

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kerangka Teori**

##### **2.1.1. Teori *Excellent Service***

Menurut Tjiptono (2011:65) secara sederhana, istilah *service* mungkin dapat diartikan sebagai "melakukan sesuatu bagi orang lain". Setidaknya ada tiga kata yang dapat mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, pelayanan, dan servis. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, perbankan dll. Sebagai layanan, istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok), salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*).

Menurut Tjiptono (2011:67) dijumpai setidaknya empat lingkup definisi konsep *service*:

1. *Service* menggambarkan berbagai subsektor dalam kategorisasi aktivitas ekonomi, seperti transportasi, finansial, perdagangan ritel, pendidikan dan layanan publik. Dengan kata lain lingkungannya adalah industri.
2. *Service* dipandang sebagai produk *intangible* yang hasilnya lebih berupa aktivitas ketimbang obyek fisik, meskipun dalam kenyataannya produk fisik dilibatkan (umpamanya, makanan, minuman di restoran dan pesawat di jasa penerbangan). Jadi, dalam hal ini lingkungannya adalah tawaran produk.

3. *Service* merefleksikan proses, yang mencakup penyampaian produk utama, interaksi personal, kinerja dalam arti luas (termasuk didalamnya drama dan keterampilan), serta pengalaman layanan.

4. *Service* dapat juga dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan

Menurut Tjiptono (2011:81) berkembangnya berbagai perspektif menyangkut definisi *service* menunjukkan secara gamblang signifikansi dan dinamika *service* dalam kacamata perekonomian dunia. Hal ini terutama dipicu oleh tiga faktor :

1. Pertumbuhan sektor jasa berlangsung pesat dalam beberapa dekade terakhir. Semakin hari, semakin banyak bermunculan jenis-jenis jasa baru dan inovatif. Perkembangan sektor jasa tidak bisa lepas dari tahap-tahap perkembangan aktivitas perekonomian yang terdiri atas lima tahap : a) tahap primer (*ekstraktif*), meliputi pertanian, pertambangan, perikanan, dan kehutanan; b) tahap sekunder (produksi barang), meliputi pemanufakturan dan pemerosesan; c) tahap tersier (jasa domestik), terdiri atas restoran dan hotel dll. ; d) tahap kuartier (perdagangan), meliputi transportasi, perdagangan ritel, komunikasi, keuangan dan asuransi dan pemerintahan; e) tahap kuiner (perbaikan dan peningkatan kapasitas manusia), terdiri atas kesehatan, pendidikan, rekreasi, dll. Tahap tersier, kuartier dan kuiner pada hakikatnya mencerminkan sektor jasa, sehingga kalau

ketiganya digabungkan akan menghasilkan tiga tahap utama; primer (ekstraktif), sekunder (produksi barang), dan tersier (jasa).

2. Faktor layanan telah bertumbuh pesat sebagai *diferensiator* dan kunci keunggulan bersaing. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif untuk melakukan *diferensiasi* dan *positioning* unik adalah melalui perancangan dan penyampaian layanan spesifik. Hal ini dampak strategis pada strategi bersaing perusahaan. Sebagai contoh, bisnis utama restoran bergeser dari sekedar menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar para pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang nyaman bagi mereka dalam menyantap hidangan.

3. Disadari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/-layanan. Di dalam setiap organisasi, misalnya, dikenal adanya istilah pelanggan internal (karyawan). Dengan kata lain, setiap individu atau departemen berperan sebagai penyedia maupun penerima layanan individu/departemen lainnya. Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan eksternal sangat bergantung pada kualitas relasi dan kerja sama pelanggan internal. Oleh sebab itu kepuasan dan loyalitas pelanggan internal tercipta. Lebih lanjut, sejumlah pakar pemasaran bahkan menegaskan bahwa kini telah terjadi pergeseran paradigma, dari yang semula *Good Dominant Logic (GDL)* menjadi *Service Dominant Logic (SDL)*. Secara ringkas, esensi pemikiran SDL adalah penyediaan layanan/jasa merupakan tujuan fundamental dari pertukaran ekonomi dan pemasaran. Dengan kata lain, individu maupun kelompok (organisasi) saling mempertukarkan layanan/jasa.

Sementara barang, uang, organisasi dan jejaring merupakan perantara (*intermediaries*) atau institusi tambahan (*collateral institutions*) dalam proses pertukaran layanan/jasa dengan layanan/jasa. Dalam konteks ini, layanan/jasa, layanan/jasa dirumuskan sebagai aplikasi kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) terpesialisasi melalui perbuatan/tindakan, proses, dan kinerja demi manfaat bagi entitas bersangkutan atau entitas lain.

Pelayanan Prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan (Putranto, 2015). Pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Secara sederhana, pelayanan prima (*excellent service*) dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat.

