipandang kurang dan negatif oleh masyarakat. Padahal disisi lain pelayanan publik yang berkualitas dari pemerintah akan memberikan pengaruh positif terhadap ekonomi negara, kepercayaan masyarakat dan kepuasan masyarakat. Maka ini menjadi sebuah paradigma yang perlu dicermati kembali mengenai kepuasan masyarakat terhadap pemerintah demi menciptakan stabilitas negara.

Negara harus dapat memberikan garansi pelayanan bermutu tinggi jika pertumbuhan dan kesejahteraan masyarakat ingin tetap dipertahankan dalam lingkungan mendunia yang penuh persaingan ini. Penyediaan pelayanan pemerintah yang berkualitas, akan memacu potensi sosial ekonomi masyarakat yang merupakan bagian dari demokratisasi ekonomi. Penyediaan pelayanan publik yang bermutu merupakan salah satu alat untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah yang semakin berkurang, akibat krisis ekonomi yang terus menerus berkelanjutan pada saat ini. Hal tersebut menjadikan pemberian pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat menjadi semakin penting untuk dilaksanakan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> The World Bank. "Pelayanan Publik-Reformasi yang Sama-Sama Menang". Dalam <http://sinergi-indonesia.com>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

<sup>9</sup> Mohamad, Ismail. 2003. "Pelayanan Publik Era Desentralisasi". Dalam <http://aparaturnegara.bappenas.go.id>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2012.

Howell dan Dipboye memandang kepuasan sebagai hasil keseluruhan dari derajat rasa suka atau tidak suka individu terhadap berbagai aspek dari suatu hal.<sup>10</sup> Dengan kata lain kepuasan mencerminkan sikap dari individu terhadap suatu hal. Sikap dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai kepuasan masyarakat, yang akan termanifestasi ke dalam sikap positif masyarakat kepada pemerintah dengan adanya layanan yang diberikan dalam kepentingan berlalu lintas, harapannya tingkat kepercayaan masyarakat dapat bertambah kepada pemerintah sehingga masyarakat secara positif dapat mendukung program kerja yang disusun oleh pemerintah.

Kepuasan masyarakat mengandung suatu proses yang sederhana namun kompleks dan rumit. Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap suatu hasil produk dengan harapan-harapannya. Jika hasil berada dibawah harapan, ketidakpuasan masyarakat yang muncul, namun jika hasil memenuhi harapan, kepuasan masyarakat akan terwujud. Apabila hasil melebihi harapan, masyarakat akan sangat puas.<sup>11</sup> Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Hal ini sesuai dengan pemikiran Festinger yang menyatakan bahwa proses belajar individu dipengaruhi oleh sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu, kesadaran mengetahui cara memanfaatkan sesuatu keadaan untuk mencapai tujuan.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Munandar. 1995. *Pengantar Kuliah Psikologi Industri*. Jilid 1. Jakarta: Karunika. Hal.5.

<sup>11</sup> Philip Kotler and Armstrong. 1997. *Marketing Manajemen: Analisis, Planning Implementation and Control*. New York: Prentice Hall International, Inc. Hal.37.

<sup>12</sup> Basu Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty. Hal.27.

Sikap terhadap suatu pelayanan tiap masing-masing individu berbeda sehingga akan membawa kepuasan yang berbeda pula. Pemahaman mengenai kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbedaan antara harapan tentang kinerja suatu pelayanan dengan yang dialami atau diterima. Dengan menggunakan *terminology* ini masyarakat merasakan kepuasan apabila ada kesesuaian antara harapan dengan kenyataan. Terkadang dalam hal pelayanan terdapat kesulitan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas yang diberikan, oleh karena itu persepsi terhadap kualitas sering dipakai sebagai tolok ukur.<sup>13</sup>

Gibson menyatakan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang terorganisir terhadap suatu stimulus dan mampu mempengaruhi sikap dan perilaku individu.<sup>14</sup> Persepsi oleh Lahry didefinisikan sebagai proses yang digunakan individu untuk menginterpretasikan data sensoris. Data sensoris sampai pada individu melalui lima indera.<sup>15</sup>

Morgan berpendapat bahwa kualitas diawali oleh kebutuhan pelanggan dan diakhiri oleh persepsi pelanggan.<sup>16</sup> Maksudnya adalah masyarakat selaku pelanggan bagi polisi, kebutuhan akan, STNK dan BPKB mengawali persepsi yang akan dibentuk terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh polisi. Sehingga kualitas jasa yang diberikan polisi dalam administrasi pembuatan, STNK dan BPKB memungkinkan masyarakat untuk membentuk sikapnya

---

<sup>13</sup> Wicaksono Arry dan Ihwalaw Joi. 2005. "Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Klien dan Dampaknya pada Preferensi Rekomendasi Klien". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, IBII Vol.1-No.3. September 2005.

<sup>14</sup> Gibson. 1989. *Organisasi dan Manajemen: Perilaku Struktur dan Proses*. Jakarta: Erlangga. Hal.26.

<sup>15</sup> Heriyanto. "Menakar Persepsi Masyarakat Tentang Korupsi di Kepolisian". Dalam <http://heriyantoo.blogspot.com/2007/06/menakar-persepsimasyarakat-tentang.html>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2009.

<sup>16</sup> Wicaksono Arry dan Ihwalaw Joi. *Op.Cit.* Hal.2.

terhadap kualitas pelayanan polisi. Dalam hal ini yaitu masyarakat sebagai unsur yang memberikan evaluasi berupa sikap masyarakat diukur untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan. Jika masyarakat bersikap positif dengan menganggap bahwa pelayanan yang diberikan telah berkualitas maka masyarakat akan merasakan puas, dan sebaliknya jika masyarakat bersikap negatif artinya kualitas pelayanan yang diberikan mengecewakan maka masyarakat akan merasa tidak puas.

