

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

1) Konsep Administrasi

Administrasi dapat diartikan sebagai arahan, pemerintahan, kegiatan implementasi, kegiatan pengarahan, penciptaan prinsip-prinsip implementasi kebijakan publik, kegiatan melakukan analisis, menyeimbangkan dan mempresentasikan keputusan, pertimbangan-pertimbangan kebijakan, sebagai pekerjaan individual dan kelompok dalam menghasilkan barang dan jasa publik dan sebagai arena bidang kerja akademik dan teoritik.

Administrasi dalam arti sempit berasal dari kata *administratie*, yang meliputi kegiatan catat mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik mengetik, agenda dan lain sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan. Dalam arti luas, Leonard D.White (dalam Handyaningrat, 2008:2) menjelaskan administrasi adalah suatu proses yang pada umumnya terdapat pada semua usaha kelompok, negara atau swasta, sipil atau militer, usaha yang besar dan kecil yang pada intinya melingkupi seluruh kegiatan dari pengaturan hingga pengurusan sekelompok orang yang memiliki diferensiasi pekerjaan untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Sebagai ilmu pengetahuan administrasi merupakan suatu fenomena masyarakat yang baru, karena baru timbul sebagai suatu cabang dari pada ilmu-ilmu sosial, termasuk perkembangannya di Indonesia, dengan membawa prinsip-

prinsip yang universal, akan tetapi dalam prakteknya harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi Indonesia dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap perkembangan ilmu administrasi sebagai suatu disiplin ilmiah yang berdiri sendiri. Administrasi secara sempit dapat dikatakan sebagai kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan.

Menurut Hasibuan (2011:147) administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan. Keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Sedangkan Silalahi (2012:10) beberapa ciri pokok administrasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sekelompok orang, artinya kegiatan administrasi hanya mungkin terjadi jika dilakukan oleh lebih dari satu orang.
- 2) Kerja sama, artinya kegiatan administrasi hanya mungkin terjadi jika dua orang atau lebih bekerja sama.
- 3) Pembagian tugas, artinya kegiatan administrasi bukan sekedar kegiatan kerja sama, melainkan kerja sama tersebut harus didasarkan pada pembagian kerja yang jelas.
- 4) Kegiatan yang runtut dalam suatu proses, artinya kegiatan administrasi berlangsung dalam tahapan-tahapan tertentu secara berkesinambungan.
- 5) Tujuan, artinya sesuatu yang diinginkan untuk dicapai melalui kegiatan kerja sama.

Dari pendapat para ahli diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa administrasi adalah keseluruhan proses yang mana didalamnya terdapat segenap rangkaian kegiatan kerjasama antara dua orang atau lebih secara tersusun dan tata sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

2) **Konsep Organisasi**

Kata organisasi berasal dari *organization* yang berarti perkumpulan atau perserikatan. Orang-orang di dalam perkumpulan beseepakat untuk berkegiatan guna mewujudkan tujuan bersama. Anggota organisasi masing-masing mendapatkan tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda, tampak dalam susunan anggota organisasi, agar mereka memiliki kejelasan tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Suatu organisasi juga harus diakui oleh pihak-pihak tertentu yang berwenang memberi legalitas sehingga keberadaannya tidak menjadi persoalan bagi masyarakat (Karyoto, 2016:29).

Menurut Hasibuan (2011:120) organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Sedangkan Robbins dan Judge (2011:39) mendefinisikan organisasi sebagai kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Selanjutnya Thoha (2003:124) organisasi merupakan suatu kerangka hubungan yang berstruktur yang menunjukkan wewenang, tanggung jawab, dan pembagian kerja untuk menjalankan suatu fungsi tertentu. Hubungan yang

berstruktur ini disebut hirarki dan konsekuensi dari hirarki ialah adanya kategori kelompok superior dengan kelompok subordinasi.

Menurut Wursanto (2003:2-5) macam atau jenis-jenis organisasi dapat dilihat dari berbagai segi yaitu dari jumlah pucuk pimpinan, segi keresmian, segi tujuan segi luas wilayah, segi kebutuhan sosial serta segi bentuk:

- a. Jenis organisasi dari segi pucuk pimpinan: Organisasi segi pucuk pimpinan terdiri dari dua macam yakni: (1) organisasi tunggal, apabila pucuk pimpinan organisasi tersebut berada pada tangan satu orang. Nama pimpinan yang dipergunakan tergantung dari jenis kegiatan organisasi tersebut. Contoh dalam bidang pemerintahan presiden, menteri, gubernur, direktur, bupati dan lain-lain, dalam bidang kemiliteran: panglima, komandan, kapolda, kapolda, dalam bidang pendidikan; rektor, dekan, ketua program studi, ketua departemen, dalam bidang niaga adalah administrator, (2) organisasi jamak, apabila pucuk pimpinan berada di tangan beberapa orang, contohnya: presidium (presidium kabinet ampera), Dewan Pimpinan Pusat (DPP), DPD, MAWI, KWI, MUI dan lain-lain. Masing-masing pimpinan dan dewan memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda sehingga perlu ada pembagian tugas dan wewenang maka dibutuhkan adanya koordinasi kerja.
- b. Jenis organisasi dari segi keresmian menurut segi keresmian organisasi terdiri dari dua yaitu: (1) organisasi formal, apabila kegiatan dilakukan oleh beberapa orang yang tergabung dalam suatu kelompok secara sadar dikoordinasi guna tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, sehingga

orang-orang yang tergabung dalam kelompok itu mempunyai struktur yang jelas, (2) organisasi informal, organisasi disusun secara bebas dan spontan dan keanggotaannya diperoleh secara sadar atau tidak sadar