Kemudian pendapat lain mengatakan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan. Jadi pelayanan prima pada dasarnya adalah rasa kepedulian organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan tindakan nyata, sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan (Pratomo & Shaff, 2010:72). Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling berkaitan, yaitu *pelayanan* dan *kualitas*. Kedua elemen tersebut sangat penting untuk diperhatikan oleh tenaga pelayanan (penjual, pedagang, pelayan, atau salesman). Konsep pelayanan prima dapat diterapkan pada berbagai organisasi, instansi, pemerintah, ataupun perusahaan bisnis. Perlu diketahui bahwa kemajuan yang dicapai oleh suatu negara tercermin dari standar pelayanan yang diberikan pemerintah kepada rakyatnya. Negara-negara yang tergolong miskin pada umumnya kualitas pelayanan yang diberikan di bawah standar minimal. Pada negara-negara berkembang kualitas pelayanan telah memenuhi standar minimal. Sedangkan di negara-negara maju kualitas pelayanan terhadap rakyatnya di atas standar minimal.

Pelayanan prima berfungsi sebagai berikut.

1. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
2. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.
3. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.
4. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa.
5. Memenangkan persaingan pasar.

6. Memuaskan pelanggan, agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan.
7. Memberikan keuntungan pada perusahaan.
8. Pengertian Pelanggan.

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Barata, 2013:36), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep sikap (*attitide*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*).

a) Sikap (*attitude*). Sikap (*attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

b) Perhatian (*attention*). Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c) Tindakan (*action*). Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

- d) Kemampuan (*ability*). Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan
- e) Penampilan (*appearance*). Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
- f) Tanggung Jawab (*accountability*). Tanggung Jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud keperdulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

### **2.1.2. Konsep Fungsi Intelijen**

Mengacu pada Kamus Istilah Intelijen (2011:59) penyelidikan intelijen keamanan adalah pelaksanaan salah satu kegiatan dari fungsi Intelijen keamanan Polri yang melakukan usaha, pekerjaan dan kegiatan untuk mencari dan mengumpulkan bahan keterangan untuk dapat diolah menjadi produk intelijen dalam rangka pelaksanaan deteksi dini dan identifikasi terhadap segala bentuk sumber pelanggaran hukum, penyimpangan norma sosial dan sumber gangguan Kamdagri yang merupakan faktor kriminologi, termasuk pertumbuhan aliran kepercayaan yang dapat menimbulkan perpecahan atau mengancam persatuan/kesatuan bangsa.

Menurut Saronoto & Jasir (2011:28) teori dasar ilmu intelijen pertama kali dicetuskan oleh seorang ahli strategi dan perang dari dataran Cina yang hidup sekitar tahun 500 SM, yang bernama Sun Tsu. Wee Chow How dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Bambang Waluyo Hidayat berjudul “Perang dan Manajemen”, menulis tentang beberapa Teori Dasar Ilmu Intelijen yang dicetuskan Sun Tsu, antara lain.

*“...siapa yang memahami diri sendiri dan diri lawan secara mendalam, berada di jalan kemenangan pada semua pertempuran. Siapa yang memahami diri sendiri, tetapi tidak memahami lawannya, hanya berpeluang sama besarnya untuk menang(dengan lawannya). Siapa yang tidak memahami dirinya sendiri maupun lawannya, berada pada jalan untuk hancur dalam semua pertempuran .... kenali musuh anda, kenali diri anda, dan kemenangan anda tidak terancam. Kenali lapangan, kecuali cuaca dan kemenangan anda akan lengkap .... saya akan mampu meramalkan pihak mana yang akan menang dan pihak mana yang akan kalah .... dalam menilai sesuatu maka ada tiga faktor yang harus dianalisa yaitu faktor diri sendiri, faktor musuh dan faktor lingkungan ....”*

Teori dasar ini terus berkembang yaitu bagaimana upaya-upaya untuk mendapatkan informasi tentang diri sendiri, tentang lawan, tentang lingkungan. Maka dari itu, dalam skripsi ini akan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penyelidikan intelijen melalui Faktor Diri sendiri, Faktor musuh/lawan, dan faktor lingkungan. Kemudian bagaimana menganalisa informasi tersebut sehingga dapat diketahui dengan pasti berbagai resiko, rencana awal dan kemungkinan adanya hambatan-hambatan yang bersifat non teknis. Dewasa ini teori dasar intelijen sudah bersifat universal, sehingga dimanapun di seluruh dunia, teori dasar Intelijen berkisar pada teori Penyelidikan, Pengamanan, dan Penanggulangan. Dalam Fungsi Teknis Intelijen Polri, ilmu Intelijen yang diadopsi adalah ilmu Penyelidikan, Pengamanan dan Penggalangan dimana intelijen kepolisian wajib mendahului, menyertai, dan mengakhiri dalam setiap



kegiatan yang dilaksanakan. Semua kegiatan Fungsi Teknis Intelijen Polri khususnya penyelidikan intelijen telah diatur dalam pedoman khusus berupa Peraturan Kepala Badan Intelijen Kemanan Polri No 1 tahun 2013 tentang Penyelidikan Intelijen Polri.