Pemaparan di atas sekiranya menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen dalam penelitian ini adalah masyarakat. Penjelasan lainnya yaitu kepuasan merupakan suatu respon emosi atau afeksi seseorang terhadap suatu hal. Afeksi berarti menunjuk ada perasaan suka atau tidak suka. Lefrancois menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan.<sup>17</sup> Kebutuhan dasar ini muncul karena adanya dorongan-dorongan tertentu yang harus disalurkan. Rasa puas akan muncul jika dorongan tersebut dapat disalurkan dan sebaliknya jika dorongan tersebut tidak dapat disalurkan, akan muncul ketidakpuasan.

Menurut Locke terdapat dua unsur penting dalam kepuasan, yaitu nilai-nilai suatu objek dan kebutuhan-kebutuhan dasar dari subjek.<sup>18</sup> Nilai-nilai merupakan tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan sesuatu. Nilai yang ingin dicapai adalah yang dianggap penting oleh individu. Nilai-nilai tersebut harus sesuai atau membantu pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar.

---

<sup>17</sup> Tjiptono. 1996. *Perspektif Manajemen dan Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset. Hal.4.

<sup>18</sup> Munandar. *Op.Cit.* Hal.5.

Untuk mewujudkan kepuasan konsumen, reformasi birokrasi diperlukan. Reformasi birokrasi pada hakikatnya merupakan upaya untuk melakukan pembaharuan serta perubahan mendasar terhadap penyelenggaraan pemerintahan, terutama menyangkut aspek-aspek kelembagaan (organisasi), ketatalaksanaan (*business process*), dan sumber daya manusia aparatur pemerintahan. Sejauh ini pemerintah telah mengupayakan berbagai cara untuk mewujudkan harapan membentuk birokrasi yang bersih, netral, dan independen. Namun, hal yang menjadi penentu dalam sukseksi reformasi birokrasi adalah faktor moral dari tiap-tiap individu didalamnya. Untuk itu langkah awal yang harus dibangun untuk menuju perubahan yang besar adalah perubahan *culture set* dan *mindset* baik secara organisasional maupun individual.

Birokrasi atau administrasi publik memiliki kewenangan bebas dalam rangka memberikan pelayanan umum kepada masyarakat. Untuk itu, birokrasi diberikan kekuasaan regulatif, yaitu tindakan hukum yang sah untuk mengatur kehidupan masyarakat melalui instrument yang disebut kebijakan publik. Kepolisian merupakan bagian dari aparatur negara yang juga selayaknya memberikan pelayanan publik dengan baik termasuk dalam memberikan pelayanan pembuatan STNK dan BPKB.

Penulis ingin memahami lebih lanjut tentang hubungan antara sikap terhadap kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB dengan kepuasan konsumen sehingga penulis akan melakukan penelitian dengan judul ”Analisis Hubungan antara Kualitas Pelayanan Pembuatan STNK dan BPKB terhadap

Kepuasan Konsumen”. Penelitian ini penting untuk diteliti mengingat tugas utama dari kepolisian adalah memberikan pelayanan kepada masyarakat. Alasan dipilihnya Samsat Polres Bantul karena di wilayah Yogyakarta, Samsat tersebut yang paling banyak terdapat masyarakat datang untuk mengurus pembuatan STNK dan BPKB dalam setiap bulannya.

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB terhadap kepuasan konsumen?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pembelajaran lingkup ilmu pemerintahan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi serta pengetahuan tentang peran kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB terhadap kepuasan konsumen dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini bermanfaat memberikan informasi bagi Polri utamanya yaitu Samsat Polres Bantul terkait dengan dinamika kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB sehingga dapat dijadikan referensi untuk peningkatan kepuasan konsumen.

## **D. Kerangka Teori**

### **1. Kepuasan Konsumen**

#### **a. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh penyedia barang atau jasa demi eksistensi usaha mereka. Tanpa adanya rasa puas dalam diri konsumen, maka konsumen tidak akan melakukan pembelian kembali sehingga akan sangat merugikan bagi produsen. Kepuasan konsumen merupakan suatu bagian yang internal dalam misi dan tujuan sebagian besar perusahaan. Adanya kepuasan konsumen dapat menguntungkan perusahaan karena konsumen yang merasa puas cenderung akan datang kembali pada perusahaan untuk menikmati kembali produk atau jasa yang diberikan perusahaan.<sup>19</sup>

Pada dasarnya pengertian kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang aktual. Jadi pengertian kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan harapan seperti seorang konsumen mengharapkan produsen

---

<sup>19</sup> Tjiptono. *Op.Cit.* Hal.35.

penerimaan konsumen yang cepat dan tepat, akan tetapi realitanya sering berbelit-belit, sehingga menimbulkan rasa tidak puas.<sup>20</sup>

Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>21</sup>

Day mengatakan kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap hubungan antara harapan dengan kinerja aktual produk atau jasa yang diberikan oleh penyedia barang atau jasa.<sup>22</sup> Apabila kinerja aktual produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan harapannya, konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja aktual produk atau jasa tersebut dirasakan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka timbul ketidakpuasan konsumen.

Engel, dkk menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dengan alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.<sup>23</sup> Gottlieb dkk juga menyatakan bahwa

---

<sup>20</sup> Supranto. 1997. *Pengukuran Tingkat Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal.5.

<sup>21</sup> Philip Kotler. 1998. *Marketing Jilid 2*. Jakarta: Erlangga. Hal.28.

<sup>22</sup> Bakti. 1999. "Kualitas dan Kepuasan Konsumen dan Citra RSUD Muhammadiyah". *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Hal.5.

<sup>23</sup> Blackwell Engel. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Yogyakarta: Binampa Aksara. Hal.33.

kepuasan adalah terdapat kesesuaian antara harapan dengan kesesuaian kenyataan yang dialami.<sup>24</sup>

Pendapat para ahli tersebut memiliki kesamaan tentang pengertian kepuasan konsumen yaitu perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang didapat oleh konsumen. Jika yang didapat sesuai atau melebihi harapan konsumen maka konsumen merasa puas. Sebaliknya, jika yang didapat kurang dari yang diharapkan maka konsumen merasa tidak puas.

Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu fungsi bertingkat secara relatif dari suatu harapan dan hasil yang diterima. Setiap konsumen memiliki penilaian dan harapan yang berbeda terhadap produk atau jasa yang diinginkan, sehingga untuk mencapai kepuasan konsumen yang tinggi maka perusahaan dituntut untuk mampu menimbulkan penilaian positif dan memenuhi harapan konsumen.<sup>25</sup>

Teori kepuasan konsumen terus berkembang. Hal tersebut dikarenakan para ahli menyadari bahwa penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen demi kelangsungan suatu usaha. Kepuasan konsumen menurut Anoraga dapat berasal dari internal maupun eksternal individu. Internal yaitu berasal dari diri konsumen sendiri, sedangkan eksternal berasal dari penyedia jasa. Model untuk mengukur kepuasan konsumen yang banyak digunakan saat ini adalah model afeksi. Model tersebut dianggap memiliki keunggulan karena

---

<sup>24</sup> Gottlieb. 1994. *On Great Service: A from Work for Action*. New York: The Free Press. Hal.35.

<sup>25</sup> Philip Kotler and Armstrong. *Op.Cit*. Hal.23.

mengedepankan adanya *individual differences* utamanya mengenai afeksi pada diri konsumen.<sup>26</sup>

Menurut Tjiptono, terdapat dua model untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:<sup>27</sup>

a. Model Afektif

Penilaian seorang pembeli terhadap suatu produk atau jasa yang dikonsumsi tidak hanya didasarkan pada aspek rasio tetapi juga pada aspek afektif yang berupa kebutuhan subyektif, aspirasi, dan pengalaman dalam menggunakan produk atau jasa tertentu. Kebutuhan subyektif maksudnya adalah setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Contohnya: ada konsumen yang menyukai suasana yang ramai, tetapi ada pula yang menyukai suasana yang tenang dan sepi. Aspirasi merupakan keinginan-keinginan yang dimiliki oleh konsumen yang apabila terpenuhi dapat membuat konsumen datang kembali. Contohnya: konsumen diperlakukan dengan ramah dan dihargai sehingga konsumen akan mempunyai keinginan datang kembali. Pengalaman merupakan penilaian konsumen terhadap produk yang sama di tempat yang berbeda sehingga konsumen akan membandingkannya. Contohnya: konsumen membandingkan harga antara pengurusan STNK dan BPKB secara langsung dengan melalui perantara.

Menurut Winardi model afektif merupakan model yang populer saat ini untuk memahami kepuasan konsumen karena dipahami bahwa setiap

---

<sup>26</sup> Anoraga. 2001. *Psikologi Kerja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hal.29.

<sup>27</sup> Tjiptono. *Op.Cit.* Hal.35.

individu memiliki keinginan yang berbeda. Keinginan yang berbeda atau afeksi yang berbeda tersebut harus dipenuhi oleh pengusaha agar konsumen merasa benar-benar terpuaskan. Kelebihan dari model ini adalah setiap individu dipandang sebagai suatu yang memiliki keinginan sendiri dan berbeda sehingga tidak dapat diperlakukan secara sama rata. Model ini mengedepankan *individual differences*.<sup>28</sup>

Winardi lebih lanjut juga menjelaskan bahwa model afeksi lebih tepat digunakan karena konsumen tidak hanya mengedepankan kognitifnya namun afeksi lebih diutamakan. Jadi dapat dipahami bahwa konsumen merasa puas bukan hanya hasil pembuatannya STNK dan BPKB, namun juga cara serta sikap memperlakukan konsumen menjadi penentu tercapai tidaknya kepuasan konsumen.<sup>29</sup> Penelitian ini menggunakan model afektif.

#### b. Model Kognitif

Model kognitif kepuasan konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan didasarkan pada pemikiran konsumen mengenai adanya perbedaan sekumpulan atribut yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang diberikan penyedia produk atau jasa dengan pikiran konsumen tentang produk atau jasa tersebut. Jika perbedaan yang ada semakin besar maka konsumen tidak puas, sedangkan jika perbedaan yang ada semakin sedikit maka konsumen semakin puas.

---

<sup>28</sup> Winardi. 1998. *Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: Ekonesia. Hal.17.

<sup>29</sup> *Ibid.* Hal.19.

Model ini memunculkan tiga teori mengenai kepuasan konsumen sebagai berikut:

a. *The Expectancy of Disconfirmation Model*

Kepuasan konsumen ditentukan oleh adanya dua variabel kognitif, yaitu harapan sebelum membeli (*pre-purchase expectation*) mengenai kinerja yang diantisipasi suatu produk atau jasa; dan variabel *disconfirmation* atau perbedaan antara harapan sebelum membeli dan persepsi setelah membeli (*post-purchase perception*).

b. *Equity Theory*

*Equity theory* menurut As'ad dikembangkan oleh Adams tahun 1963. Prinsip dari teori ini adalah bahwa individu akan merasa puas atau tidak puas, tergantung individu tersebut merasakan adanya keadilan (*equity*) atau tidak atas suatu situasi.<sup>30</sup> Konsumen akan merasakan puas terhadap produk atau jasa yang dibeli jika hasil yang diperolehnya dengan pengeluaran yang digunakan dipandang sebagai suatu yang adil atau sama.

c. *Attribution Theory*

Prinsip dari teori atribusi adalah individu akan merasa puas jika produk atau jasa yang ada sesuai dengan keinginan konsumen. Terdapat tiga dimensi yang menentukan keberhasilan atau kegagalan hasil yang berkaitan dengan puas dan tidak puasnya konsumen terhadap pembelian produk atau jasa. Ketiga dimensi tersebut ialah stabilitas atau keanekaragaman. Stabilitas menunjuk bahwa faktor penyebabnya bersifat

---

<sup>30</sup> Mohammad As'ad. 2001. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty. Hal.53.

tetap, sedang keanekaragaman bersifat sementara. Dimensi kedua ialah *Locus casualty*, faktor penyebab dapat berhubungan dengan konsumen atau penjual. Dimensi ketiga ialah *controllability*, faktor penyebabnya dapat berasal dari kemauan konsumen sendiri atau disebabkan oleh faktor luar yang tidak dapat dikendalikan.