- c. Jenis organisasi dari segi tujuan menurut segi tujuan yang hendak dicapai, contohnya: organisasi niaga atau ekonomi yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Kegiatan yang dilakukan adalah untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa. Organisasi niaga ini dibedakan lagi menjadi organisasi swasta dan pemerintah.
- d. Jenis organisasi dari segi luas wilayah menurut luas wilayahnya organisasi dapat dibagi menjadi empat macam yaitu: (1) organisasi daerah (*local organization*), (2) organisasi regional (*regional organization*), (3) organisasi nasional (*national organization*) dan (4) organisasi internasional (*international organization*).
- e. Jenis organisasi dari segi kebutuhan sosial/kemasyarakatan organisasi kemasyarakatan semua organisasi atau perhimpunan yang dibentuk atas secara sukarela oleh anggota masyarakat warga negara Republik Indonesia yang keanggotaan terdiri dari warga negara Indonesia dan warga negara asing, namun dalam pelaksanaannya harus tunduk pada ketentuan dan Undang-undang Republik Indonesia.

Organisasi merupakan aktivitas sejumlah orang untuk mencapai sasaran bersama melalui pembagian kerja dan hirarki kewenangan dan akuntabilitas (Wibowo, 2016:2). Organisasi dapat dikatakan sebagai alat untuk mencapai

tujuan, oleh karena itu organisasi dapat dikatakan wadah kegiatan dari pada orang-orang yang bekerjasama dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Di kegiatan itu orang-orang harus jelas tugas, wewenang dan tanggung jawabnya, hubungan dan tata kerjanya. Pengertian yang demikian disebut organisasi yang “statis”, karena sekedar hanya melihat dari strukturnya. Di samping itu terdapat pengertian organisasi yang bersifat “Dinamis”. Pengertian ini organisasi dilihat dari pada sudut dinamikanya, aktivitas atau tindakan dari pada tata hubungan yang terjadi di dalam organisasi itu, baik yang bersifat formal maupun informal (Waldo, 2003:166).

3) **Konsep Manajemen**

Menurut Marwansyah (2014:3) manajemen adalah pendayagunaan sumber daya di dalam organisasi, yang dilakukan melalui fungsi-fungsi perencanaan sumber daya manusia, *rekrutmen* dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, perencanaan dan pengembangan karir, pemberian kompensasi dan kesejahteraan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan hubungan industrial.

Mangkunegara (2007:18) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan atas fungsi pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, integrasi pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja agar tujuan-tujuan individu, organisasi, dan masyarakat dapat dicapai.

Menurut Siagian (2012:5) manajemen sumber daya manusia adalah manajemen (terhadap) manusia. Pendayagunaan manusia tidak boleh mengorbankan atau mengabaikan arti penting dan harga diri (martabat) manusia.

Organisasi hanya dapat tumbuh dan berkembang melalui perhatian yang sungguh-sungguh kepada kebutuhan-kebutuhan karyawan.

Menurut Rivai dan Sagala (2011:1) manajemen sumber daya manusia adalah salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Proses ini terdapat dalam fungsi/ bidang produksi, pemasaran, keuangan maupun kepegawaian. Karena sumber daya manusia (SDM) dianggap semakin penting perannya dalam pencapaian tujuan perusahaan, maka berbagai pengalaman dan hasil penelitian dalam bidang SDM dikumpulkan secara sistematis dalam apa yang disebut manajemen sumber daya manusia. Istilah “manajemen” mempunyai arti sebagai kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya *memanage* (mengelola) sumber daya manusia.

Pada dasarnya konsep manajemen diorganisir sedemikian rupa demi mewujudkan fungsi dan tujuan utama organisasi. Rivai dan Sagala (2011:16) lebih lanjut fungsi ataupun konsep dari manajemen sumber daya manusia pada dasarnya terbagi menjadi dua, yaitu:

- a) Fungsi manajemen
 - (a) (P) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan mempunyai arti penentuan mengenai program tenaga kerja yang akan mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

(b) (O) Pengorganisasian (*Organizing*)

Organisasi dibentuk dengan merancang struktur hubungan yang mengaitkan antara pekerjaan, karyawan, dan faktor-faktor fisik sehingga dapat terjalin kerjasama satu dengan yang lainnya.

(c) (A) Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan terdiri dari fungsi staffing dan leading. Fungsi staffing adalah menempatkan orang-orang dalam struktur organisasi, sedangkan fungsi leading dilakukan pengarahannya sdm agar karyawan bekerja sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

(d) (C) Pengawasan (*Controlling*)

Adanya fungsi manajerial yang mengatur aktifitas-aktifitas agar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan organisasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, bila terjadi penyimpangan dapat diketahui dan segera dilakukan perbaikan.

b) Fungsi Operasional

(a) (P) Pengadaan (*Procurement*)

Usaha untuk memperoleh sejumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan penentuan kebutuhan tenaga kerja, penarikan, seleksi, orientasi dan penempatan.

