



Oleh: Arta Simamora¹
Email: simamora_arta@yahoo.co.id

Dasar-dasar Pelayanan Instansi Pemerintah Menuju Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Abstrak

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan prima dan dipublikasikan sebagai jaminan kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dilakukan dalam penyelenggaraan pada pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan penerima pelayanan agar tercapai kualitas layanan yang dapat memberikan kepuasan pengguna layanan (KepmenPAN No.63 KEP/MenPAN/7/ 2003). Banyak instansi pemerintah telah mengimplementasi *service excellence* (pelayanan prima) namun gagal. Apa masalahnya?. Aparatur merupakan kunci keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan. Penilaian masyarakat terhadap instansi pemerintah yang mengelola pelayanan publik terhadap masyarakat masih dinilai masih buruk/kurang sampai saat ini. Oleh karena itu perlunya meningkatkan sumber daya manusia aparatur yang memiliki kompetensi dalam memberikan pelayanan prima terhadap masyarakat.

Kata Kunci: Pelayanan prima, *service excellence*, kompetensi

Pendahuluan

Paradigma penyelenggaraan pemerintahan telah terjadi pergeseran dari paradigma *rule government* menjadi *good governance* pemerintah dalam menyelenggarakan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan publik. Adanya pergeseran paradigma instansi pemerintah yang mendasar di berbagai bidang kehidupan manusia menjadikan tantangan bagi administrasi publik, sejalan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap pelayanan masyarakat yang efisien dan responsif. Pelayanan terhadap masyarakat diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam upaya peningkatan daya saing dan pembangunan nasional, bukan sebagai sumber inefisien dan ketidakpastian yang memungkinkan terjadinya praktik-praktik maladministrasi.

Peran pemerintah dalam sektor publik lebih dominan daripada sektor swasta. Oleh karena itu fungsi-fungsi yang dijalankan oleh pemerintah itu sebagai besar di antaranya secara langsung atau tidak menyangkut pelayanan publik, maka dengan sendirinya distribusi atas paket-paket pelayanan yang disediakan oleh pemerintah itu pada umumnya akan dilakukan melalui struktur dan mesin birokrasi pemerintah (Schaffer, 1986). Dalam keadaan demikian maka penyediaan biaya alokasi pelayanan publik itu mau tidak mau sepenuhnya akan dikontrol oleh instansi pemerintah. Atas dasar itu maka secara tak terelakkan birokrasi pemerintah biasanya akan merupakan *a single agency* yang memainkan peran kunci dalam memberikan pelayanan sekaligus mengevaluasi efektivitas kinerja sendiri.

¹ Pustakawan Madya pada Perpustakaan Nasional RI

Pengertian

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646) menyatakan pelayanan ialah "usaha melayani kebutuhan orang lain". Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, Norman (1991: 14) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar pemberian pelayanan terbaik. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal (Sutopo dan Suryanto, 2003: 9) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Pelayanan publik yang dimaksud dalam Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 (Menpan, 2003:2) adalah "segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan."

Ada tiga fungsi pelayanan umum (publik) yang dilakukan pemerintah yaitu *environmental service*, *development service* dan *protective service*. Pelayanan oleh pemerintah juga dibedakan berdasarkan siapa yang menikmati atau menerima dampak layanan baik individu maupun kelompok. Konsep barang layanan pada dasarnya terdiri dari barang layanan privat (*private goods*) dan barang layanan kolektif (*public goods*). Pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik, sesuai dengan standar yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberi pelayanan sehingga mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan) (LAN-RI 2004).

Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Agenda perilaku pelayanan sektor publik (SESPANAS LAN dalam Nurhasyim, 2004:16) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah:

- a. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
- b. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.

- c. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar. Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standar dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.
- d. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas; masyarakat eksternal dan internal.

