

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelayanan publik merupakan kewajiban pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya dalam berbagai hal seperti, pelayanan barang, jasa dan pelayanan administratif. Pemerintah menyelenggarakan pelayanan publik adalah sebagai bentuk kewajibannya untuk mewujudkan *good governance*. Dasar hukum yang mengatur tentang pelayanan publik di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1 berbunyi “Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”.

Kegiatan pelayanan publik yang dilakukan pemerintah adalah sebagai jembatan antara instansi dengan masyarakat untuk membantu memenuhi kebutuhannya atau memecahkan permasalahan. Layanan yang diberikan instansi atau organisasi kepada publik kini dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima (*excellent service*). Secara sederhana pelayanan prima didefinisikan sebagai pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sesuai dengan standar kualitas pelayanan yang sudah ditentukan (Rangkuti, 2017:49).

Namun pelayanan publik di Indonesia masih belum berjalan dengan baik, artinya pelayanan yang diselenggarakan oleh setiap pemerintah di Indonesia ada yang sudah berjalan dengan baik dan masih tertinggal. Mengutip dari portal berita yaitu Tribun Jogja bahwa pemerintah yang sudah menyelenggarakan pelayanan publik dengan baik adalah salah satunya Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta berhasil meraih penghargaan dari Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) dalam kategori pelayanan publik terbaik. Penghargaan tersebut diberikan kepada tiga unit pelayanan yang hasil evaluasinya sangat baik atau minimal dengan nilai A- di tahun 2018 yaitu Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 17 Tahun 2005, Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta sebelumnya bernama Dinas Perizinan Kota Yogyakarta. Kemudian pada Tahun 2016 dirubah menjadi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta. DPMP Kota Yogyakarta adalah instansi pemerintah yang bergerak dibidang pelayanan perizinan. Pada awal dibentuknya, DPMP memiliki 12 jenis izin, kemudian bertambah menjadi 29 jenis izin.

Menurut Sulila, 2015 dalam bukunya berjudul *“Implementasi Dimensi Pelayanan Publik dalam Konteks Otonomi Daerah”*, menjelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan

pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Sedangkan pelayanan menurut Ivancevich (dalam Rangkuti, 2017:65) adalah suatu produk tidak kasat mata dengan melibatkan usaha-usaha manusia dilakukan menggunakan peralatan.

DPMP Kota Yogyakarta memiliki bidang pelayanan yang berkaitan dengan *customer relations* yaitu, Bidang Konsultasi dan Pengaduan. Bidang tersebut merupakan bidang khusus untuk menangani keluhan masyarakat dibentuk sebagai upaya peningkatan pelayanan perizinan Pemerintah Kota Yogyakarta agar lebih efisien, efektif, serta transparan. DPMP Kota Yogyakarta terus berupaya untuk memperbaiki pelayanan perizinan. Terbukti strategi yang digunakan oleh instansi dalam menangani keluhan di tahun 2018 dapat menurunkan pengaduan tentang perizinan tahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan jumlah keluhan yang masuk pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Kegiatan Pengaduan Perizinan Periode
Januari – Desember 2018

No.	Jenis Pengaduan	Jumlah Masyarakat	Persentase
1.	Izin Mendirikan Bangunan (IMB)	34	72 %
2.	Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)	5	11 %
3.	Pelayanan	3	7 %
4.	Reklame	1	2 %
5.	Jenis izin lainnya	1	2 %
6.	Sosial atau lingkungan	2	4 %
7.	Lain-lain	1	2 %
	Total	47	100 %

(Sumber: Bidang Konsultasi dan Pengaduan)

Tabel 1. 2
Rekapitulasi Kegiatan Pengaduan Perizinan Periode
Januari – Desember 2019

No.	Jenis Pengaduan	Jumlah Masyarakat	Persentase
1.	Izin Mendirikan Bangunan (IMB)	26	61,9 %
2.	Pelayanan	5	11,9 %
3.	Reklame	3	7,1 %
4.	Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)	2	4,7 %
5.	In Gang	1	2,4 %
6.	Izin Usaha Industri (IUI)	1	2,4 %
7.	Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)	1	2,4 %
8.	Izin Usaha	1	2,4 %
9.	Lain-lain	2	4,7 %
	Total	42	100 %

(Sumber: Bidang Konsultasi dan Pengaduan)

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah aduan yang paling tinggi adalah aduan perizinan tentang Izin Mendirikan Bangunan (IMB) sebanyak 72%, hal ini dapat terjadi salah satunya yaitu disebabkan karena melakukan pelanggaran dalam pembangunan dari ketentuan yang sudah ditetapkan. Pada tahun 2019 jumlah aduan IMB menurun menjadi 61,9%. Hal ini menjelaskan upaya perbaikan pelayanan perizinan yang ada di Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta. Contoh keluhan yang masuk dari masyarakat mengenai IMB yaitu, waktu dalam melakukan pembangunan dirasa terlalu lama sehingga mengganggu dan pembangunan tidak sesuai dengan izin, rencana 3 lantai menjadi 5 lantai. Contoh keluhan

lainnya adalah bangunan milik nyonya K dalam Izin Mendirikan Bangunan (IMB) 2 lantai tetapi dibuat menjadi 4 lantai, pondasi tidak sesuai jika terjadi gempa dapat roboh berdampak pada SD Kanisius. Tindak lanjut yang dilakukan DPMP Kota Yogyakarta dalam menangani keluhan diatas adalah dengan melakukan pengecekan administrasi dan cek lokasi IMB.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada tahun 2018 dikarenakan jumlah keluhan yang masuk tinggi. Selain itu pada tahun tersebut Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta dalam menangani keluhan masyarakat masih dilakukan secara langsung. Berbeda dengan tahun 2019, DPMP Kota Yogyakarta sudah tidak menangani keluhan masyarakat secara langsung lagi melainkan melalui OPD Teknis.

Menurut Rangkuti dalam bukunya berjudul "*Measuring Customer Satisfaction*" menjelaskan bahwa keluhan terbagi menjadi dua yaitu, keluhan dapat disampaikan secara lisan maupun tertulis. Keluhan yang disampaikan secara tertulis dapat melalui *guest complaint form*. Untuk mempermudah masyarakat menyampaikan keluhannya, Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta menyediakan berbagai macam media seperti, Surat, E-mail, UPIK, *Website*, SMS atau Telepon, Kotak Pengaduan dan Loker pengaduan. Dibawah ini adalah rekapitulasi dari media yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan keluhannya:

Tabel 1. 3
Rekapitulasi Media Keluhan Periode Januari-Desember 2018

No.	Media Keluhan	Jumlah Masyarakat	Persentase
1.	Disposisi Walikota/ wawali	1	2%
2.	SMS UPIK	2	4%
3.	E-mail	3	7%
4.	Surat	13	28%
5.	Telepon	1	2%
6.	Kotak Pengaduan	3	6%
7.	Datang	17	36%
8.	Tembusan Surat	2	4%
9.	Laporan Satpol PP/ LOD/ Kcmt	5	11%

(Sumber: Dokumen Bidang Konsultasi dan Pengaduan)

Berdasarkan data yang diperoleh menjelaskan bahwa media paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam menyampaikan keluhannya adalah media *offline* yaitu tersedianya loket pengaduan, masih banyak masyarakat yang memilih untuk menyampaikannya secara langsung dibandingkan melalui media lainnya. Hal tersebut dapat memudahkan masyarakat dalam menyampaikan permasalahan atau keluhan secara detail dan menghindari terjadinya kesalah pahaman antara instansi dengan masyarakat.