(b) (D) Pengembangan (*Development*)

Usaha untuk meningkatkan keahlian karyawan melalui program pendidikan dan latihan yang tepat agar karyawan atau pegawai dapat melakukan tugasnya dengan baik. Aktivitas ini penting dan akan terus

berkembang karena adanya perubahan teknologi, penyesuaian dan meningkatnya kesulitan tugas manajer.

(c) (C) Kompensasi (*Compensation*)

Fungsi kompensasi diartikan sebagai usaha untuk memberikan balas jasa atau imbalan yang memadai kepada pegawai sesuai dengan kontribusi yang telah disumbangkan kepada perusahaan atau organisasi.

(d) (I) Integrasi (*Integration*)

Merupakan usaha untuk menyelaraskan kepentingan individu, organisasi, perusahaan, maupun masyarakat. Oleh sebab itu harus dipahami sikap prinsip-prinsip pegawai.

(e) (M) Pemeliharaan (*Maintenance*)

Setelah keempat fungsi dijalankan dengan baik, maka diharapkan organisasi atau perusahaan mendapat pegawai yang baik. Maka fungsi pemeliharaan adalah dengan memelihara sikap-sikap pegawai yang menguntungkan perusahaan.

- (S) Pemutusan Hubungan Kerja (*Separation*)

Usaha terakhir dari fungsi operasional ini adalah tanggung jawab perusahaan untuk mengembalikan pegawainya ke lingkungan masyarakat dalam keadaan sebaik mungkin, bila organisasi atau perusahaan mengadakan pemutusan hubungan kerja.

Dengan demikian, maka konsep sumber daya manusia menurut uraian di atas terdiri dari fungsi manajemen dan fungsi operasi yang masing-masing terdiri

dari mengatur, merencanakan, pengorganisasian, memimpin serta mengendalikan manusia yang merupakan aset penting bagi perusahaan. Sedangkan sebagai fungsi operasional karyawan termasuk pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja.

Sesuai dengan SOP Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail maka dalam pelaksanaannya didukung oleh sumber daya manusia yaitu pimpinan kedai, pelaksana operasional kantor, pemasaran, dan *front liner* yang terdiri dari satpam, *costumer service* dan *teller* dengan uraian tugas sebagai berikut:

Satpam Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail memiliki uraian tugas:

- 1) Menjaga keamanan kantor bank baik diluar atau di dalam.
- 2) Mengatur kerapihan wilayah parkir perbankan.
- 3) Memberikan pelayanan pengawalan parkir kepada nasabah.
- 4) Menjadi navigator di bank seperti mengarahkan nasabah pada saat transaksi.
- 5) Membantu nasabah mengarahkan pengisian form transaksi.
- 6) Membantu nasabah yang kesulitan dalam pengisian formulir transaksi.
- 7) Memantau ketersediaan form yang ada di bank.
- 8) Mengatur antrian nasabah.

Teller Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail memiliki uraian tugas:

- 1) Melayani semua jenis setoran, penarikan tunai dan pemindah bukuan langsung oleh nasabah.
- 2) Mengusahakan mutu pelayanan yang prima sehingga dapat membina, meningkatkan hubungan serta menarik minat nasabah agar lebih banyak mempergunakan produk dan jasa bank.
- 3) Memberikan penjelasan kepada nasabah/ calon nasabah mengenai produk-produk Bank berikut kelengkapan dokumen, syarat-syarat maupun tata cara dan prosedurnya.
- 4) Melayani nasabah yang memerlukan informasi tentang saldo dan mutasi rekening.
- 5) Melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa bank seperti transfer, pemidabhukuan antar rekening nasabah dan sebagainya.
- 6) Melakukan kontrol antara kas keluar/masuk pada penutupan hari kerja.
- 7) Melayani nasabah untuk pembukaan rekening tabungan dan deposito.
- 8) Membuat laporan asuransi *cash in transit*, *over limit cash in save* & pajak PDB Kota Pekanbaru dan Kampar.

- 9) Menjemput setoran/ kas di Dispenda UPTD Samsat Kubang setiap hari kerja.
- 10) Melaksanakan tugas tugas lain yang diberikan pimpinan.

Costumer service Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail memiliki uraian tugas:

- 1) Melayani nasabah untuk pembukaan rekening tabungan dan deposito sesuai dengan (*Service Level Agreement*) SLA dengan waktu 10 – 15 menit.
- 2) Mengusahakan mutu pelayanan yang prima sehingga dapat membina, meningkatkan hubungan serta menarik minat nasabah agar lebih banyak mempergunakan produk jasa bank;
- 3) Memberikan penjelasan kepada nasabah/ calon nasabah mengenai produk-produk bank berikut kelengkapan dokumen, syarat-syarat maupun tata cara dan prosedurnya;
- 4) Melayani nasabah yang memerlukan informasi tentang saldo dan mutasi rekening dengan memastikan benar yang bersangkutan adalah pemilik rekening;
- 5) Melayani nasabah yang memerlukan informasi pelayanan jasa-jasa bank seperti transfer, pemindahbukuan antar rekening nasabah dan sebagainya;
- 6) Melakukan up date LBU Basel II dan data nasabah tabungan, deposito untuk kepentingan sistem informasi debitur;
- 7) Membuat laporan tabungan, deposito, M-Banking, SMS Banking dan keluhan nasabah;
- 8) Memastikan tatalaksana registrasi buku tabungan dan kartu ATM serta Bilyet Deposito secara baik, termasuk tanda terima kartu ATM beserta PIN;
- 9) Menyelesaikan keluhan nasabah secepat mungkin dan berkoordinasi dengan cabang induk atau kantor pusat;
- 10) Melaksanakan administrasi terhadap bundel-bundel pembukaan rekening tabungan, deposito, M-Banking, SMS Banking dan keluhan nasabah serta Voucher transaksi setiap hari.
- 11) Bertanggung jawab terhadap penyediaan formulir yang dipakai sendiri dan membuat daftar persediaan formulir yang dipakai sendiri