### **2.1.3. Konsep Pelayanan SKCK**

Menurut Hasibuan (2015:68), pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

- a. Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan yang dilakukan dengan wajah ceria, wajar, dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan.
- b. Adil artinya pelayanan yang diberikan berdasarkan urutan antrian.
- c. Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele dan harus baik dan benar.
- d. Etika adalah suatu sistem moral perilaku berdasarkan peraturan dan norma-norma sosial, budaya dan agama yang berlaku dalam suatu masyarakat

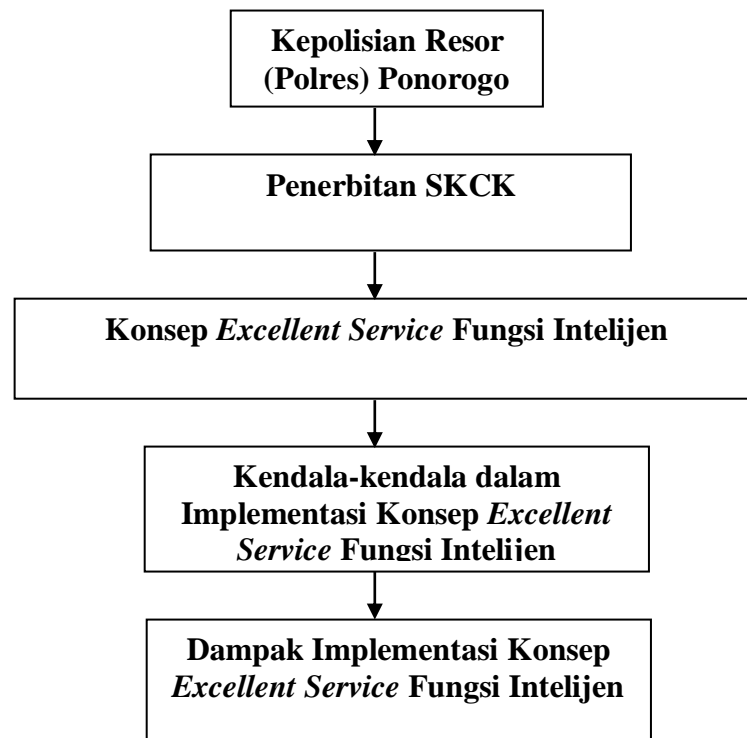
Salah satu penyelenggaraan pelayanan surat menyurat di Polres, yaitu pelayanan permohonan pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian atau biasa disingkat SKCK. Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK) sebelumnya dikenal sebagai surat keterangan kelakuanbaik (SKKB) adalah surat keterangan yang diterbitkan oleh Kepolisian Republik Indonesia yang berisikan catatan kejahatan seseorang. SKCK diterbitkan kepolisian melalui fungsi dari tugas satuan intelijen dan keamanan. Dahulu, sewaktu bernama SKKB surat ini hanya

dapat diberikan yang tidak atau belum pernah tercatat melakukan tindakan kejahatan hingga tanggal dikeluarkannya SKKB tersebut. Namun, saat ini SKCK juga dapat di berikan kepada mantan pidana atau masyarakat yang pernah terlibat kasus hukum dengan syarat yang telah ditentukan oleh pihak kepolisian. Pembuatan atau pengurusan SKCK di lingkungan Polri diatur oleh Peraturan Kapolri Nomor 18 Tahun 2014 tentang tata cara penerbitan SKCK dan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2010 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Berdasarkan pasal 9 Peraturan Kapolri Nomor 18 Tahun 2014 tentang tata cara penerbitan SKCK dijelaskan bahwa permohonan untuk memperoleh SKCK dilakukan dengan cara:

1. Pemohon mendaftar dan menyerahkan persyaratan pada loket yang telah disediakan dengan menunjukkan dokumen asli atau dikirim secara online melalui sarana elektronik;
2. Pemohon mengisi formulir daftar pertanyaan; dan
3. Pemohon menyerahkan kembali formulir daftar pertanyaan yang telah diisi kepada petugas pelayanan dikirim secara online melalui sarana elektronik.

## 2.2. Kerangka Konsep Penelitian



**Gambar 2.1**

### **Kerangka Konsep Penelitian**

Kepolisian Resor (Polres) Ponorogo dalam pelayanan penerbitan SKCK memberikan pelayanan prima (*excellent service*). Pelayanan prima (*excellent service*) adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayananan. Namun dalam memberikan pelayanan prima (*excellent service*) juga terdapat kendala-kendala dalam implementasi konsep *excellent service* fungsi intelijen dalam penerbitan SKCK di Kepolisian Resor (Polres) Ponorogo. Walaupun terdapat kendala-kendala, namun terdapat juga dampak positif dan negatif implementasi konsep *excellent service* fungsi intelijen dalam penerbitan SKCK di Kepolisian Resor (Polres) Ponorogo.