Dari kondisi yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi *customer relations* namun dalam penelitian ini lebih menekankan pada *complaint handling* dalam menangani keluhan masyarakat di DPMP Kota Yogyakarta. Alasan peneliti mengambil penelitian di DPMP Kota Yogyakarta yaitu karena instansi tersebut memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan prestasi atau penghargaan yang berhasil diraih oleh instansi pemerintah tersebut adalah pada tahun 2017 DPMP Kota Yogyakarta memperoleh penghargaan sebagai *Role Model* Penyelenggaraan pelayanan publik dari MenPAN dan RB RI. Kemudian Tahun 2018 meraih penghargaan sebagai unit penyelenggara pelayanan publik kategori pelayanan prima dengan predikat A dari MenPAN dan RB RI. Keluhan yang disampaikan masyarakat merupakan sebuah kritik atau saran untuk memotivasi DPMP Kota Yogyakarta dalam memberikan pelayanan agar lebih baik lagi dan memuaskan masyarakat. Selain itu dengan masuknya keluhan yang disampaikan kepada instansi pemerintah ini menjadi tahu apa yang diinginkan oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan maka dapat disusun suatu rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi *Complaint Handling* Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta Dalam Menangani Keluhan Masyarakat Tahun 2018?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Strategi *Complaint Handling* Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta Dalam Menangani Keluhan Masyarakat Tahun 2018.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk kajian-kajian ilmu komunikasi khususnya Strategi *Complaint Handling* Dalam Menangani Keluhan Masyarakat.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata untuk DPMP Kota Yogyakarta dalam mengembangkan Strategi *Complaint Handling* Dalam Menangani Keluhan Masyarakat.

E. Kajian Teori

1. *Customer Relations*

a. Definisi *Customer Relations*

Menurut Nurtjahjani & Trivena (2018:12) menyebutkan bahwa *public relations* memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya baik internal maupun eksternal. fungsi tersebut sesuai dengan *customer relations*, berikut merupakan definisi *customer relations* menurut para ahli:

Customer relations menurut Morissan (2006:19) adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*customer retention*) dan mencari pelanggan baru (*customer ocquisition*). Mempertahankan pelanggan dapat diperoleh melalui kepuasan pelanggan dalam jangka panjang dengan menciptakan nilai bagi pelanggan (*customer value*). Jika nilai tersebut diterima oleh pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan loyalitas, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Amstrong (2014:16) mendefinisikan *customer relations* sebagai berikut:

“Customer Relations is the overall process of building and maintaining profitable customer relationship by delivering superior customer value and satisfaction”.

Definisi diatas menjelaskan bahwa *customer relations* merupakan proses membangun dan memelihara hubungan jangka panjang yang menguntungkan pada pelanggan dengan memberikan nilai dan memuaskan melalui penyedia layanan. Menurut Danandjaja (2011:39) menjelaskan bahwa *customer relations* merupakan salah satu bentuk kegiatan eksternal *public relations* yang ditujukan untuk menciptakan hubungan baik dengan pemakai jasa atau konsumen. Sedangkan menurut Hardiman (dalam Rahmandani, Rosyidi, & Muchtar, 2018: 43) *customer relations* merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen sehingga terciptanya

kepuasan dan loyalitas melalui komunikasi secara langsung maupun melalui media.

Keberhasilan dalam kegiatan *customer relations* dapat dicapai oleh perusahaan dengan memperhatikan beberapa konsep (Rangkuti, 2003:146), seperti berikut:

- a. Membangun *customer relationship* adalah menciptakan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan pada waktu tertentu.
- b. Menciptakan *customer retention* merupakan kegiatan mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk menghemat biaya dibandingkan dengan mencari pelanggan baru.
- c. Menghasilkan *customer referrals* yaitu kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan, sehingga dari kepuasan tersebut pelanggan akan kembali datang dengan rekan atau keluarganya.
- d. Memperoleh *customer recovery* yaitu konsep ini menjelaskan bagaimana cara perusahaan dalam memperbaiki kesalahan kemudian mengubahnya menjadi peluang.

b. Tujuan Customer Relations

Tujuan utama dalam kegiatan *customer relations* adalah untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Adapun beberapa tujuan dari *customer relations* menurut Moore (2004:8) dalam

bukunya yang berjudul “*Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*” antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan layanan bagi konsumen guna mendapatkan penanganan keluhan yang lebih memuaskan melalui analisis keluhan untuk mengetahui penyebabnya.
2. Mendapatkan informasi mengenai produk dan pelayanan perusahaan oleh pengguna atau publik.
3. Mendidik karyawan untuk memberikan layanan yang berkualitas cepat, tepat, sopan dan ramah pada konsumen.
4. Menyebarkan informasi kepada publik yang menggunakan produk, layanan, kebijaksanaan dan praktik usaha.
5. Menghasilkan produk atau layanan yang lebih memuaskan untuk menarik konsumen melalui penelitian dan pemahaman produk.

c. Tahapan Customer Relations

Menurut Kalakota dan Robinson (dalam Dyantina, Afrina, & Ibrahim, 2012:519) menyebutkan bahwa dalam *customer relations* terdapat beberapa tahapan diantaranya seperti berikut:

1. Mendapat pelanggan baru (*Acquire*)

Dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, inovasi baru dan memberikan pelayanan yang baik atau menarik, perusahaan akan memperoleh pelanggan baru.

2. Meningkatkan nilai pelanggan (*Enhance*)

Perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberi layanan (*Customer Service*) dengan baik, sehingga dapat meningkatkan nilai pelanggan untuk perusahaan.

3. Mempertahankan pelanggan yang ada (*Retain*)

Mempertahankan pelanggan yang memberikan keuntungan dapat dengan menawarkan apa yang dibutuhkan pelanggan bukan yang dibutuhkan pelanggan pasar, karena nilai produk atau jasa sangat proaktif bagi pelanggan yang sesuai dengan kebutuhannya. Fokus perusahaan saat ini adalah bagaimana dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan keuntungan pada perusahaan dari pada bagaimana memperoleh pelanggan baru yang belum tentu menguntungkan.

d. Kegiatan Customer Relations

Customer relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pelanggan untuk membina hubungan harmonis dan memuaskannya melalui penyedia pelayanan. Menurut Wilcox et all (dalam Paramithasari & Kartika, 2017:5) membagi kegiatan *customer relations* menjadi dua seperti berikut:

1. Informasi Konsumen (*Consumer Informations*)

Informasi memiliki peran penting untuk pelanggan dalam menentukan pilihannya pada suatu produk atau jasa yang akan digunakan nantinya.