4) **Konsep Manajemen Pelayanan**

Manajemen pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pada bidang pelayanan kesehatan, derajat yang dikaji lebih mendalam tentang standar profesi dalam pelayanan pasien dan

terwujudnya hasil-hasil yang diharapkan profesi maupun pasien yang menyangkut pelayanan, diagnosa, terapi, prosedur atau tindakan pemecahan masalah klinis (Tjiptono, 2001:34).

Manajemen pelayanan (*service management*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/ peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/ inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan.

Menurut Fitzsimmons (2006:189) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) dapat didefinisikan sebagai "perbandingan antara pelayanan yang dipersepsikan atau diterima dengan harapan pelayanan yang disukai"

Sifat pelayanan yang paling pokok adalah intangible sehingga relatif untuk menilainya. Zeithaml, dan Berry yang dikutip Tjiptono (2012:69) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, dan mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yakni:

- 1) *Reliability*, yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan

memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan) nya.

- 2) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) *Competence*, artinya setiap karyawan perusahaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.
- 4) *Access*, yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.
- 5) *Courtesy*, yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan.
- 6) *Communication*, yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- 7) *Credibility*, yaitu jujur dan dapat dipercaya. Disini menyangkut nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan.
- 8) *Security*, yaitu aman (secara fisik, finansial, dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- 9) *Understanding/ knowing the customer*, yaitu upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan.

10) *Tangible*, yaitu segala bukti fisik dari pelayanan seperti karyawan, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik.

Dari definisi-definisi tentang manajemen pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

5) **Konsep Komunikasi Pelayanan**

Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain (Suprpto, 2006:80).

Menurut Romli (2014:155) menjelaskan mengenai komunikasi bahwa istilah komunikasi berasal dari kata *Latin Communis* yang artinya “bersama”. Komunikator atau pengirim pesan, berusaha mencari “kebersamaan” dengan si penerima pesan. Karena itu, kita dapat mendefinisikan sebagai transisi informasi

dan pemahaman melalui penggunaan simbol-simbol bersama dari satu orang atau kelompok ke pihak lainnya. Simbol-simbol yang digunakan dapat saja berwujud verbal atau nonverbal.

Rakhmat (2013:21) menambahkan, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara. Penyampaian atau penerimaan signal atau pesan oleh organisme, pesan yang disampaikan. Teori komunikasi merupakan proses yang dilakukan untuk pengaturan-pengaturan signal-signal yang disampaikan.

Schramm (2012:63) menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (*sharing process*). Schramm menguraikannya bahwa komunikasi berasal dari kata Latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila berkomunikasi, sebenarnya sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Manusia berusaha berbagi informasi, ide atau sikap.

Menurut Thoha (2006:39) komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seseorang ke orang lain. Suatu komunikasi yang tepat tidak akan terjadi, kalau tidak penyampai berita tadi menyampaikan secara patut dan penerima berita menerimanya tidak dalam bentuk distorsi.

Menurut Handoko (2012:45) dalam ruang lingkup pelayanan, komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari

sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus tidak hanya memerlukan transmisi data, tetapi bahwa tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Keefektifan proses komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi, tetapi juga oleh diri si komunikator. Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan (penerima pesan) menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau perilakunya (Hardiyansyah, 2015:156).

Dalam komunikasi pelayanan publik, sudah seharusnya aparatur bertindak dan berperan sebagai komunikator publik yang empatik. Dengan demikian diharapkan kesan sebagai “pemerintah” pada saat berhadapan dengan publik, tidak nampak. Karena aparatur berfungsi sebagai komunikator yang empatik, maka aparatur merupakan sumber, pengirim, atau pihak yang mengambil prakarsa untuk berkomunikasi dengan publik/ masyarakat. Aparaturlah yang menetapkan peranan dari seluruh unsur proses komunikasi pelayanan publik, dengan demikian aparatur harus mampu mengembangkan diri sebagai penyebar pesan, memanipulasi pesan, memilih media, menganalisis audiens/publik agar pesan-pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi warga masyarakat/publik, dan pada akhirnya warga negara merasakan betul-betul diperlakukan sesuai harapannya.

Jika dikaitkan dengan SOP Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail maka dalam pelaksanaannya komunikasi pelayanan dilakukan oleh *front liner* yang terdiri dari

satpam, *costumer service* dan *teller* kepada nasabah yang tujuannya melayani kepentingan nasabah.