Tse dan Wilson berpendapat bahwa faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen adalah harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan atau didapat (*perceived performance*), pendapat ini diformulasikan sebagai berikut:  $f (expectations = perceived performance)$ , berdasarkan persamaan tersebut, maka seorang konsumen akan merasa puas bila *perceived performance* melebihi *expectations*, bila sebaliknya maka konsumen akan merasa tidak puas.<sup>31</sup> Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, adalah:<sup>32</sup>

- a. Sistem keluhan dan usul yang dilakukan dengan cara menyediakan formulir, kartu komentar, dan kotak saran untuk memudahkan konsumen mengemukakan kesan, pesan, usulan, keluhan, dan lain-lain.
- b. Survei kepuasan konsumen dengan cara perusahaan mengadakan survei secara teratur dengan memberikan butir-butir pertanyaan (kuisisioner) untuk mensurvei kepuasan konsumen dan mengetahui perasaan atau tanggapan konsumen terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.

---

<sup>31</sup> Tjiptono. *Op.Cit.* Hal.37.

<sup>32</sup> Philip Kotler. 1996. *Dasar-dasar Pemikiran: Perspektif Asia*. Buku 2. Yogyakarta: Andi. Hal.19.

- c. Metode *ghost shopping* yang dilakukan dengan cara menyewa orang untuk mengaku sebagai pembeli untuk melaporkan pengalaman mereka dalam membeli produk perusahaan pesaing.
- d. Analisis konsumen yang hilang dengan cara mengontak konsumen yang sudah berhenti membeli dan mempelajari alasan mereka berhenti mengkonsumsi produk yang bersangkutan.

Dua model untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Tjiptono dapat dipahami bahwa model afeksi merupakan model yang banyak digunakan untuk lebih memahami kepuasan konsumen.<sup>33</sup> Penelitian ini juga menggunakan model afeksi dalam mengkaji kepuasan konsumen.

Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang didapatkan. Jika sesuatu yang ideal menurut konsumen sama dengan apa sebenarnya dia temukan dalam produk atau jasa yang digunakan, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan. Jika terdapat perbedaan antara yang ideal dengan yang sebenarnya, maka konsumen akan merasa tidak puas. Semakin besar perbedaan maka semakin tidak puas bagi konsumen yang bersangkutan.

#### **b. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen**

Aspek-aspek kepuasan konsumen dijelaskan untuk lebih memahami faktor yang memunculkan adanya kepuasan dalam diri konsumen. Aspek-aspek kepuasan konsumen menurut Engel dkk meliputi:<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Tjiptono. *Op.Cit.* Hal.32.

<sup>34</sup> Blackwell Engel. *Op.Cit.* Hal.25.

a. Kebutuhan diri

Dipahami bahwa individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Apabila instansi mampu memenuhi kebutuhan diri konsumen maka konsumen akan merasa puas.

b. Pemenuhan status sosial

Sebagian orang menganggap bahwa instansi dapat dianggap sebagai cermin status sosial seseorang, sehingga tidak jarang individu malu untuk melakukan pengurusan surat di suatu tempat yang dianggap kurang memiliki citra positif di masyarakat. Pengurusan surat dapat dilakukan individu bukan karena merasa terpaksa tetapi karena ingin meningkatkan status sosialnya.

Winardi menjelaskan bahwa kepuasan konsumen memiliki tiga aspek, yaitu:<sup>35</sup>

a. Subyektif

Kesesuaian antara keinginan konsumen dengan yang ia terima. Dipahami bahwa setiap konsumen ingin diperlakukan sesuai dengan keinginan mereka masing-masing.

b. Aspirasi

Keinginan yang dimiliki konsumen untuk menikmati keinginan dan kemauan untuk kembali apabila keinginannya tersebut telah terpenuhi.

---

<sup>35</sup> Winardi. *Op.Cit.* Hal.32.

c. Pengalaman

Pengalaman merupakan keinginan konsumen untuk membandingkan suatu hal dengan lainnya yang dianggap sepadan.

Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terdiri dari aspek kebutuhan diri, pemenuhan status sosial, subyektif, aspirasi, serta pengalaman. Penelitian ini menggunakan aspek yang diuraikan oleh Winardi sehingga kepuasan konsumen diukur dari tiga aspek, yaitu kebutuhan subyektif, aspirasi, serta pengalaman.

**c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Dewasa ini banyak perusahaan yang menitikberatkan kepada kepuasan konsumen karena disadari bahwa konsumen yang merasa puas cenderung akan datang kembali dan tentu saja hal tersebut menguntungkan perusahaan. Untuk mencapai kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:<sup>36</sup>

a. Mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen

Perusahaan selalu mencari tahu tentang kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk yang ditawarkan sesuai dan tepat dengan yang diinginkan konsumen.

b. Mengetahui faktor dan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk sehingga perusahaan dapat memilih cara yang tepat dalam melayani konsumen.

---

<sup>36</sup> Zamit Yamit. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia. Hal.21.

b. Membangun citra perusahaan

Perusahaan harus memperhatikan proses informasi terhadap produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen demi menciptakan persepsi positif dari konsumen.

c. Membangun kesadaran

Membangun kesadaran bahwa semua unit yang ada dalam perusahaan bertanggung jawab untuk memuaskan konsumen.