Pelanggan menerima informasi harus sesuai dengan produk yang ditawarkan yaitu , benar, jelas dan jujur dalam menyampaikan informasi. Karena informasi merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan pelanggan sebelum menentukan produk yang akan digunakan.

2. Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*)

Keluhan (*complaint*) adalah rasa tidak puas pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Keluhan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan yang dapat menimbulkan dampak negatif. Keluhan yang ditangani dengan baik dan secara profesional akan berdampak baik untuk perusahaan, sehingga pelanggan percaya kepada perusahaan. Dengan memberikan pelayanan dan komunikasi lebih intim kepada pelanggan, perusahaan akan mampu mencegah timbulnya keluhan dan perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan yang diinginkan oleh setiap pelanggan.

2. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

a. Definisi Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima atau dikenal dengan *service excellent* adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditetapkan (Rangkuti, 2017:49). Menurut Sutopo (2003:10), pelayanan prima berarti pelayanan yang sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang dimiliki

instansi sehingga pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan atau pengguna.

Sedangkan menurut Brata (2003:27), dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Pelayanan Prima; Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan” menjelaskan pelayanan prima merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik untuk memfasilitasi pelanggan untuk memperoleh kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan. Dalam pelayanan prima secara garis besar terdapat empat unsur pokok menurut Saggaf & Akib (2018:180) yaitu, kecepatan, ketepatan, kenyamanan dan keramahan.

b. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Tujuan dari pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Adapun beberapa tujuan dari pelayanan prima yang disebutkan oleh Rahmayanty (2013:12) seperti berikut:

1. Memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan. Karena dengan pelayanan yang berkualitas dapat membuat pelanggan untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan.
2. Pelayanan prima bertujuan untuk menjaga dan merawat pelanggan agar merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya.

3. Selain itu pelayanan prima sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dengan menggunakan produk, barang, atau jasa yang ditawarkan.

Dalam pelayanan prima selain memiliki tujuan, menurut Rangkuti (2017:49) terdapat manfaat yang diperoleh dari pelayanan prima yaitu upaya peningkatan kualitas layanan pemerintah kepada masyarakat, sebagai acuan dalam pengembangan penyusunan standar pelayanan, dan acuan untuk melayani pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan. Sedangkan menurut Daryanto & Setyobudi (2014:109) manfaat dari pelayanan prima, diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan

Citra (*image*) merupakan kesan atau gambaran yang diperoleh perusahaan atas pelayanan yang diberikan. Dengan perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan bermutu serta mengutamakan pelanggan akan memperoleh manfaat yaitu, nama perusahaan menjadi lebih baik dan pelanggan puas akan pelayanan yang diterimanya.

2. Loyalitas Pelanggan atau Nasabah

Loyalitas merupakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan dengan tetap menggunakan produk, jasa ataupun layanannya. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat memuaskan pelanggan.

3. Memberikan Kesan Baik

Pelayanan yang diberikan oleh Customer Service (CS) secara prima kepada pelanggan yang dilakukan sesuai dengan prosedur, perusahaan akan merasakan atau mendapatkan manfaatnya yaitu berupa kesan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan sangat baik.

4. Mendapatkan *Feedback* Yang Sesuai

Customer Service (CS) merupakan aspek utama dalam organisasi yang bertugas untuk melayani masyarakat dalam pemberian informasi maupun menangani keluhan. jika keluhan yang disampaikan oleh pelanggan kepada organisasi dapat ditangani secara baik, maka perusahaan akan memperoleh timbal balik yang sesuai yaitu membicarakan mutu serta kualitas layanan kepada publik.

c. Faktor-Faktor Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima dapat berhasil dengan didukung oleh beberapa faktor yang mengacu pada konsep A6 sebagai berikut (Brata, 2003: 31-32):

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) merupakan keterampilan yang dimiliki individu dalam program kegiatan layanan prima meliputi, kemampuan bekerja pada bidang yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan

public relations untuk menjalin hubungan keluar atau kedalam organisasi.

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan.

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) merupakan penampilan seseorang yang bersifat fisik maupun non fisik untuk dapat mencerminkan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah bentuk kepedulian penuh organisasi pada pelanggan yang berkaitan dengan perhatian terhadap kebutuhan maupun keinginan pelanggan atas pemahaman saran maupun kritik yang disampaikan.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah bentuk kegiatan yang dilakukan secara nyata dalam melayani pelanggan.

6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) merupakan sikap yang berpihak pada pelanggan sebagai bentuk kepedulian organisasi untuk menghindarkan atau meminimalisir kerugian atas ketidakpuasan pelanggan.

3. Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*)

Saat ini masyarakat sudah semakin cerdas mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi. Kecenderungan untuk menyampaikan keluhan dan keinginan untuk ditanggapi pun semakin tinggi dan kuat. Untuk itu dalam penanganan keluhan dibutuhkan suatu strategi atau prosedur yang komprehensif, praktis dan efektif.

Dalam buku yang berjudul "*Pelayanan Prima Instansi Pemerintah: Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik di Indonesia*", menjelaskan keluhan. Keluhan (*complaint*) merupakan suatu rasa ketidakpuasan masyarakat atas pelayanan yang diberikan. Menurut Yuliarmi dan Riyasa dalam (Yohanitas, 2018, p. 105) mendefinisikan keluhan atau pengaduan merupakan ungkapan publik yang timbul karena adanya ketidakpuasan yang dirasakan publik atas suatu produk atau pelayanan.

Sedangkan menurut Simanjuntak yang dikutip oleh LAN (2013), pengaduan adalah pernyataan ketidakpuasan dalam bentuk apapun (tertulis, lisan, maupun melalui bahasa tubuh). Pernyataan tersebut dapat mengenai pelayanan, tindakan, atau kekurangan tindakan yang dilakukan oleh instansi penyedia pelayanan. Apabila keluhan ini tidak ditangani dengan baik, maka

ketidak puasan akan berdampak tidak baik bagi organisasi pelayanan. *Image* negatif tentang organisasi akan berkembang dan meluas ke mana-mana. jika keluhan ditangani secara baik ketidak puasan masyarakat yang dilayani akan berubah menjadi kepuasan atau masyarakat yang puas akan pelayanan yang diberikan (Semil, 2018:127-130).