6) **Konsep Kepuasan Pelanggan**

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar pada perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2003:52). Sedangkan Dharmmesta (dalam Lupiyoadi, 2010:349) kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Swastha dan Irwan (1993:47) mendefinisikan kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk

atau jasa. Yamit (2001:13) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

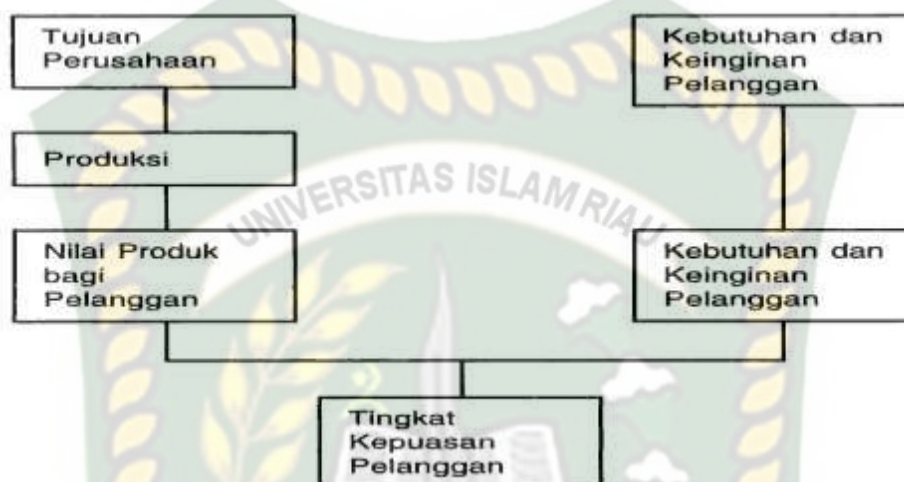
Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008:24).

Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga

menyinggungnya (Tjiptono, 2012:310). Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono (2012:310)

7) **Komponen Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2012:314) ada beberapa strategi kepuasan pelanggan yang tetap mempertahankan pelanggan serta menghindari pelanggan untuk tidak mudah pindah ke pesaing diantaranya:

1) Strategi *relationship marketing*

Dalam strategi ini transaksi antara pembeli dan penjual berlanjut setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, perusahaan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulang.

2) Strategi *unconditional service guarantee*

Strategi memberikan garansi atau jaminan istimewa secara mutlak yang dirancang untuk meringankan resiko atau kerugian dipihak pelanggan.

3) Strategi *superior customer service*

Ini adalah strategi menawarkan pelayanan yang lebih baik di bandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing.

4) Strategi penanganan keluhan yang efektif

Strategi ini adalah strategi menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat dimana perusahaan harus menunjukkan perhatian keprihatinan dan penyesalan atas kekecewaan pelanggaran agar pelanggan tersebut dapat kembali menjadi pelanggan yang puas dan kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.

5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Perusahaan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukan unsur kemampuan kepuasan manajemen dan karyawan, memasukan unsur kemampuan kepuasan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan.

8) Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada empat faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2010:61) antara lain :

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan

keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.

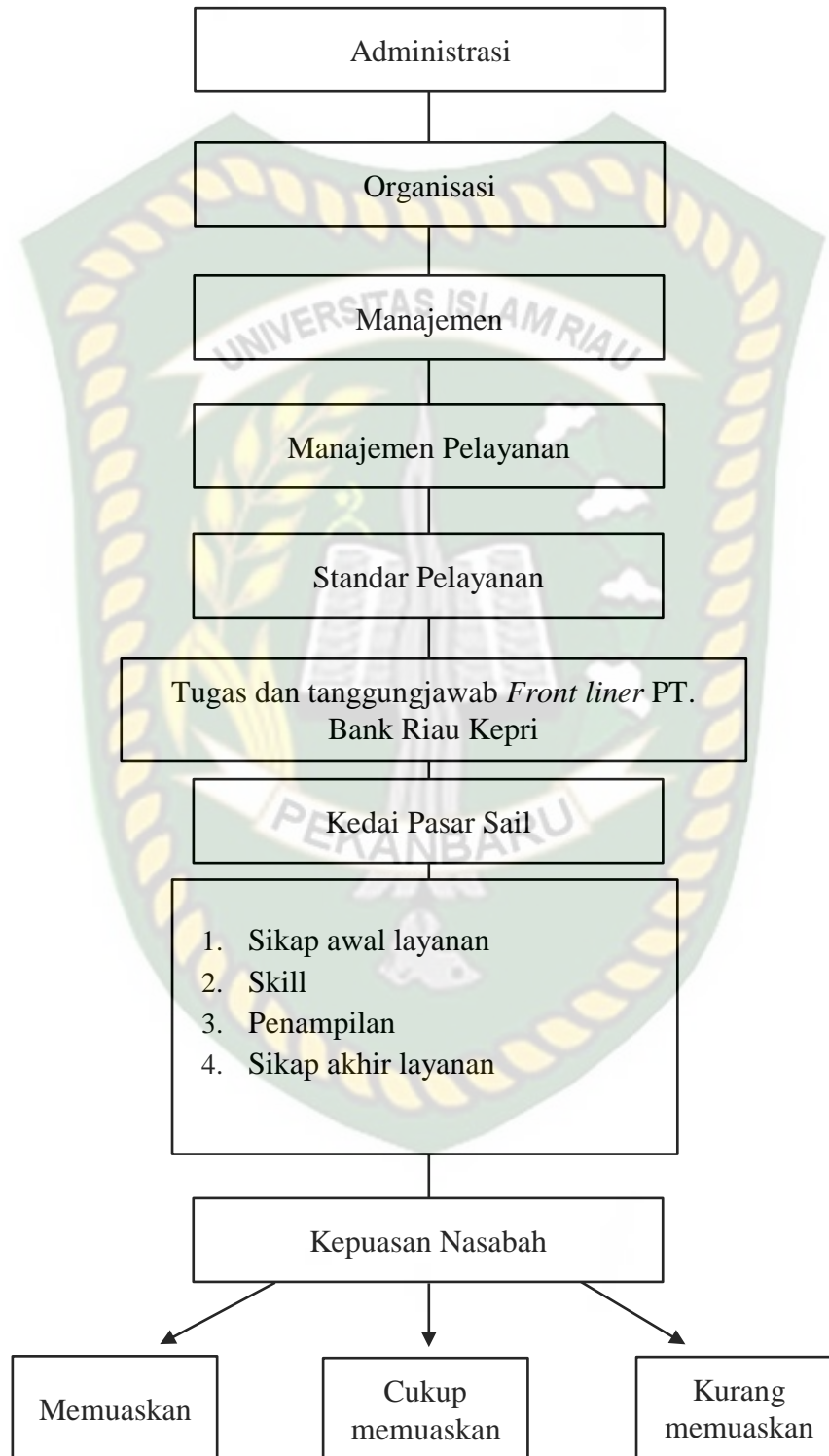
- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seyogianya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Pihak *front liner* sebagai pihak pertama yang berhubungan langsung dengan nasabah, seharusnya memegang teguh standar pelayanan berdasarkan tugas yang ditetapkan PT. Bank Riau Kepri. Kenyataannya, berbagai fenomena seperti komplain kerap terjadi yang ditujukan baik kepada *security*, *teller* dan *costumer service*. Akan tetapi hal ini tidak sepenuhnya menjadi kesalahan *front liner* karena kesalahan juga dapat berasal dari pihak nasabah sendiri, misalnya lupa PIN, lupa password M-Banking, menabung dengan kondisi uang yang tidak tertata rapi, perbedaan jumlah perhitungan uang dengan hasil perhitungan mesin penghitung uang, dan hal lainnya.