Dasar-dasar Pelayanan Publik dan Pelayanan Prima

Pelayanan masyarakat (publik) adalah segala bentuk pelayanan sektor publik yang dilaksanakan aparatur pemerintah, termasuk aparat yang bergerak di bidang perekonomian dalam bentuk barang dan atau jasa, yang sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Sianipar, 1998: 5). Dalam pengertian tersebut secara konkret diutarakan beberapa hal:

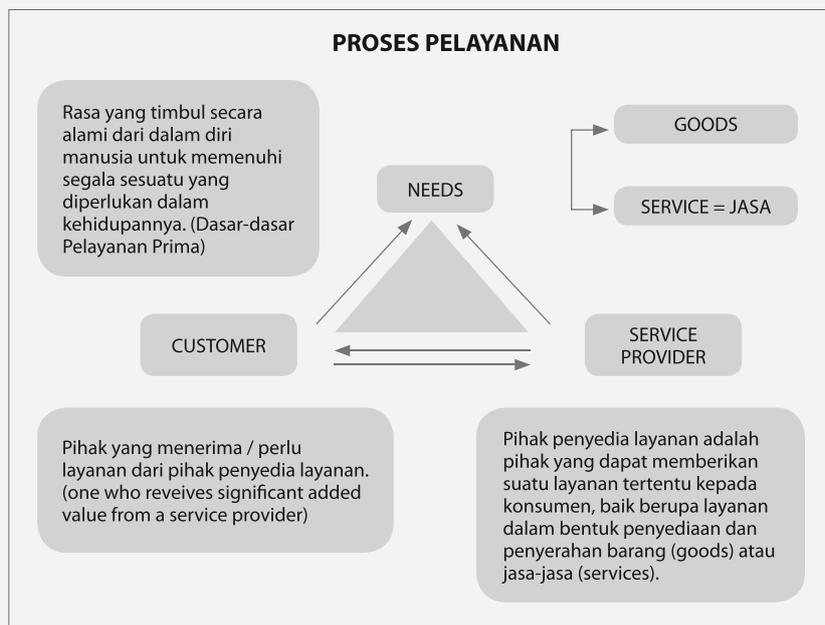
1. Pelayanan itu merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan aparatur pemerintah, termasuk aparatur di bidang perekonomian
2. Obyek yang dilayani adalah masyarakat (publik)
3. Bentuk layanan itu barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Proses Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu proses. Proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan kemudian diberikan kepada pelanggan. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok (Gonroos dalam Sutopo dan Suryanto, 2003: 13):

- a. *Core service* adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai produk utamanya. Misalnya untuk hotel berupa penyediaan kamar. Perusahaan dapat memiliki beberapa *core service*, misalnya perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan luar negeri.
- b. *Facilitating service* adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Misalnya pelayanan "*check in*" dalam penerbangan. *Facilitating service* merupakan pelayanan tambahan yang wajib.
- c. *Supporting service* adalah pelayanan tambahan untuk meningkatkan nilai pelayanan atau membedakan dengan pelayanan pesaing. Misalnya restoran di suatu hotel.

Janji pelayanan (*service offering*) merupakan suatu proses yaitu interaksi antara pembeli (pelanggan) dan penjual (penyedia layanan). Pelayanan meliputi berbagai bentuk. Pelayanan perlu ditawarkan agar dikenal dan menarik perhatian pelanggan. Pelayanan yang ditawarkan merupakan "janji" dari pemberi layanan kepada pelanggan yang wajib diketahui agar pelanggan puas seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Proses Pelayanan

Agar dapat menyelenggarakan pelayanan dengan baik dan berkualitas pelayanan perlu memperhatikan tata cara atau aturan prosedur yang adil. Leventhal dalam Faturochman (2001: 24) menyatakan bahwa tujuh aturan pokok dalam prosedur yang adil yaitu:

- a. Ada aturan yang jelas dan kriteria yang baku sebagai standar dalam melakukan evaluasi
- b. Ada wakil yang berfungsi mengumpulkan informasi dan membuat keputusan sehingga tuntutan-tuntutan yang berkaitan dengan keadilan prosedur arahnya jelas
- c. Ada tindakan nyata untuk mengumpulkan dan menyangkan informasi. Tanpa aktivitas ini maka penilaian keadilan akan sulit dilakukan
- d. Ada struktur dan hirarki keputusan. Kedudukan hasil keputusan harus diatur posisinya sehingga secara sistematis peran masing-masing menjadi jelas, keputusan yang posisinya lebih tinggi tidak bisa dibatalkan oleh keputusan yang posisinya lebih rendah.
- e. Keputusan yang dibuat selalu disimpulkan secara terbuka kepada semua pihak yang bersangkutan. Ini merupakan upaya untuk menjadi netralisasi dan minimalisasi bias
- f. Prosedur selalu dijaga agar tetap standar melalui pengawasan dan pemberian sanksi bila ada penyimpangan
- g. Ada mekanisme untuk mengubah prosedur bila prosedur yang ditetapkan ternyata tidak bisa jalan

sesuai dengan ketentuan

Dalam pelaksanaan pelayanan masyarakat sesuai dengan Kepmen PAN No 63/2003 menetapkan beberapa komponen standar minimum pelayanan yaitu:

1. Prosedur pelayanan mencakup beberapa sub-unsur yang digunakan untuk menilai kinerja instansi pelayanan publik adalah:
 - a) kesederhanaan prosedur, b) persyaratan pelayanan, c) keadilan mendapatkan pelayanan.
2. Jangka waktu pelayanan mencakup sub unsur: a) kecepatan pelayanan, b) kepastian jadwal.
3. Biaya pelayanan mencakup sub-sub unsur: a) kewajaran biaya, b) kepastian biaya pelayanan.
4. Produk pelayanan.
5. Sarana dan prasarana mencakup sub-sub unsur: a) kenyamanan lingkungan, b) keamanan pelayanan
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan adalah penilaian sebuah instansi pelayanan publik.

Hal ini senada dengan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MENPAN) Nomor 81/1995. Dalam keputusan ini dijelaskan sendi-sendi pelayanan prima:

- a) Kesederhanaan, dalam arti bahwa prosedur/tatacara pelayanan diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
- b) Kejelasan dan kepastian, dalam arti adanya kejelasan dan kepastian mengenai: 1) prosedur/tata cara pelayanan umum; 2) persyaratan umum, baik teknis maupun administratif; 3) unit kerja dan/atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum; 4) rincian biaya/tarif pelayanan umum dan tata cara pembayarannya; 5) jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum; 6) hak dan kewajiban baik dari pemberi maupun penerima pelayanan umum berdasarkan bukti-bukti penerima.
- c) Keamanan, dalam arti bahwa proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.
- d) Keterbukaan, dalam arti bahwa prosedur/tatacara, persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan umum, waktu penyelesaian dan rincian biaya/tarif dan hal-hal lain yang berkaitan

- dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.
- e) Efisien dalam arti: 1) persyaratan pelayanan umum hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan umum yang diberikan, 2) dicegah adanya pengulangan pemenuhan kelengkapan persyaratan, dalam hal proses pelayanannya mempersyaratkan dari satuan kerja/ instansi pemerintah lain yang terkait.
 - f) Ekonomis, dalam arti pengenaan biaya pelayanan umum harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan: 1) nilai barang dan atau jasa pelayanan umum dan tidak menuntut biaya yang tinggi di luar kewajiban, 2) kondisi dan kemampuan masyarakat untuk membayar secara umum, 3) ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - g) Keadilan yang merata, dalam arti cakupan/jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil.
 - h) Ketepatan waktu, dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselenggarakan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa "pelayanan adalah pemberdayaan". Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi negara. Pelayanan prima bertujuan:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
- d. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang

- tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
- e. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
 - f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
 - g. Untuk mempertahankan pelanggan.

Manfaat Pelayanan Prima:

1. Peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan
2. Sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.
3. Meningkatkan pengetahuan dasar tentang sistem penyelenggaraan pemerintahan negara bidang tugas, budaya organisasinya dalam melaksanakan tugas dan perannya sebagai pelayan masyarakat
4. Meningkatkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan sikap untuk dapat melaksanakan tugas jabatan secara profesional dengan dilandasi kepribadian dan etika PNS sesuai dengan kebutuhan instansi.

Prinsip Service Excellence

Penerapan prinsip-prinsip pelayanan prima bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan atau konsumen agar lebih maksimal dan berhasil. Prinsip pelayanan prima diperlukan untuk mengatur langkah-langkah, cara-cara atau strategi dalam menjalankan fungsi perusahaan atau organisasi untuk melayani pelanggannya. Melalui prinsip pelayanan prima ini, suatu perusahaan maupun organisasi akan diarahkan pada pencapaian tujuan yang hendak dicapainya, terutama dalam meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat khususnya pada para pelanggan. *Service excellence* dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip 3 A: 1). *attitude* (sikap), 2). *attention* (perhatian), 3). *action* (tindakan).

Penerapan prinsip-prinsip pelayanan prima bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan atau konsumen agar lebih maksimal dan berhasil. Jadi, penerapan prinsip-prinsip tersebut merupakan tujuan utama dari pencapaian pelayanan. Prinsip pelayanan prima diperlukan untuk mengatur langkah-langkah, cara-cara atau strategi dalam menjalankan fungsi perusahaan atau organisasi untuk melayani pelanggannya. Menurut Lukman dan Sutopo (2001: 8-15) mengatakan prinsip pelayanan prima adalah sebagai berikut:

Prinsip pertama, menciptakan citra positif di mata pelanggan dengan memperhatikan hal-hal berikut:

1. Berusaha mengerti lebih dulu, baru dimengerti, maksudnya bersikaplah mengerti apa yang didengar

dari pelanggan, jangan serba tahu atau sibuk dengan kegiatan lain;

2. Mengetahui karakter pelanggan, seperti:
 - a. Memusatkan perhatian pada pelanggan;
 - b. Memberikan pelayanan yang efisien;
 - c. Meningkatkan perasaan harga diri pelanggan;
 - d. Dapat menentukan apa keinginan pelanggan, mengalihkan pelayanan ke orang lain.

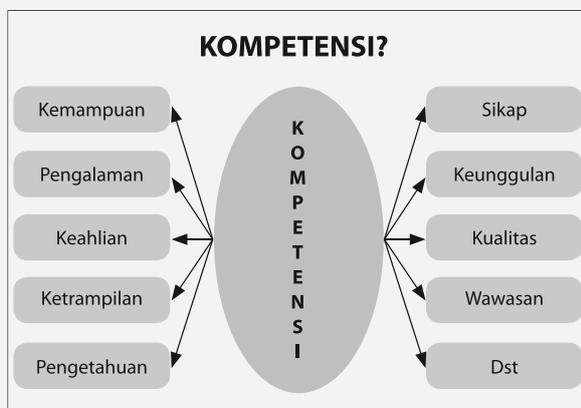
Prinsip kedua, cara meningkatkan citra positif di mata pelanggan dengan cara mengenal karakter pelanggan yaitu:

1. Kategori pelanggan yang pendiam;
2. Kategori pelanggan tak sabar;
3. Kategori pelanggan yang banyak bicara
4. Kategori pelanggan yang senang berdebat/ membantah;
5. Kategori pelanggan yang banyak permintaan

Standar Mutu Pelayanan

Standar mutu pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik, dengan memperhatikan baku mutu pelayanan (LAN RI 2004). Untuk mencapai standar mutu pelayanan masalah **kompetensi** menjadi penting, karena kompetensi menawarkan suatu kerangka kerja organisasi yang efektif dan efisien dalam mendayagunakan sumber-sumber daya yang terbatas. Seseorang yang memiliki kompetensi dalam profesinya akan dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik serta efisien, efektif, tepat waktu dan sesuai dengan sasaran.

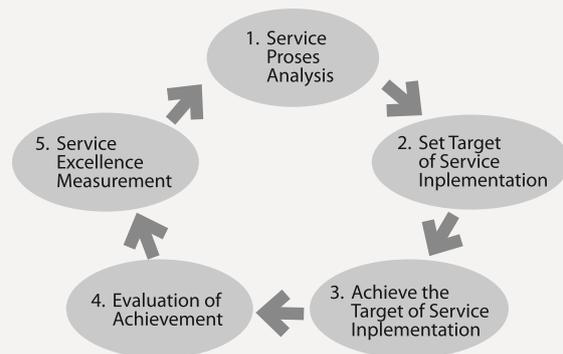
Kompetensi adalah kemampuan dan karakteristik yang dimiliki oleh seorang PNS, berupa pengetahuan, keterampilan dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas jabatannya (PP 101 Tahun 2000) seperti terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kompetensi

Hal-hal yang perlu diperhatikan, berkaitan dengan konsep *service excellence* yaitu:

1. Apabila dikaitkan dengan tugas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat maka *service excellence* adalah pelayanan yang terbaik kepada masyarakat.
2. *Service excellence* didasarkan pada standar pelayanan yang terbaik.
3. Untuk instansi yang sudah mempunyai standar pelayanan maka *service excellence* adalah pelayanan yang memenuhi standar
4. Apabila pelayanan selama ini sudah memenuhi standar maka *service excellence* berarti adanya terobosan baru, yaitu pelayanan yang melebihi harapan pelanggan.
5. Untuk instansi yang belum mempunyai standar pelayanan maka *service excellence* adalah pelayanan yang terbaik dari instansi. Usaha selanjutnya adalah menyusun standar *service excellence* seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Konsep *service excellence*

Harapan Pelanggan Terhadap *Service Excellence*

Setiap pelanggan sudah pasti mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang terbaik dari pedagang, penjual atau produsen. Umumnya harapan itu berupa sikap sopan santun, perhatian dan pelayanan yang cepat terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan.

Dalam memberikan *service excellence* yang diharapkan oleh para pelanggan perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pelayanan pegawai

Setiap pelanggan sudah pasti mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang terbaik dari pedagang, penjual atau produsen. Umumnya harapan itu berupa sikap sopan santun, perhatian, dan pelayanan yang cepat terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan.

2. Pendekatan positif

Membina karyawan agar memiliki keterampilan dalam menerapkan *service excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah. Namun pemimpin harus berusaha memberikan keteladanan penerapan *service excellence* terhadap bawahan.

3. Perhatian

Hal-hal yang diharapkan pelanggan adalah sistem yang menyenangkan pelanggan (*friendly system*). perlakukan mereka dengan sebaik-baiknya, keinginan pelanggan adalah pelayanan yang terbaik

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur puas tidaknya pelanggan/konsumen dapat dinilai dari persepsi pelanggan itu sendiri, apakah itu reaksi emosional yang menyenangkan maupun reaksi yang tidak menyenangkan terhadap produk/jasa atau pelayanan yang diterima. Gearson (1993: 23) mengatakan bahwa untuk mempelajari cara-cara memperbaiki mutu, mengetahui dan meningkatkan kepuasan konsumen perlu dilakukan program pengukuran mutu dan kepuasan konsumen. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan maupun organisasi pelayanan publik untuk mengevaluasi kinerjanya. Umpan balik dari pelanggan secara langsung atau dari *focus group* atau dari keluhan pelanggan merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat menggunakan indeks kepuasan yaitu alat yang dirancang untuk mengukur seberapa puas pelanggan terhadap kualitas produk atau jasa yang diterima. Dengan membandingkan nilai indeks ini, secara longitudinal, dapat diperoleh informasi yang sangat berharga untuk perbaikan internal serta mengetahui kecenderungan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (1996 : 254) ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran.

Disini perusahaan memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada konsumen untuk menyampaikan saran, komentar, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan berupa kotak saran, kartu komentar, saluran bebas pulsa dan sebagainya

2. Survey kepuasan konsumen

Metode ini adalah metode yang paling populer, yaitu dengan melaksanakan penelitian survey baik dengan survey melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi/langsung

3. *Ghost shopping* (pembelian bayangan)

Dengan metode ini perusahaan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen potensial perusahaan dan pesaing untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan produk pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk atau jasa tersebut. *Ghost shopping* dapat juga dilakukan dengan cara mengamati perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan konsumen, cara menjawab pertanyaan konsumen dalam menangani setiap keluhan.

4. *Lost customer analysis*

Dengan metode ini, perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti atau yang telah beralih pada produk atau penyedia jasa yang lain agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan agar perusahaan dapat mengambil kebijakan/ penyempurnaan selanjutnya

Sedangkan menurut Martila dan John dalam Supranto (1997 : 239) mengatakan bahwa untuk mengukur kepuasan konsumen dari sisi kepentingannya dapat digunakan *Important Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Konsumen. Disini persepsi atau tingkat pelaksanaan pelayanan akan dibandingkan dengan tingkat kepentingannya bagi konsumen. Kalau di konsepkan, untuk mengetahui puas tidaknya konsumen dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Kepentingan} = \frac{\text{Skor Penilaian Kinerja Perusahaan}}{\text{Skor Penilaian Kepentingan Konsumen}}$$

Gearson (2002 : 65-76) menambahkan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- Survei tertulis yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis disertai dengan jawaban yang mensyaratkan orang untuk menjawab sesuai dengan skala yang ditetapkan sebelumnya.
- Survei telepon sangat efektif untuk mengumpulkan data kepuasan pelanggan jika petugas surveinya sangat terlatih dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan, ada panduannya dan dapat menghubungi pelanggan pada waktu yang tepat.
- Wawancara tatap muka dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada responden dan tidak diperkenankan untuk melenceng dari urutan dan batasan yang telah ditetapkan
- Kelompok fokus (*focus group*) adalah kelompok yang biasanya terdiri dari 3 sampai 10 orang yang bertemu dengan fasilitator untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan cara berdiskusi dalam kelompok

berkaitan dengan kinerja suatu lembaga dan menjelaskan kepuasannya terhadap jasa yang mereka terima.

Rangkuti (2002 : 87-90) menambahkan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara:

1. Tradisional Approach yaitu pelanggan diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator prosuk atau jasa yang mereka nikmati (pada umumnya dengan menggunakan skala Likert).
2. Analisa secara deskriptif yaitu perhitungan nilai rata-rata, nilai distribusi serta standar deviasi

Kesimpulan

Pelayanan prima merupakan kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan secara baik atau minimal sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditentukan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan dan memuaskan pelanggan. Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara **Nomor KEP/25/M.PAN/2/2004**,

tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. Salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan prima sangat tergantung pada tingkat kepuasan pelanggan yang dilayani. Pengukuran tingkat kepuasan merupakan hal yang penting dilakukan secara terus menerus untuk mengevaluasi kinerja penyedia pelayanan dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya (pesaing), serta menemukan bagian mana yang membutuhkan perbaikan.

Sesuai dengan tuntutan nasional dan tantangan global, untuk mewujudkan **good governance** diperlukan SDM aparatur yang memiliki **kompetensi**. Kompetensi menurut UU No. 13/2003 sebagai kemampuan kerja setiap individu yang berbasis pada pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta berfokus kepada pelanggan/masyarakat secara sangat baik atau terbaik. Pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.

daftar pustaka

Alwi Dahlan, dkk. (1995). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Gearson, Richard F. (1993). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Terjemahan Hesty Widyaningrum. Jakarta: PPM

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: KEP/25/M/2/2/2004, tentang *Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah*.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Menpan Nomor 81 Tahun 1993. Menteri Negara Koordinator Pengawasan Pembangunan dan Pendayagunaan Aparatur Negara. Tentang *Penataan dan Perbaikan Pelayanan Umum*. Jakarta

Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara 2003. Surat Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63. Tahun 2003 Tentang *Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum*. Jakarta

Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

Leventhal, Lance A. (2001). *Clipper Deliver's ILibrary*. Jakarta: Dinastindo Adi Perkasa Internasional.

Norman. (1991). *Service Management*. Chicester, England: Wiley & Son.

Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Relationship Strategy: Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan & analisis kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sapara, Lukman & Sutopo. (2001). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Publik RI.

Sianipar. (1998). *Manajemen Pelayanan Masyarakat*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.

Sutopo dan Adi Suryanto. (2003). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.