Keluhan tidak semuanya bersifat negatif, keluhan dapat menjadi hadiah karena berisi masukan atau saran yang dapat membangun instansi. Sehingga penyedia layanan dapat memperbaiki kinerja menjadi lebih baik lagi dan keluhan yang dilayani harus didengar dengan sungguh-sungguh agar pelanggan merasa diperhatikan. Krasovitzky (2010:1) menjelaskan keluhan membuat instansi terlihat buruk, namun dengan adanya keluhan dapat mengetahui kekurangan dan meningkatkan kualitas produk dan jasa. bahkan lebih penting dari itu, mereka merupakan kesempatan yang baik untuk menunjukkan pelanggan betapa berharganya mereka, untuk mengejutkan mereka dengan proses solusi yang luar biasa dan untuk secara signifikan memperkuat loyalitas mereka.

Complaint handling menurut Hart, Heskett dan Sasser (dalam Megawati, 2018:251) adalah strategi yang digunakan untuk menyelesaikan dan belajar dari kegagalan jasa agar pelanggan kembali percaya terhadap perusahaan. Sedangkan dalam (Setiawan, 2015, hal. 59) penanganan pengaduan (*complaint handling*) adalah:

“Handling complaints well presents an opportunity to show to the public that you are accountable to them. Complaints are an essential part of any accountability process and in fact are often the starting

point. Any agency that claims to be accountable for its actions must take complaints seriously”.

Maksud dari definisi diatas menjelaskan bahwa keluhan yang ditangani dengan baik akan memberikan kesempatan serta menunjukkan kepada publik sebagai bentuk tanggung jawab lembaga kepada publik. Keluhan merupakan bagian terpenting sebagai awal dalam bertanggung jawab, dalam menanggapi keluhan setiap lembaga harus bertanggung jawab atas setiap kegiatannya dengan serius.

Tujuan utama dari penanganan keluhan (*complaint handling*) yang dijelaskan oleh Ulum (2018:22-24) dalam bukunya berjudul “*Public Service: Tinjauan Teoretis dan Isu-isu Strategis Pelayanan Publik*” adalah untuk meminimalkan dampak negatif akibat kegagalan layanan atau produk dan pada akhirnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Penangan keluhan atau pemulihan layanan dapat diartikan sebagai proses dimana kegiatan dimulai untuk memperoleh kembali kepercayaan pelanggan yang hilang karena kegagalan layanan dan sekaligus untuk memenuhi harapan pelanggan. Jika keluhan pelanggan tidak ditangani dengan baik, hal ini dapat menyebabkan adanya ketidakpuasan diantara pelanggan dan dapat merusak citra baik dari organisasi atau perusahaan.

Mudie dan Cottam (dalam Rangkuti, 2013:146) menyebutkan ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penanganan keluhan, antara lain:

1. Penyedia jasa dapat memperbaiki kembali hubungan dengan pelanggan yang kecewa
2. Penyedia jasa dapat terhindar dari publisitas negatif
3. Penyedia jasa menjadi tahu aspek-aspek yang perlu di perbaiki dalam memberikan pelayanan
4. Penyedia jasa menjadi tahu permasalahan operasinya, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan lebih baik lagi.

Menurut Boshoff dan Allen (2000), jika respon yang diberikan kepada pelanggan yang menyampaikan keluhan tidak memuaskan, hal tersebut dapat mengubah ketidak puasan pelanggan untuk beralih dan tidak lagi menggunakan layanan atau produk yang disediakan. Pemulihan pelayanan yang dilakukan secara efektif dapat mempertahankan konsumen dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Penanganan pengaduan yang efektif dapat menghasilkan kepuasan masyarakat dan kepercayaan pelanggan.

Dalam menangani keluhan ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu, pertama, paparan tentang mekanisme yang harus dipersiapkan oleh *provider* untuk penanganan keluhan. Menurut Krasovitzky (2010:1), mengemukakan kuncinya terletak dalam memberikan karyawan tiga hal yaitu:

1. Tanggung jawab dalam mengatasi keluhan pelanggan secara efektif.
2. Pemberdayaan yang cukup untuk membuat keputusan dianggap perlu guna mencapai tujuan (dalam batas-batas tertentu).

3. Sebuah frame dari tindakan atau prosedur yang menuntun mereka sepanjang proses sehingga mencapai keluhan manajemen konsistensi di seluruh organisasi”.

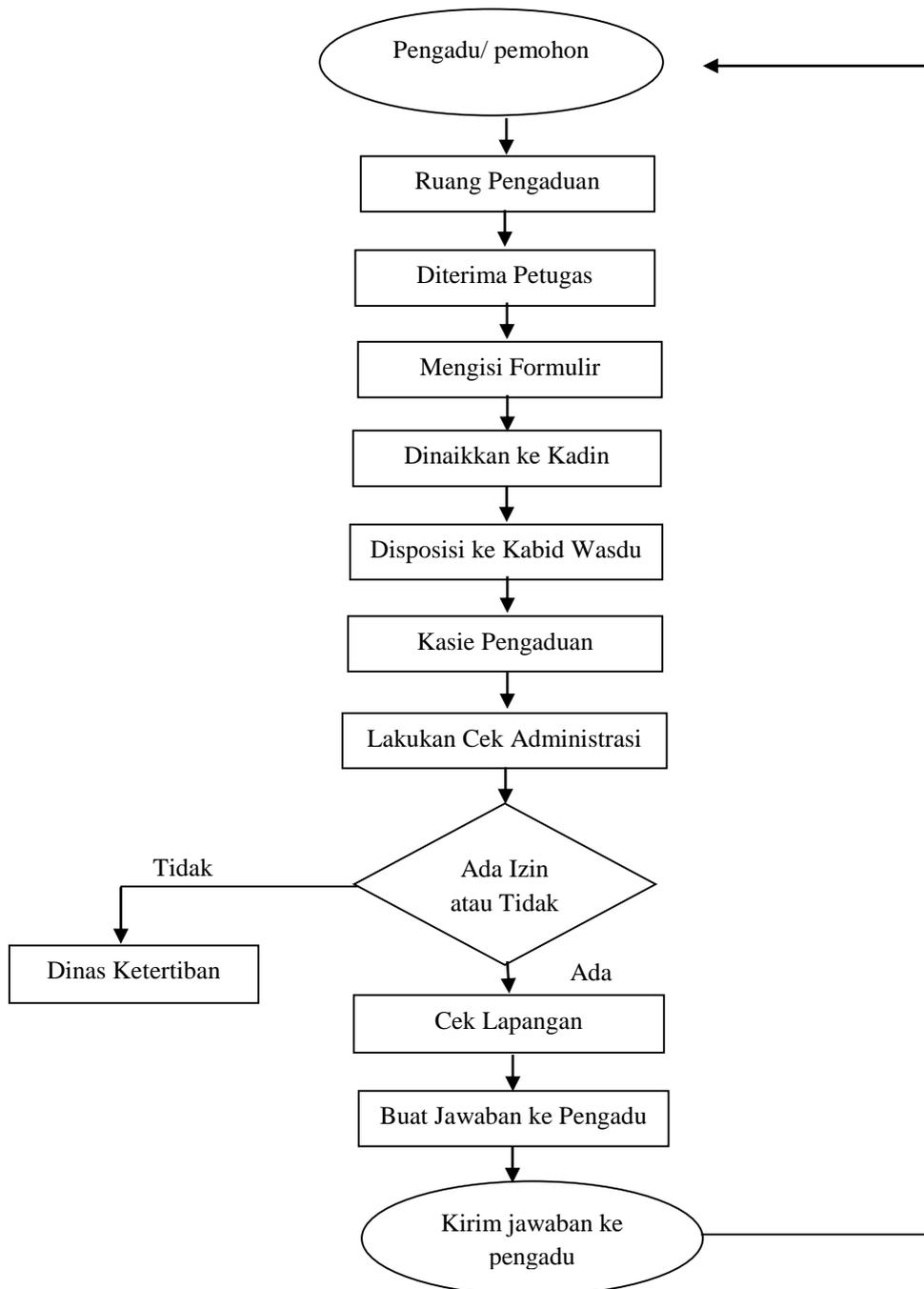
Selanjutnya Reeher (2010:1) mengemukakan tiga hal yang harus dilakukan untuk penanganan keluhan yaitu:

- a. Dengarkan pelanggan, keluhan tidak selalu mengidentifikasi diri.
- b. Meminta keluhan, setiap orang dalam organisasi harus mengumpulkan dan melaporkan keluhan.
- c. Keluhan rekor, Melakukan klasifikasi terhadap keluhan yang masuk

Berikut adalah alur penanganan keluhan DPMP Kota Yogyakarta yang dilakukan melalui berbagai macam media diantaranya sebagai berikut:

a. Prosedur via ruang pengaduan

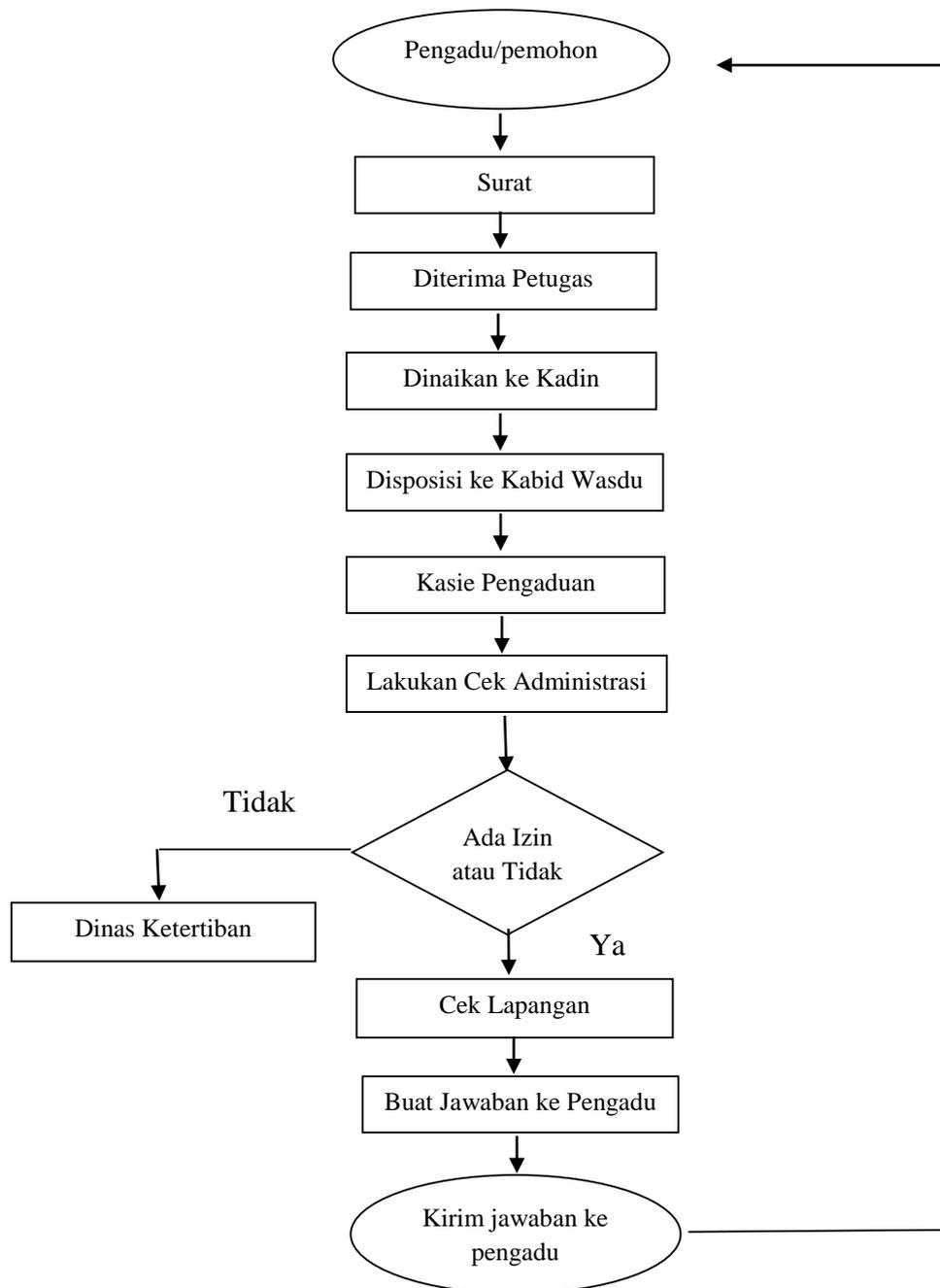
Gambar 1. 1 *Flowchart* penanganan keluhan via ruang pengaduan



(Sumber : Dokumen Bidang Konsultasi dan pengaduan)

Diagram diatas menunjukkan alur dalam menangani keluhan melalui ruang pengaduan sebagai berikut:

1. Pengadu atau masyarakat datang langsung dan diterima di ruang pengaduan untuk mengadukan permasalahan yang berkaitan dengan perizinan.
2. Kemudian diterima oleh petugas atau pelayanan pengaduan menanyakan maksud dan tujuannya, pengadu mengisi formulir pengaduan terlebih dahulu.
3. Jika masalah aduan dapat diselesaikan atau dijawab langsung oleh petugas maka masalah pengaduan dinyatakan selesai.
4. Apabila masalah pengaduan membutuhkan tanggapan lebih lanjut maka disampaikan kepada pengadu bahwa pengaduan telah diterima dan akan ditindak lanjuti dengan melakukan cek administrasi dan lokasi. Formulir dinaikkan ke Kepala Dinas untuk memperoleh disposisi.
5. Disposisi Kepala Dinas diterima oleh Kepala Bidang atau Kepala Seksi dilanjutkan dengan melakukan pengecekan administrasi atau lokasi, mengumpulkan data yang dicatat dalam berita acara, melakukan kajian atau analisis masalah kemudian membuat surat jawaban.
6. Jika obyek yang diadukan belum berizin, maka dilakukan koordinasi dengan Satuan Pol PP Kota Yogyakarta.
7. Surat tanggapan atau jawaban diparaf Kepala Bidang di naikkan ke Kepala Dinas diketahui dan ditandatangani oleh Kepala Dinas. Kemudian jawaban dikirim ke pengadu.