Berbagai permasalahan yang kerap terjadi pada PT. Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail Pekanbaru, seperti banyak nasabah maupun calon nasabah yang masih bingung dan kesulitan dengan prosedur pendaftaran dan penggunaan produk dan layanan. Komplain atas antrian yang tinggi disebabkan karena waktu penyelesaian pelayanan yang lama. Ada diskriminasi pelayanan antara nasabah, dan banyak nasabah yang hingga saat ini mengeluh atas potongan bulanan dan potongan biaya transfer, padahal hal ini telah dijelaskan dari saat pertama kali pembukaan rekening. Nasabah menganggap ruangan tunggu sangat sempit, sarana parkir juga terbatas.

Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Pedoman perusahaan tentang kualitas pelayanan dan pedoman pengelolaannya PT Bank Riau Kepri (2017:66)

2.3. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian Ipan Sunarto (2015) tentang efektivitas pelayanan pegawai Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Kecamatan Tenggarong Seberang menunjukkan hasil yaitu pegawai memiliki tugas untuk menerima dan menginventarisasi keluhan nasabah dan pegawai harus menangani masalah yang terjadi. Faktor pendukung dari kondisi ruang pelayanan, pegawai selalu mengikuti perkembangan teknologi, fasilitasnya BRI lengkap dari ruang tunggu yang menyediakan TV, AC, terdapat pula Musholah dan tempat parkirnya luas. Sumber informasi ada, seperti kotak saran, pelayanan via telepon, fax dan sms, yang bisa setiap saat di hubungi nasabah dan faktor penghambat nasabah tidak merasa aman ketika nasabah bertransaksi pengambilan dana tunai yang cukup besar.

Penelitian Elizabeth Davina Permata Sari (2013) tentang strategi pelayanan *customer service* di Bank Central Asia Card Center Dalam Menangani *complaint* nasabah (Studi Kasus pada Bank Central Asia Kantor Pusat Thamrin) menunjukkan hasil yaitu tahap persiapan BCA Card Center dengan menyusun materi dan mendapatkan informasi untuk memperoleh pembekalan pelatihan training, tahap perumusan strategi dengan melihat dari jenis-jenis keluhan nasabah untuk ditindaklanjuti oleh PIC yang ditunjuk, tahap implementasi dengan mendengar, memahami, memberikan alternatif solusi, menyampaikan terima kasih dan tahap evaluasi BCA Card Center dengan mengevaluasi kinerja *customer service* BCA Card Center dan pihak-pihak unit kerja terkait, mencapai target, dan *customer service* konsisten dan fokus dalam kinerja mereka.

Penelitian Imam Prakarsa (2013) tentang kualitas pelayanan PT. bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang (Studi pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Soekarno Hatta Tanjungpinang) menunjukkan hasil yaitu dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* akan membantu masyarakat dalam menentukan kualitas pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesai di Tanjungpinang. Pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* peneliti menemukan hasil yang positif atau baik, tetapi ada beberapa faktor yang masih dinilai buruk oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesai Unit Soekarno Hatta.