Menurut Walter dan White, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain karakteristik produk dan jasa, harga, kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas, citra perusahaan, tata ruang dan dekorasi, suasana serta komunikasi.<sup>37</sup> Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk respon setuju atau tidaknya konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived serviced*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected serviced*).<sup>38</sup> Pelayanan STNK dan BPKB dikategorikan pada produk jasa. Jasa merupakan tindakan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya ada yang berwujud fisik dan tidak berwujud fisik.

---

<sup>37</sup> Walters and White. 1987. *Retail Marketing Management*. New York: Me. Million Pres. Hal.21.

<sup>38</sup> Philip Kotler and Armstrong 1997. *Op.Cit.* Hal.17.

Kualitas pelayanan menurut Engel adalah respon setuju atau tidaknya individu terhadap pelayanan (*service*) yang konsumen terima dari pemberi jasa.<sup>39</sup> Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen, maka sikap terhadap kualitas pelayanan dikatakan positif. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka sikap terhadap kualitas pelayanan dikatakan negatif

Kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai respon setuju atau tidaknya konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh penyedia barang atau jasa dengan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan setiap konsumen berbeda-beda tergantung pada pengalamannya.

#### **b. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh penyedia barang atau jasa. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengusaha dapat dipersepsikan secara berbeda oleh konsumen. Sikap positif yang ada dalam diri konsumen mengenai kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pengusaha tersebut.

Garvin mengungkapkan ada delapan aspek yang berpengaruh dalam industri jasa, yaitu: penampilan (*performance*), keistimewaan (*feature*), keandalan (*validity*), pemenuhan (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*service ability*), estetika (*esthetics*), serta kualitas yang dirasakan.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Blackwell Engel. *Op. Cit.* Hal.29.

<sup>40</sup> Haryanti. 1994. "Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen, Studi Pasa Empat pada Industri Jasa di Semarang". *Tesis (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana UGM. Hal.24.

Kualitas dalam industri jasa menjadi sangat penting karena terdapat karakteristik-karakteristik yang sangat berbeda dengan industri selain jasa. Hal tersebut menyebabkan kualitas dalam industri jasa menjadi sangat spesifik. Menurut Parasuraman, ada tiga karakteristik jasa yang harus dicermati dalam konsep jasa secara menyeluruh, yaitu *intangibility*, *heterogeneity*, dan *insporatability*.<sup>41</sup> *Intangibility* yaitu jasa bukan hal yang dapat dilihat tetapi dapat dirasakan. *Heterogeneity* yaitu keberagaman. Setiap individu memiliki sikap yang berbeda terhadap yang dirasakannya meskipun stimulus yang diberikan sama. *Insporatability* yaitu proses yang terjadi antara produsen dan konsumen tidak dapat dipisahkan. Sesuatu yang diberikan oleh produsen disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Gronnos mengemukakan tiga kriteria pokok dalam merinci dimensi kualitas pelayanan, yaitu:<sup>42</sup>

- a. Berhubungan dengan hasil (*out come related*). Apabila hasil yang diberikan oleh produsen baik, maka biasanya konsumen akan merasakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan juga baik.
- b. Berhubungan dengan kesan (*image related*). Kesan merupakan perasaan yang diterima konsumen saat pertama bertemu.
- c. Berhubungan dengan proses (*process related*). Jika penyajian yang diberikan oleh pedagang cepat serta menarik, umumnya konsumen akan merasa puas dan merasakan adanya kualitas yang baik.

---

<sup>41</sup> Parasuraman, Zethaml dan Berry. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Arm Implication for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol. 49. Hal 41-50.

<sup>42</sup> Sulistiyo, II. 1998. "Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pesawat Batavia". *Tesis (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana UGM. Hal.7.

Ketiga harapan tersebut dapat ditempuh dengan enam cara, yaitu:

a. Profesionalisme dan ketrampilan

Konsumen menyadari bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibuat untuk memecahkan masalah konsumen secara profesional.

b. Sikap dan perilaku

Konsumen merasa karyawan perusahaan menaruh perhatian kepada mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan secara spontan dan senang hati.

c. Mudah diakses dan fleksibel

Konsumen merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasionalkan sedemikian rupa sehingga konsumen dapat melakukan akses dengan mudah.

d. Sifat dapat dipercaya

Konsumen merasa penyedia jasa mampu mewujudkan keinginan konsumen dan konsumen mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

e. Menemukan kembali

Konsumen menyadari bahwa bila ada kesalahan sesuatu yang tidak diharapkan oleh konsumen, maka penyedia jasa akan mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

f. Reputasi dan dapat dipercaya

Konsumen meyakini bahwa operasi dan penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dan konsumen merasa pantas membayar mahal.

Kotler and Armstrong menjelaskan bahwa terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan, yaitu: kelengkapan fasilitas, lokasi yang strategis, kecepatan layanan, sikap atau penampilan karyawan, dan kenyamanan.<sup>43</sup> Atas dasar pendapat para ahli tersebut disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suka atau tidaknya konsumen terhadap pelayanan yang diterima dari pemberi jasa dan setiap konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan, meskipun pemberi jasa memberikan pelayanan yang sama.

Aspek-aspek kualitas pelayanan berdasarkan uraian yang telah dijelaskan adalah hasil, kesan, proses, kelengkapan, lokasi, kecepatan, sikap atau penampilan karyawan, serta kenyamanan. Aspek-aspek kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler and Armstrong, yaitu pendapat individu terhadap kelengkapan fasilitas, lokasi yang strategis, kecepatan layanan, sikap atau penampilan karyawan, serta kenyamanan.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Philip Kotler and Armstrong 1997. *Op.Cit.* Hal.11.

<sup>44</sup> *Ibid.* Hal.14.

### **3. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Pembuatan STNK dan BPKB dengan Kepuasan Konsumen**

Hasil polling yang dilakukan oleh Divisi Monitoring Kinerja Pelayanan Umum Dan Penguatan Daerah dengan tema Konferensi Media Polling Kinerja Polri dalam Pelayanan Pembuatan STNK dan BPKB diperoleh beberapa laporan penting mengenai kondisi pelayanan STNK dan BPKB.<sup>45</sup> Pertama, pelayanan publik dalam pembuatan STNK dan BPKB dinilai oleh responden masih belum baik. Biaya pembuatan STNK dan BPKB misalnya di atas biaya resmi yang ditentukan. Demikian juga dengan prosedur dan pelayanan petugas dinilai responden masih berbelit-belit dan tidak praktis. Kedua, polling ini menunjukkan masyarakat memilih pembuatan STNK dan BPKB melalui calo atau kolektif atau orang dalam kepolisian, karena cara-cara ini dinilai lebih cepat, dan lebih praktis. Bahkan dari sudut biaya pembuatan STNK dan BPKB, tidak ada perbedaan yang berarti antara memakai calo atau kolektif atau orang dalam kepolisian dengan mengurus sendiri. Dengan kenyataan ini, tidak mengherankan jika masyarakat lebih memilih memakai jalur non-resmi yang lebih cepat dan praktis.

Ketiga, masyarakat akan memakai jalur resmi atau mengurus sendiri pembuatan STNK dan BPKB, kalau prosedur pembuatan STNK dan BPKB itu telah berjalan dengan baik. Ini sebetulnya tantangan bagi polisi untuk meningkatkan pelayanan publik. Karena masyarakat masih tetap memberikan

---

<sup>45</sup> Divisi Monitoring Kinerja Pelayanan Umum dan Penguatan Daerah (PUPD)-ICW. 2001. *Konferensi Media Polling Kinerja Polri Dalam Pelayanan Pembuatan SIM*. (Tidak Diterbitkan). Jakarta: POLRI. Hal.35.

kepercayaan pada prosedur resmi. Bahkan hasil polling ini menunjukkan, responden setuju kalau praktek calo atau sistem kolektif atau orang dalam kepolisian dihilangkan. Tindakan yang tegas pada calo atau sistem kolektif atau praktek orang dalam kepolisian ini dapat ditekan tentu saja kalau dibarengi dengan peningkatan layanan pembuatan STNK dan BPKB yang murah, cepat, dan efisien. Prosedur birokrasi terutama dalam surat menur di Kepolisian harus disederhanakan untuk memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dengan kepolisian. Prosedur, Aturan dan Tata Cara pembuatan STNK dan BPKB harus dijalankan sebagaimana mestinya agar masyarakat tidak dirugikan.

Berdasarkan fakta pembuatan STNK dan BPKB antara mengurus sendiri dengan melalui perantara jumlah uang yang dikeluarkan pemohon STNK dan BPKB tidak berbeda. Tata letak (*lay out*) dan urutan loket pengurusan pembuatan STNK dan BPKB harus ditinjau kembali tidak boleh membingungkan masyarakat pemohon STNK dan BPKB, karena tata letak dan urutan loket yang saat ini ada membingungkan para pemohon STNK dan BPKB. Menurut Chryshnanda masih terdapat permasalahan yang terjadi dalam pelayanan STNK dan BPKB, diantaranya adalah tidak dilaksanakan dengan profesional, tidak sesuai dengan prosedur yang ada, dijadikan untuk menarik keuntungan pribadi atau kelompok tertentu.<sup>46</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pada praktek pelayanan STNK dan BPKB yang sesungguhnya masih banyak terjadi

---

<sup>46</sup> Chryshnanda. *Op.Cit.* Hal.23.

kekurangan yang asalnya tidak hanya berasal dari pelayanan pihak kepolisian saja, namun kesadaran masyarakat dan lingkungan juga menyebabkan terjadinya kekurangan-kekurangan tersebut.

Penyelenggaraan pelayanan publik yang berorientasi pada kepentingan dan kepuasan masyarakat (publik) dalam konteks pemerintahan yang baik (*good governance*) menjadi salah satu faktor penting dan merupakan bagian dari bentuk pertanggungjawaban pemerintah (*responsiveness*) terhadap masyarakat. Karena itu penilaian atau evaluasi terhadap kinerja aparat pemerintah yang diorientasikan pada tingkat kepuasan masyarakat menjadi penting pula adanya. Paling tidak tanggapan dari masyarakat baik yang berupa evaluasi maupun harapan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dapat dijadikan sebagai tolok ukur sekaligus standardisasi dalam menyusun model dan strategi peningkatan kualitas pelayanan publik yang diberikan pemerintah selama ini. Maka dari itu kepuasan masyarakat menjadi hal yang perlu untuk dikaji guna mengetahui kualitas pelayanannya.

Landy mengatakan bahwa individu akan merasa puas atau tidak puas merupakan sesuatu yang pribadi, tergantung cara dirinya mempersepsikan adanya kesesuaian atau pertentangan antara keinginan-keinginannya dan hasil-hasil keluarannya, dengan kata lain bahwa perasaan-perasaan yang berhubungan dengan kepuasan dan ketidakpuasan cenderung lebih mencerminkan penaksiran dari seseorang.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Munandar. 1995. Hal.27.

Pengertian kepuasan mengandung suatu proses yang sederhana namun kompleks dan rumit. Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap suatu hasil produk atau jasa dengan harapannya. Jika hasil berada di bawah harapan, maka ketidakpuasan masyarakat yang muncul. Namun jika hasil memenuhi harapan, maka kepuasan masyarakat akan terwujud. Apabila hasil melebihi harapan, maka masyarakat akan sangat puas.

Howell dan Dipboye memandang kepuasan sebagai hasil keseluruhan dari derajat rasa suka atau tidak suka individu terhadap berbagai aspek dari suatu hal.<sup>48</sup> Dengan kata lain kepuasan mencerminkan sikap dari individu terhadap suatu hal. Sikap dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai kepuasan masyarakat yang akan termanifestasi ke dalam sikap positif masyarakat kepada pemerintah dengan adanya layanan yang diberikan dalam kepentingan berlalu lintas, harapannya tingkat kepercayaan masyarakat dapat bertambah kepada pemerintah sehingga masyarakat secara positif dapat mendukung program kerja yang disusun oleh pemerintah.

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Hal ini sesuai dengan pemikiran Festinger yang menyatakan bahwa proses belajar individu dipengaruhi oleh sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu, kesadaran mengetahui cara memanfaatkan sesuatu keadaan untuk mencapai tujuan.<sup>49</sup> Persepsi terhadap suatu pelayanan

---

<sup>48</sup> *Ibid.* Hal.32.

<sup>49</sup> Basu Swastha. 2000. Hal.28.

tiap masing-masing individu berbeda sehingga akan membawa kepuasan yang berbeda pula.

Pemahaman mengenai kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbedaan antara harapan tentang kinerja suatu pelayanan dengan yang dialami atau diterima. Dengan menggunakan *terminology* ini masyarakat merasakan kepuasan apabila ada kesesuaian antara harapan dengan kenyataan. Terkadang dalam hal pelayanan terdapat kesulitan untuk mengevaluasi kualitas yang diberikan, oleh karena itu persepsi terhadap kualitas sering dipakai sebagai tolok ukur.

Tidak seperti kualitas barang yang dapat diukur secara objektif, kualitas jasa atau pelayanan adalah suatu konsep yang abstrak dan sukar dipahami. Secara sederhana kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima masyarakat. Penjelasan lain mengenai kepuasan yakni dari Lefrancois yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan.<sup>50</sup> Kebutuhan dasar ini muncul karena adanya dorongan-dorongan tertentu yang harus disalurkan. Rasa puas akan muncul jika dorongan tersebut dapat disalurkan dan sebaliknya jika dorongan tersebut tidak dapat disalurkan, maka akan muncul ketidakpuasan.

Kotler menjelaskan bahwa terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan, yaitu: kelengkapan fasilitas, lokasi yang strategis, kecepatan layanan, sikap

---

<sup>50</sup> Tjiptono. *Op.Cit.* Hal.37.

atau penampilan karyawan, dan kenyamanan.<sup>51</sup> Aspek dari kepuasan konsumen menurut Winardi yaitu kebutuhan subyektif, aspirasi, serta pengalaman.<sup>52</sup>

Apabila masyarakat menganggap pelayanan yang diberikan oleh polisi lambat, maka masyarakat akan memiliki pengalaman yang buruk tentang kepuasan konsumennya sehingga menjadi tidak puas. Konsumen yang tidak suka terhadap penampilan dari para polisi yang memberikan pelayanan juga menjadi tidak mendapatkan kepuasan.

#### **D. Hipotesis**

Peneliti dalam penelitian ini akan mengajukan hipotesis sebagai berikut: ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB maka akan semakin rendah kepuasan konsumen.

#### **E. Definisi Konsep**

Definisi konsep dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Kepuasan Konsumen**

Menurut Fandy Tjiptono (1997), kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang didapatkan. Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan "kepuasan konsumen" adalah

---

<sup>51</sup> Philip Kotler and Armstrong 1997. *Op.Cit.* Hal.11.

<sup>52</sup> Winardi. *Op.Cit.* Hal.32.

kepuasan masyarakat yang mengakses pelayanan pembuatan STNK/BPKB di SAMSAT Bantul, yang berarti perbedaan antara harapan masyarakat yang mengakses pelayanan pembuatan STNK/BPKB di SAMSAT Bantul; dengan pelayanan pegawai Kantor SAMSAT Bantul.

**b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk respon setuju atau tidaknya atau suka atau tidaknya terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived serviced*). Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah respon setuju atau tidak setuju masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh pegawai Kantor Samsat Bantul.

**F. Definisi Operasional**

**a. Kepuasan Konsumen**

Pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen disusun berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen dikemukakan oleh Winardi. Aspek dan indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dalam Tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2. Aspek dan indikator Kepuasan Konsumen**

<b>Aspek</b>	<b>Indikator Perilaku</b>
Kebutuhan Subjektif	a. Kesesuaian kenyamanan yang konsumen inginkan dengan yang konsumen terima. b. Kesesuaian perlakuan yang konsumen inginkan dengan yang konsumen terima.
Aspirasi	a. Terpenuhinya rasa puas dalam diri konsumen saat berada di Samsat. b. Keinginan konsumen untuk datang mengurus sendiri ke Samsat.
Pengalaman	a. Perbandingan kepuasan yang dilakukan saat mengurus sendiri dengan menggunakan perantara. b. Perasaan senang yang dirasakan setelah mengurus STNK dan BPKB di Samsat.

## b. Kualitas Pelayanan

Pengukuran terhadap kualitas pelayanan disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan Kotler dan Armstrong. Aspek dan indikator perilaku dalam kualitas pelayanan dapat dilihat dalam Tabel 1.3 berikut:

**Tabel 1.3. Aspek dan Indikator Kualitas Pelayanan**

<b>Aspek</b>	<b>Indikator Perilaku</b>
Kelengkapan fasilitas	a. Penyediaan tempat parkir, ruang tunggu, kursi. b. Penyediaan perlengkapan untuk menunggu seperti asbak, televisi, tempat sampah.
Lokasi	a. Mudah dijangkau oleh konsumen. b. Lokasi di tempat yang aman dan menyenangkan.
Kecepatan layanan	a. Kecepatan karyawan dalam memberi respon terhadap kedatangan konsumen. b. Kecepatan karyawan dalam melakukan proses pembuatan.
Sikap atau penampilan karyawan	a. Cara atau sikap dari karyawan. b. Kesesuaian, serta kebersihan kostum dan penampilan karyawan.
Kenyamanan	a. Rasa aman yang ada dalam diri konsumen saat berada di Samsat. b. Rasa aman meletakkan kendaraan yang digunakan di Samsat.

## E. Metode Penelitian

### 1. Identifikasi Variabel

- a. Variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen
- b. Variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan

### 2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### a. Populasi

Hadi menyatakan bahwa populasi adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki, populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk

atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama. Populasi menurut Azwar adalah sekelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian dimana sebagai populasi, kelompok subjek ini harus mempunyai ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lain. Karakteristik subjek pada penelitian ini adalah:

- 1) Masyarakat yang mengurus pembuatan STNK dan BPKB secara langsung di Samsat Polres Bantul;
- 2) Laki-laki ataupun perempuan

Berdasarkan karakteristik diatas, penulis menyimpulkan bahwa jumlah rata-rata masyarakat yang mengakses layanan pembuatan STNK dan BPKB secara langsung di Samsat Polres Bantul selama periode penelitian adalah sebanyak 100 orang.

#### **b. Sampel**

Sampel sebagai bagian dari populasi yang dapat diwakili individu secara keseluruhan. Wakil atau sampel inilah yang dikenai perlakuan. Untuk mengambil kesimpulan dari sampel terhadap populasi dicapai jika diperoleh “sampel yang representatif” yaitu sampel yang benar-benar mencerminkan populasinya. Sampel yang dimaksud adalah masyarakat pembuat STNK dan BPKB yang ditemui secara kebetulan di kantor Samsat Polres Bantul Yogyakarta sejumlah 80 orang. Jumlah ini ditentukan menggunakan rumus

Slovin<sup>53</sup> ( $n = N/(1 + Ne^2)$ ) dan tabel penghitungan sample *Krejcie dan Morgan*<sup>54</sup> dengan populasi 100.

Hadi mendefinisikan teknik sampling sebagai cara yang akan digunakan untuk mengambil sampel. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan teknik *incidental random sampling*<sup>55</sup>. yaitu pengambilan sampel atau subjek yang ditemui secara kebetulan di tempat-tempat tertentu.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang dipakai oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan diteliti. Kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambilan data dan alat ukurnya. Adapun alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh sungguh. Pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan dua macam kuesioner, yaitu: Kuesioner Kualitas Pelayanan dan Kuesioner Kepuasan Konsumen.

#### **a. Kuesioner Kualitas Pelayanan**

Kuesioner ini berisi item yang bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan. Kuesioner terdiri dari item yang merupakan penjabaran dari lima aspek, yaitu: kelengkapan fasilitas, lokasi yang strategis, kecepatan layanan, sikap atau penampilan karyawan, kenyamanan. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek, maka menunjukkan kualitas pelayanan yang tinggi, semakin

---

<sup>53</sup> Ellen Steph, eHow Blog, 2010

<sup>54</sup> Krejcie dan Morgan .1970. *Research Method of Bussiness, Uma Sekaran (1992)*

<sup>55</sup> Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Hal.122.

rendah skor yang diperoleh subjek menunjukkan kualitas pelayanan yang rendah. Aspek dan indikator perilaku dalam kualitas pelayanan diuraikan dalam Tabel 1.4.

**Tabel 1.4. Sebaran Item Kualitas Pelayanan**

<b>Aspek</b>	<b>Nomor item</b>		<b>Jumlah</b>
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kelengkapan fasilitas	1, 2, 3	4, 5, 6	6
Lokasi	7, 8, 9	10, 11, 12	6
Kecepatan layanan	13, 14, 15	16, 17, 18	6
Sikap atau penampilan karyawan	19, 20, 21	22, 23, 24	6
Kenyamanan	25, 26, 27	28, 29, 30	6
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

#### **b. Kuesioner Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen akan diukur menggunakan model *of Summated Rating Method*.<sup>56</sup> Skor total yang diperoleh subjek dari hasil kuesioner akan menunjukkan tingkat kepuasan konsumen. Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh menunjukkan kepuasan konsumen yang rendah.

Kuesioner ini berisi item yang bertujuan untuk mengukur kepuasan konsumen. Kuesioner terdiri dari item yang merupakan penjabaran dari tiga aspek, yaitu: kebutuhan subjektif, aspirasi, serta pengalaman. Sebaran item kuesioner kepuasan konsumen diuraikan dalam tabel 1.5.

<sup>56</sup> Saifuddin Azwar. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

**Tabel 1.5. Sebaran Item Kepuasan Konsumen**

Aspek	Nomor item		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kebutuhan Subjektif	1, 2, 3	4, 5, 6	6
Aspirasi	7, 8, 9	10, 11, 12	6
Pengalaman	13, 14, 15	16, 17, 18	6
<b>Jumlah</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>

Kedua kuesioner penelitian ini yaitu kuesioner sikap terhadap kualitas pelayanan dan kuesioner kepuasan konsumen menggunakan empat alternatif jawaban. Alternatif jawaban tersebut yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Pemberian skor bergerak antara 4 sampai 1, untuk pernyataan *favourable* (SS=4, S=3, TS=2, STS=1), dan 1 sampai 4 untuk pernyataan *unfavourable* (SS=1, S=2, TS=3, STS=4).

## 5. Validitas dan Reliabilitas

### a. Validitas Item.

Menurut Azwar validitas suatu alat ukur adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut mengukur seberapa cermat suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini, peneliti menggunakan internal konsistensi, yaitu dengan jalan mengkorelasikan antara skor item dan skor total. Teknik yang digunakan adalah korelasi *product-moment* dari Pearson. Perhitungan dan analisis menggunakan *software* program komputer SPSS 16.

### b. Reliabilitas Item.

Reliabilitas atau keandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dalam beberapa kali

pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Cronbach.

## **6. Metode Analisis Data**

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah data, menganalisis data hasil penelitian untuk diuji kebenarannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisa statistik. Penelitian ini bertujuan mencari korelasi antara sikap terhadap kualitas pelayanan pembuatan STNK dan BPKB dengan kepuasan konsumen, maka teknik statistik yang digunakan adalah teknik analisis *product moment*. Perhitungan dan analisis menggunakan *software* program komputer SPSS 16.