b. Prosedur via surat**Gambar 1. 2 Flowchart penanganan keluhan via surat**

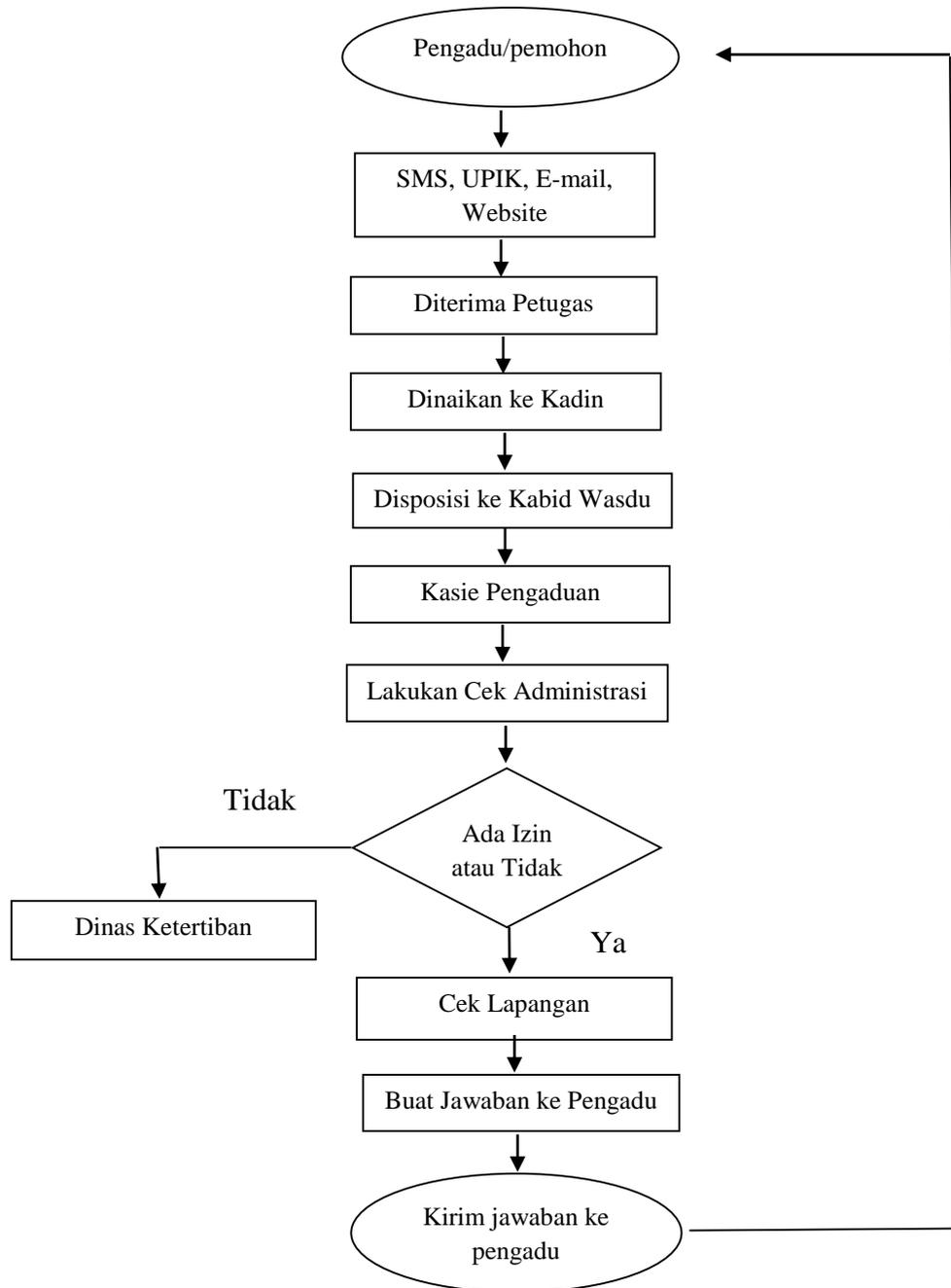
(Sumber: Dokumen Bidang Konsultasi dan Pengaduan)

Diagram diatas menunjukkan alur dalam menangani keluhan melalui surat sebagai berikut:

1. Surat diterima dan dikendalikan dari sekretariat, dinaikkan ke Kepala Dinas untuk mendapatkan disposisi.
2. Disposisi Kepala Dinas ke bidang wasdu kemudian dicermati substansi dari pengaduannya.
3. Pencermatan disposisi dan isi surat, kemudian dilakukan pengecekan administrasi serta pengecekan lokasi (bila diperlukan) agar dapat diketahui status obyek yang diadukan sudah berizin atau belum.
4. Jika diketahui bahwa obyek yang diadukan belum berizin maka dilakukan koordinasi dengan Satuan Pol PP Kota Yogyakarta.
5. Bila obyek yang di adukan sudah berizin akan di tindak lanjuti oleh Dinas sesuai dengan ketentuan yang ada, diketahui dan di tandatangani oleh Kepala Dinas.
6. Hasil dari penyelesaian pengaduan tersebut akan diberitahukan atau dikirim kepada pihak pengadu dengan surat tanggapan terhadap pengadu.

c. Prosedur via SMS, Email, UPIK, Website

Gambar 1. 3 *Flowchart* penanganan keluhan via SMS, Email, UPIK, Website



(Sumber: Dokumen Bidang Konsultasi dan Pengaduan)

Diagram diatas menunjukkan alur dalam menangani keluhan melalui SMS, Email, UPIK, Website sebagai berikut:

1. Pengaduan diterima oleh Bidang Pengawasan dan Pengaduan Perizinan melalui media SMS, Email, UPIK, Website dicetak dan diparaf Kepala Bidang Pengawasan dan Pengaduan dinaikkan ke Kepala Dinas.
2. SMS, Email, UPIK, Website setelah disposisi dari Kepala Dinas dikirim ke Kepala Bidang atau Kepala Seksi dilakukan pengkajian pengaduan, didasarkan pada database administrasi dan cek lokasi.
3. Kepala Dinas memberikan disposisi ke Kepala Bidang atau Kepala Seksi untuk segera dilakukan pengkajian terhadap keluhan pengaduan didasarkan database administrasi dan cek lokasi.
4. Apabila obyek yang diadukan belum berizin maka dilakukan koordinasi dengan Satuan Pol PP Kota Yogyakarta.
5. Apabila obyek yang di adukan telah berizin maka diselesaikan oleh Dinas, kemudian membuat surat tanggapan yang diketahui dan di tanda-tangani oleh Kepala Dinas.
6. Hasil penyelesaian pengaduan tersebut akan diberitahukan kepada pihak pengadu dengan surat tanggapan atau melalui media yang sama pada saat pengadu mengirim aduan.