Penelitian Jawari dkk (2016) tentang tinjauan kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BJB Syariah Sukajadi Bandung Menunjukkan hasil yaitu *Tangible* memiliki skor >68%, yaitu senilai 49,288%. Hal ini menandakan bahwa kinerja *customer service* pada kenyataannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. *Emphaty* memiliki skor >36%, yaitu senilai 43,79%. Hal ini menandakan bahwa kinerja *customer service* pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. *Responsiveness* memiliki skor >36%, yaitu senilai 45,32%. Hal ini menandakan bahwa kinerja *customer service* pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. *Reliability* memiliki skor >36%, yaitu senilai 46,04%. Hal ini menandakan bahwa kinerja *customer service* pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah. *Assurance* memiliki skor >36%, yaitu senilai 41,33%. Hal ini menandakan bahwa kinerja *customer service* pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah.

Penelitian Irwanto (2010) tentang peranan *customer service* terhadap pelayanan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Koto Baru Cabang Teluk Kuantan menunjukkan hasil penelitian yaitu persiapan kerja *customer service* perlu dilakukan secara efektif dan efisien agar nasabah merasa terlayani dengan singkat dan akurat. Peranan *customer service* bagi Bank sangat penting karena *customer service* merupakan salah satu wajah Bank.

Penelitian Dini Puspa Riawati dan Saino (2010) tentang pengaruh kualitas layanan di divisi pelayanan terhadap citra bank pada PT. Bank tabungan negara, Tbk. Kantor Kas Unesa Surabaya menunjukkan hasil penelitian yaitu kualitas layanan di divisi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Kas UNESA Surabaya.

Penelitian Aji Wicaksono (2010) tentang peran *customer service* dalam pelayanan proses transaksi produk tabungan (studi kasus pada *customer service* di Bank Muamalat KCP. Palur) menunjukkan hasil penelitian yaitu peran *customer service* pada bank Muamalat KCP Palur sangat penting dan vital dalam meningkatkan upaya intensifikasi dana melalui produk-produk tabungan. *Customer Service* berperan aktif dalam proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Oleh karena itu, *Customer Service* harus mempunyai kinerja yang prima dalam menjalankan perannya sesuai dengan visi dan misi Bank Muamalat. Kinerja yang prima serta didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai akan tercipta pelayanan yang terbaik untuk kepuasan nasabah.

Penelitian Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi (2015) tentang peran *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk unit politeknik menunjukkan hasil penelitian yaitu *Customer Service* berperan penting dalam meningkatkan mutu pelayanan bank BRI. Saran yang diberikan untuk menjaga mutu pelayanan sebaiknya *customer service* menggunakan 5 dimensi pelayanan dan 8 suplemen pelayanan.

2.4. Konsep Operasional

Berdasarkan buku pedoman perusahaan tentang kualitas pelayanan dan pedoman pengelolaannya PT Bank Riau Kepri (2017:66) indikator yang digunakan untuk mengukur pelayanan *front liner* adalah:

1. Sikap awal layanan adalah mengucapkan salam, keberadaan/ posisi aktivitas, lama antrian, waktu tunggu, dan juga sikap selama melayani.
2. Skill adalah kemampuan dalam menjalankan tugas dan wewenang masing-masing jabatan dalam melayani nasabah yaitu untuk satpam adalah memberikan nomor antrian, memberikan dan menjelaskan pengisian formulir, mengecek kebenaran data formulir, menertibkan nasabah, waspada dan mengedukasi nasabah. Untuk *customer service* yaitu pengetahuan produk dan layanan, pembukaan rekening, penanganan komplain, dan penutupan rekening. Untuk *teller* yaitu penukaran uang pecahan, transaksi tunai (setor/ tarik), transaksi non tunai (transfer/ pindah buku).
3. Penampilan adalah pakaian kerja, sepatu dan rambut. Selanjutnya khusus untuk *customer service* ditambahkan *name tag* (papan nama), kondisi kuku

dan tangan serta kondisi meja kerja (*counter*), untuk *teller* ditambahkan jilbab dan penilaian *make up*.

4. Sikap akhir layanan adalah khusus satpam yaitu membuka jalan dan memberikan salam, selanjutnya untuk *costumer service* dan *teller* yaitu menawarkan bantuan akhir dan mengucapkan terima kasih dan salam.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