Beberapa ahli penanganan keluhan mengemukakan bagaimana langkah-langkah atau cara-cara pegawai menangani keluhan dengan baik. Mulai dari langkah yang terdiri dari beberapa hal sampai dengan yang kompleks, seperti berikut :

Menurut Semil (2018, hal. 81-83) menjelaskan bagaimana cara atau langkah untuk menangani pelanggan yang mengeluh sebagai berikut:

1. Mendengarkan. Dengarkan apa yang pelanggan katakan
2. Bahasa tubuh. Bagaimana cara anda berdiri dan melihat pelanggan dapat berbicara lebih dari kata-kata.
3. Minta maaf. Maksud dari poin tersebut adalah jangan biarkan pelanggan menunggu terlalu lama karena dapat membuat pelanggan marah, lebih baik meminta maaf.
4. Gratis. Jika pelanggan memiliki masalah yang bisa dicegah, maka jalan terbaik untuk mengambil hati pelanggan yaitu, meminta maaf dan menawarkan sesuatu semacam kompensasi.

Barneto (2010:1) dalam "*Dealing with Customer Complaint – B.L.A.S.T*", menyebut ada lima langkah dalam menangani keluhan pelanggan yaitu:

1. Percaya adalah merupakan landasan dalam penanganan keluhan pelanggan.
2. Mendengarkan, mendengarkan keluhan dari pelanggan.
3. Minta maaf, selalu minta maaf bahkan jika anda tidak melakukan kesalahan.
4. Memuaskan dan perbaiki, meminta pelanggan apa yang mereka inginkan dan memperbaiki situasi.
5. Terima, terima panggilan pelanggan yang mengeluh.

Menurut Krasovitzky (2010:1-3) dalam bukunya berjudul "*Effective Complaint Management: 12 Steps to Customer Delight*", menyebutkan ada 12 langkah untuk menangani keluhan pelanggan, yaitu:

1. Mengadopsi sikap positif
2. Yakinkan pelanggan
3. Membangun empati
4. Menawarkan permintaan maaf
5. Mengidentifikasi masalah dan penyebabnya
6. Memandu pelanggan
7. Meminta atau menawarkan solusi alternatif
8. Berkomunikasi langkah-langkah untuk mengikuti
9. Menyelesaikan masalah
10. Menginformasikan pelanggan ketika masalahnya selesai
11. Memberikan kompensasi atau sesuatu kepada pelanggan
12. Memonitor kepuasan akhir

Dari teori tentang penanganan keluhan menurut beberapa ahli yang sudah disebutkan di atas, DPMP Kota Yogyakarta telah menjalankan strategi sesuai dengan teori yang ada untuk penanganan keluhan masyarakat. Hal ini diperkuat dengan tujuan dari DPMP Kota Yogyakarta untuk memperbaiki pelayanan terhadap masyarakat secara maksimal. Selain itu dibuktikan dengan kinerja atau keahlian para staf dalam menangani keluhan. dari kondisi tersebut maka dapat dijelaskan bahwa strategi DPMP Kota Yogyakarta dalam melakukan penanganan keluhan sudah berjalan

dengan baik. Sehingga dapat meminimalisir keluhan-keluhan yang masuk dari masyarakat.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari terjadinya kesamaan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan yang berkaitan dengan strategi *complaint handling*. Penelitian yang digunakan sebagai referensi peneliti adalah sebagai berikut:

Pertama, Fitri Nurhidayati dalam jurnal Vol. 01 No. 01, 2016 berjudul “Strategi Penanganan Keluhan Layanan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) di PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Tandes Surabaya”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan PT Bank Tabungan Negara Cabang Tandes Surabaya dalam menangani keluhan dilihat dari 4 aspek yaitu, Empati terhadap pelanggan yang marah dengan sikap yang ramah, menanyakan permasalahan yang dialami, serta tetap tenang dalam menghadapi nasabah yang melakukan *complaint*. Namun strategi yang digunakan dalam penanganan keluhan ini dirasa kurang maksimal karena *security* hanya berada pada pintu kantor bank saja. Hal tersebut dinilai kurang adanya empati dari pihak BTN. Kemudian kecepatan dalam penanganan keluhan dilakukan dengan tepat dan tanggap yang dilakukan secara langsung maupun *invoice (call center)* dengan estimasi waktu penyelesaian *complaint* selama 7 hari serta adanya upaya untuk menyelesaikan complaint tanpa adanya pengaduan dari nasabah terlebih dahulu, pelatihan pegawai (*rollplay*) dan pembebasan biaya pengaduan. kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan

atau keluhan, dan kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan yang menyediakan *call center* 1500286 dengan tariff sesuai operator masing-masing.

Kedua, Eva Oktaviani (2011). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Balai Karantina Pertanian Semarang dalam menangani keluhan pelanggan yaitu dengan cara kooperatif terhadap konsumen. *Customer service* memberikan pelayanan yang baik dan memprioritaskan penanganan sesegera mungkin terhadap keluhan pelanggan dengan cara menanggapi serta mengatasi semua permasalahan yang diajukan pelanggan berdasarkan keluhannya. Penelitian pertama dan kedua memiliki permasalahan yang sama mengenai pelayanan fumigasi, dimana kedua objek penelitian ini bergerak pada layanan jasa pemeriksaan juga pengawasan di bidang perdagangan dan hasil pertanian yang akan di ekspor atau impor dalam pencegahan masuk dan tersebarnya hama dan penyakit hewan.

Ketiga, Megawati dalam jurnal Vol.7 No.2, 2018 berjudul “*Complain Handling* (Studi Kasus Strategi Penanganan Keluhan Hotel Rinra Makassar Tahun 2018)”. Hasil dari penelitian tersebut strategi yang digunakan dalam menangani *complaint* di Hotel The Rinra Makassar adalah mengacu pada *Standart Operational Procedure* (SOP) yaitu, pertama dengan “*listening*”, kedua menerapkan fungsi pengawasan, *feedback* dan evaluasi terhadap program tersebut.

Program strategi penanganan *complaint* Hotel The Rinra cukup memuaskan kepada tamu hotel. Selain itu dalam penelitian ini ditemukan hambatan-hambatan yang dihadapi dalam *complaint handling* yaitu adanya keterbatasan bahasa atau kekurangannya bahasa asing yang dikuasai oleh staf hotel tersebut. Kedua adanya perbedaan persepsi dalam pelayanan yang diberikan antara tamu dengan staf. Sehingga pada saat *complaint* tersebut terjadi, staf harus berhati-hati dalam memberikan solusi kepada tamu. Ketiga, penggunaan media *online* ditemukan hambatan yang dihadapi yaitu saat memosting di media sosial tidak dapat ditemukan nama reservasi sesuai akun yang menyampaikan keluhan. Pihak hotel kesulitan dalam mengidentifikasi dan di *follow up*, sehingga *complaint* yang terjadi hanya menjadi bahan evaluasi saja tanpa adanya *feedback* pada tamu tersebut.

Keempat, Indriani Carina Sari (2019) berjudul “Strategi *Complaint Handling* dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di Rumah Sakit JIH Yogyakarta Tahun 2018”. Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi yang digunakan untuk menangani keluhan pelanggan sehingga terciptanya hubungan yang harmonis. Program pertama yaitu perencanaan untuk membuat program strategi, tahap selanjutnya pelaksanaan dengan menggunakan *face to face*, email dan kotak saran. Terakhir yaitu evaluasi digunakan untuk mengetahui bagian mana yang selalu mendapatkan komplain pelayanan.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur. Penelitian deskriptif dapat berkenaan dengan kasus-kasus tertentu atau secara populasi yang cukup luas. Menurut Cooper, H. M, 2007 penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih independen tanpa membuat perbandingan atau dengan variabel yang lain. Sedangkan menurut Sudaryono (2017:82) penelitian deskriptif adalah metode yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini diambil di Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta. Beralamat di Jl. Kenari No. 56 Muja-Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, teknik wawancara, observasi dan studi pustaka.

a. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan maksud tertentu. pihak pertama mengajukan pertanyaan

dan pihak kedua memberikan jawaban Moleong (2018:186). Sedangkan menurut Sugiyono (2017:464-465) mendefinisikan *interview* sebagai berikut:

“A meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

b. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung. Data tidak dapat diperoleh apabila tidak terjun langsung ke lapangan, organisasi, dan komunitas. Data yang dapat di observasi yaitu gambaran mengenai sikap, tingkah laku, tindakan atau interaksi antar manusia. Selain itu data yang dihasilkan dari observasi dapat berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman para anggota dalam berorganisasi (Raco, 2010:112).

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Hasil dari penelitian akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2005:83).

Peneliti memanfaatkan *website* resmi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta yaitu pmperizinan.jogjakota.go.id, serta dokumen-dokumen lain yang memuat informasi dan dapat mendukung untuk digunakan dalam penelitian.

4. Informan Penelitian

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang informan penelitian yang akan menjadi sumber rujukan informasi dalam penelitian tersebut. Informan penelitian merupakan orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang sedang diteliti. Setelah menetapkan lokasi penelitian, langkah berikutnya adalah memilih informan sebagai subjek penelitian.

Menurut Rukin (2019:75) menjelaskan bahwa dalam menetapkan seorang informan dapat menggunakan metode *purposive* yang dimana peneliti menganggap informan tersebut dapat memberikan informasi yang diinginkan oleh peneliti sesuai dengan permasalahan penelitian, dengan kata lain informan tersebut adalah informan kunci yang baik pengetahuan serta keterlibatan dalam permasalahan yang akan diteliti tidak diragukan lagi. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti memiliki beberapa informan yang sesuai dengan penjelasan yang dipaparkan. Informan yang peneliti tentukan merupakan orang-orang yang ahli dalam memberikan informasi mengenai objek penelitian. Informan tersebut sebagai berikut :

1. Dodit Sugeng Murdowo, S. H selaku Ka. Konsultasi dan Pengaduan.
2. Gunawan Heri Mulyono, S. H selaku Ka. Seksi Regulasi dan Pengaduan.

3. KM. Safran Qori selaku *Customer Service*.

5. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu melalui data primer dan sekunder berikut adalah penjelasannya:

a. Data Primer

Menurut Hasan (2002:82) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antarlain :

1. Catatan hasil wawancara
2. Hasil observasi yang dilakukan di lapangan
3. Data-data mengenai informan

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang sudah ada (Hasan , 2002:58). Data ini digunakan untuk mendukung atau memperkuat informasi primer yang telah diperoleh dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan bekerja dengan cara menggunakan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan

pola, sehingga menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, juga memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2018:248). Dalam penelitian deskriptif kualitatif memiliki beberapa langkah antarlain sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dianggap tepat juga digunakan sebagai penentu fokus untuk pendalaman data dalam proses pengumpulan data selanjutnya.

b. Reduksi Data

Sebagai proses pemilahan, penyederhanaan, pengabstrakkan, dan pengubahan data kasar yang muncul dari catatan tertulis yang dihasilkan ketika berada di lapangan.

c. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data analisis data yang dilakukan selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan aktivitas dalam menyajikan data hasil dari penelitian, memungkinkan peneliti mengambil kesimpulan sementara dan dapat merencanakan tindakan berikutnya apabila masih terdapat data yang masih belum lengkap perlu melakukan klarifikasi.

d. Kesimpulan

Dari data yang sudah terkumpul dari dua aktivitas sebelumnya reduksi data dan penyajian data sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan ini dapat berupa simpulan sementara atau simpulan akhir (*final*).

7. Uji Validitas

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada, tujuan dari triangulasi yaitu bukan untuk mencari kebenaran tentang fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya triangulasi terbagi menjadi empat hal, yaitu (Mamik, 2015, hal. 117-118):

1. Triangulasi metode
2. Triangulasi antar peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok)
3. Triangulasi sumber data, dan
4. Triangulasi teori

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu

melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Dari masing-masing cara tersebut dapat menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insight*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun guna untuk mempermudah peneliti dalam menyajikan data dan menjabarkan proses analisis data pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB I ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah mengenai penelitian yaitu Strategi Komunikasi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta dalam Pelayanan Publik Tahun 2018-2019. Kemudian BAB I ini berisikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, kajian teori, dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Dalam bab ini disajikan sebagai pendahuluan dan pengantar dari pembahasan penelitian.

BAB II :Gambaran Umum Objek Penelitian, berisi mengenai gambaran umum dan obyek penelitian.

BAB II ini peneliti menuliskan atau menjabarkan mengenai gambaran umum dari penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta. Bab ini disajikan bertujuan untuk memberikan informasi tambahan dari objek penelitian seputar sejarah instansi, profil instansi, visi dan misi, tugas, fungsi, struktur organisasi, logo dan informasi lainnya.

BAB III : PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan terkait hasil analisis dari penelitian yang telah dikaji dengan menggunakan metode yang diuraikan sebelumnya tentang Strategi *Customer Relations* Dinas Penanaman Modal dan Perizinan (DPMP) Kota Yogyakarta dalam Menangani Keluhan Masyarakat Tahun 2018.

BAB IV : PENUTUP

Pada BAB IV ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran untuk objek penelitian yang telah di teliti. Serta pihak-pihak yang ikut terlibat dalam penelitian ini dan bagi peneliti dimasa mendatang menggunakan metode yang sama.