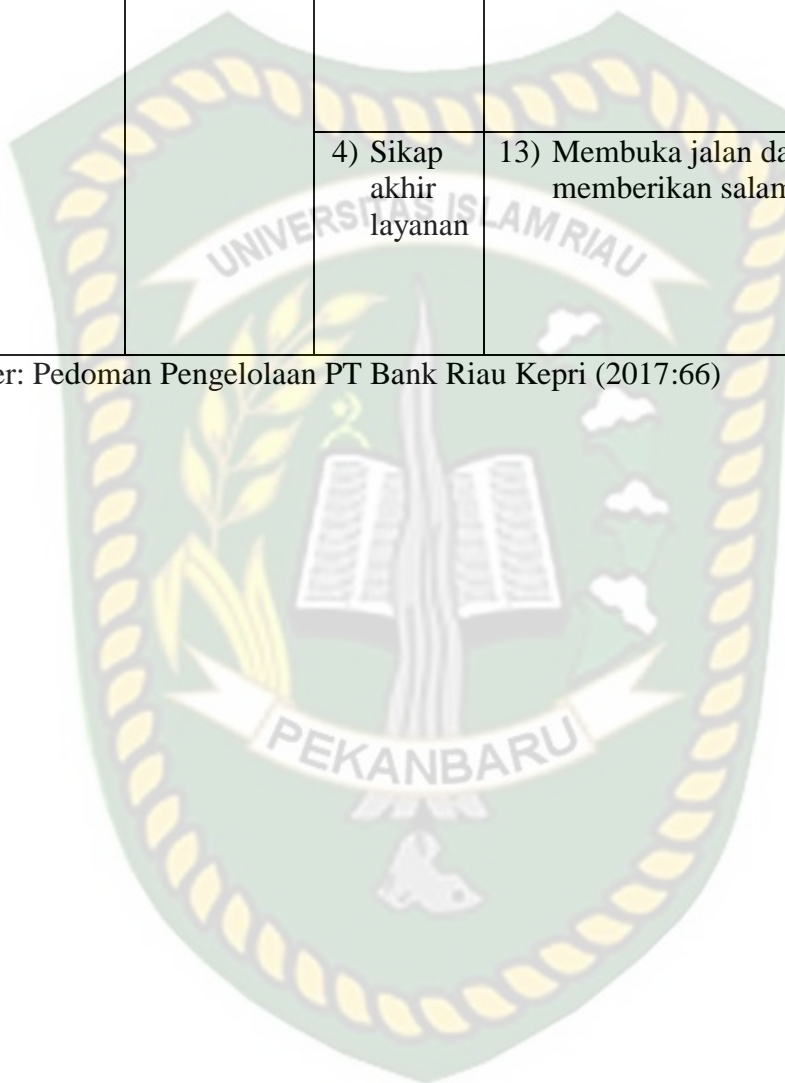
2.5. Operasionalisasi Variabel

Tabel 2.1. Operasionalisasi Variabel

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator			Skala
			Satpam	Costumer service	Teller	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain/ nasabah, berdasarkan pedoman perusahaan tentang kualitas pelayanan dan pedoman pengelolaan PT Bank Riau Kepri (2017:4)	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab <i>front liner</i>	1) Sikap awal layanan	1) Mengucapkan salam 2) Keberadaan/ posisi aktivitas 3) Sikap selama melayani	1) Mengucapkan salam 2) Lama antrian 3) Sikap selama melayani	1) Mengucapkan salam 2) Waktu tunggu 3) Sikap selama melayani	Likert
		2) Skill	4) Memberikan nomor antrian 5) Memberikan dan menjelaskan pengisian formulir 6) Mengecek kebenaran data formulir 7) Menertibkan nasabah 8) Waspada 9) Mengedukasi nasabah	4) Pengetahuan produk dan layanan 5) Pembukaan rekening 6) Penanganan komplain 7) Penutupan rekening	4) Penukaran uang pecahan 5) Transaksi tunai (setor/ tarik) 6) Transaksi non tunai (transfer/ pindah buku)	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		3) Penampilan	10) Pakaian kerja 11) Sepatu 12) Rambut	8) Pakaian kerja 9) Sepatu 10) Rambut 11) Name tag 12) Kondisi kuku dan tangan 13) Kondisi meja kerja	7) Pakaian kerja 8) Sepatu 9) Rambut/ jilbab 10) Make up 11) Name tag 12) Kondisi kuku dan tangan 13) Tempat kerja	
		4) Sikap akhir layanan	13) Membuka jalan dan memberikan salam	14) Menawarkan bantuan akhir 15) Mengucapkan terima kasih dan salam	14) Menawarkan bantuan akhir 15) Mengucapkan terima kasih dan salam	

Sumber: Pedoman Pengelolaan PT Bank Riau Kepri (2017:66)



2.6. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran adalah alat yang digunakan dalam pengumpulan data. Dimana data primer diambil dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data, jenis kuesioner yang digunakan adalah berupa pertanyaan yang akan dijawab oleh responden dengan memberikan tanda – tanda tertentu seperti tanda checklist atau membuat lingkaran pada jawaban yang telah disediakan.

Setiap instrumen mempunyai skala. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam hal penelitian ini yang menyangkut tentang analisis pelaksanaan tugas dan tanggung jawab *front liner* dalam melayani nasabah PT. Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail Pekanbaru dengan kriteria skala *likert* sebagai berikut :

Tabel 2.2. Kriteria Skala *Likert* pada Kuesioner Penelitian

No	Item Pertanyaan	ALTERNATIF PILIHAN JAWABAN		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
		Sesuai	Cukup Sesuai	Kurang Sesuai
		Jelas	Cukup Jelas	Kurang Jelas
		Lengkap	Cukup Lengkap	Kurang Lengkap
		Layak	Cukup Layak	Kurang Layak
		Mudah	Cukup Mudah	Sulit
		Memuaskan	Cukup Memuaskan	Kurang Memuaskan
		Sangat direkomendasikan	Cukup direkomendasikan	Kurang direkomendasikan
		3	2	1
1	Pertanyaan 1			
2	Pertanyaan 2			
3	Pertanyaan 3			
4	Dst.....			

Keterangan :

Skor 3 = Baik/ Sesuai/ Jelas/ Lengkap/ Layak/ Mudah/ Memuaskan/

Sangat direkomendasikan

Skor 2 = Cukup Baik/ Cukup Sesuai/ Cukup Jelas/ Cukup Lengkap/
Cukup Layak/ Cukup Mudah/ Cukup Memuaskan/ Cukup
direkomendasikan

Skor 1 = Kurang Baik/ Kurang Sesuai/ Kurang Jelas/ Kurang Lengkap/
Kurang Layak/ Sulit/ Kurang Memuaskan/ Kurang
direkomendasikan



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau