

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Citra suatu organisasi atau seseorang tidak dapat lepas dari kinerja dan sosok yang selama ini ditampilkannya. Dalam sebuah proses pencitraan sebenarnya terjadi akumulasi pencerapan keyakinan atas serangkaian tanda-tanda yang disampaikannya. Hal ini berlanjut pada tanggapan yang akan diberikan individu atau pun kelompok terhadap persoalan dan tema yang muncul. Meski pun sifat kesementaraan dari pernyataan ini berlaku, namun penelitian-penelitian yang telah ada di ilmu pemasaran khususnya studi perilaku konsumen membuktikan bahwa rangkaian tanda-tanda yang telah dibangun dan hidup diantara mereka (seperti iklan, sikap pemasar, layanan yang diberikan produk) memberikan dampak yang pekat terhadap bangunan kepercayaan dan keyakinan konsumen.

Kepolisian Republik Indonesia sebagai sebuah lembaga negara yang memberikan jasa pada pencapaian usaha-usaha ketertiban dan kenyamanan (pasal 4 UU no.2 tahun 2002) pun tak dapat abai pada problem kinerja dan pencitraan diri yang dilakukannya pada masyarakat. Dalam rentang sejarahnya tercatat terjadi keunikan dalam struktur organisasinya. Kepolisian RI pernah menyatu tubuh pada

lembaga militer bernama TNI sebagai usaha bela negara (UU no.28 tahun 1997). Pada perjalanannya kemudian kritikan tajam atas hal ini datang. Kemandirian yang dituntut masyarakat lantas memaksa pemerintah saat itu untuk berpikir ulang hingga merunding menjadi keterpisahan mereka dari TNI (dalam Instruksi Presiden nomor 2 tahun 1999 dan dikuatkan kemudian melalui UU RI nomor 2 tahun 2002).

Di sisi lain masyarakat sebagai konsumen pengguna jasa kepolisian Republik Indonesia tidak dapat pula dipandang sebelah mata. Hal ini disebabkan dalam kaca mata pengelolaan negara modern, kepentingan rakyat diletakkan di singgasana tertingginya. Artinya rakyat pada suatu negara diusahakan mencapai kewenangan yang inklusif untuk memberikan pendapatnya dalam pelaksanaan negara (Giddens, 1998; h.287). Pertanyaan besarnya kemudian ialah mengapa masyarakat perlu dilibatkan dalam wacana sebuah institusi negara bernama kepolisian ? Jawaban yang bisa diberikan ada dua. Jawaban pertama atas pertanyaan diatas ialah dari kaca mata geopolitikanya, yaitu penciptaan masyarakat madani dimana terjadi kemitraan antara pemerintah dan masyarakatnya (Giddens, 1998; h.301). Kedua, dari kaca mata manajemen, masyarakat merupakan komunitas pengguna jasa, dalam hal ini jasa kepolisian Republik Indonesia. Meski hampir-hampir tidak disadari namun kehadiran para penegak hukum ini merupakan salah satu institusi yang menjamin stabilitas garis yurisdiksi bernama negara dan garis kultural bernama masyarakat.

Kepolisian sebagai alat negara dan alat masyarakat bertujuan dalam rangka untuk memenuhi rasa aman masyarakat. Artinya institusi ini diselenggarakan sebagai upaya pelayanan umum. Namun seringkali berkembang anggapan di tengah masyarakat bahwa polisi adalah sesuatu institusi yang alami, yang berkembang bersamaan perkembangan sebuah negara hingga mereka seperti terpisah dari doktrin pelayan masyarakat. Ditambah lagi bahwa upaya penegakan ketertiban dan keamanan diakui memiliki kesenjangan yang berarti antara kenyataan dan harapan. Padahal kepolisian ialah institusi yang diadakan yang berarti kepolisian merupakan institusi yang nurture, berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Artinya Polri harus selalu bergerak dinamis untuk memahami masyarakat sebagai bentukan social yang terus berubah dan berkembang.

Hal ini benar kalau melihat tugas dan fungsi negara namun saat mereka ulang bagaimana fungsi ini dijalankan maka terlihat bahwa banyak hal dalam tubuh kepolisian yang tidak pada tempatnya. Meskipun banyak tuduhan yang dialamatkan bahwa penyimpangan itu karena rendahnya gaji yang diterima aparat kepolisian namun tidak serta merta wacana tentang kepolisian ini menjadi mandeg begitu saja.

Berdasarkan pertimbangan itu penelitian ini tidak berada pada sisi lain tersebut. Namun pada sisi dimana kata 'pelayanan' adalah sebuah ranah manajemen modern. Terlebih dalam urusan pencitraan yang diungkapkan di awal tulisan, merupakan bagian tak terpisahkan dari pemetaan manajemen pemasaran jasa.

Alasannya sederhana, mengutip Bebeko (2000) dikatakan bahwa penelitian tentang kualitas jasa bergerak dalam daerah antara harapan konsumen dan keluasan tak tertagihnya. Padahal perlu diingat bahwa dalam sudut pandang manajemen pemasaran, konsumen diletakkan sebagai obyek utamanya karena keberhasilan produk dan jasa terletak di tangan konsumen. Keberhasilan ini dapat diukur dari umpan balik yang diberikan konsumen. Pada produk sebagai contoh yang paling kentara adalah pembelian yang meningkat. Sedang pada jasa nampak pada simpati konsumen, keakraban, kepedulian, dan pengetahuan mereka akan jasa yang diberikan.

Pemasaran jasa sendiri memiliki lima dimensi yang membentuk sebuah bangunan bangunan pelayanan jasa (Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, 1996; h.117). Ke lima dimensi itu adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Menurut mereka kelima dimensi di atas merepresentasikan bagaimana konsumen mengorganisasikan informasi tentang pelayanan jasa dalam perspektif konsumen. Sementara pelayanan jasa sendiri bergerak dalam keluasan daerah yang berwujud dan tak berwujudnya. Lebih lanjut daerah inilah yang menjadi ruang dan obyek penelitian manajemen jasa. Maka dengan mengingat beberapa pertimbangan sederhana ini lah, ruang penelitian dengan mengambil Kepolisian RI sebagai model dan obyek penelitian berlangsung.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penilaian masyarakat terhadap kinerja layanan jasa Kepolisian RI ?

1.3 Batasan Masalah

1. Obyek

Obyek penelitian menitikberatkan pada tugas utama Kepolisian RI dalam bidang keamanan dan ketertiban masyarakat

2. Responden

Responden dalam penelitian ini ialah mahasiswa S1 yang berdomisili di Yogyakarta, khususnya di wilayah Babarsari. Artinya hasil dari penelitian tidak dapat dipakai untuk kewenangan penelitian yang lebih luas.

3. Atribut-atribut yang dipergunakan

Pendekatan terhadap masalah ini dilakukan dengan memakai skala pengukuran kualitas jasa (SERVQUAL) yang telah dilakukan Parasuraman (1988) dalam kertas kerja yang telah dipublikasikannya. Skala ini mulanya terdiri dari lima dimensi utama yang ditujukan untuk menilai pelayanan sebuah organisasi dan mempunyai 22 item pertanyaan. Sesungguhnya lima dimensi ini menemukan relevansinya dalam basis business to business services, namun karena dalam perspektif modern, Kepolisian RI diletakkan dalam sebuah proses penciptaan kemitraan

antara pemerintah dan rakyatnya, maka tepat di titik itulah Kepolisian RI tidak lagi ditempatkan sebagai agen pemerintah semata tetapi lebih sebagai sebuah unit jasa seperti pada business to business services lain. Namun untuk kepentingan penelitian ini, hanya ada 20 pertanyaan yang relevan dan telah dimodifikasi agar bersesuaian dengan tema penelitian. Dua pertanyaan terpaksa ditiadakan karena dinilai tidak relevan dengan tema penelitian. Dua pertanyaan tersebut dari dimensi tangibles yang terkait dengan fasilitas fisik serta jam pelayanan yang dilakukan Kepolisian RI.

Tangibles (keberwujudan)

Tampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan materi komunikasi (terdapat 3 pertanyaan)

Reliability (kepercayaan)

Kemampuan untuk menunjukkan jasa yang diberikan secara meyakinkan dan akurat (terdapat 4 pertanyaan)

Responsiveness (tanggapan)

Kemauan untuk menolong konsumen dan menyediakan jasa yang dimaksud (terdapat 4 pertanyaan)

Assurance (jaminan)

Pengetahuan dan pemahaman dari personel dan kemampuan mereka untuk dipercaya (terdapat 5 pertanyaan)

Empathy (empati)

Perhatian khusus dari institusi pada konsumen (terdapat 4 pertanyaan)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesungguhnya memiliki tiga dimensi ruang. Tiga dimensi itu ialah :

- Tujuan jangka panjang

sebagai usaha membuka, memperkaya, dan memperlebar pemahaman ilmu manajemen pemasaran sebagai sebuah disiplin ilmu dengan batas-batas teoritis yang meluas.

- Tujuan jangka menengah

menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama ini

- Tujuan jangka pendek

sebagai prasyarat kelulusan dan mendapatkan gelar Strata-1 (S1)

1.5 Manfaat Penelitian

Bagi sidang pembaca

Memberikan gambaran terhadap meluasnya cara baca ilmu pemasaran dan penggunaannya.

Bagi Penulis

Merupakan langkah awal untuk memahami kesatuan antara ilmu yang terkait sebagai usaha melepaskan diri dari konstruktivisme kebuntuan persitegangan pola pikir ilmu humaniora yang seakan membangun dirinya tanpa pondasi dari ilmu-ilmu yang terkait.

1.6 Hipotesa

Dari perumusan masalah di atas, dapat dibangun sebuah hipotesa utama tentang penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan jasa Kepolisian RI yaitu :

- Adanya penilaian yang baik terhadap kinerja pelayanan jasa Kepolisian RI.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Metode pengumpulan data

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari lapangan, dikumpulkan dengan memakai teknik kuisisioner. Pernyataan-

pernyataan yang tersedia dalam kuisioner diwakilkan dalam sebuah skala interval. Sedang besaran angka yang terwakilkan menggunakan skala Likert. Masing-masing kategori akan diberikan bobot penilaian yang berkisar dari 1-5. Berikut ini disajikan notasi kategori :

1. Sangat Setuju	bobot 5
2. Setuju	bobot 4
3. Netral	bobot 3
4. Tidak Setuju	bobot 2
5. Sangat Tidak Setuju	bobot 1

b. Data sekunder

Data sekunder digunakan untuk menunjang pondasi bangunan teoritis dari tema yang diajukan. Dalam penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari literatur, pustaka, dan jurnal.

1.7.2 Metode Pengambilan Data primer

1.7.2.1 Populasi

Mahasiswa S1 yang memiliki identitas formal sebagai warganegara Republik Indonesia dan tinggal di wilayah Babarsari.

1.7.2.2 Pengambilan sampel data primer

a. sampel diambil dengan memakai metode purposive random sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak namun dengan mempertimbangkan hal tertentu (Sugiyono, 2002: h.78). Hal yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini ialah tingkat pendidikan responden (mahasiswa S-1). Selain itu tingkat usia rata-rata responden cenderung seragam dengan kisaran antara 18-27 tahun sehingga menghindari adanya perbedaan penilaian akibat usia dapat dihindari.

b. besaran kuantitas sampel yang diambil 100 responden

1.7.3 Metode Pengukuran Data

Pengukuran data dalam penelitian ini terdiri atas pemberian notasi angka atas pengambilan data secara empiris dengan aturan-aturan tertentu. Kemudian hasil mentah pengambilan data akan dihitung dengan skala Likert. Skala ini berkisar antara 1-5 yang masing-masing angka mewakili satu tanggapan dari responden. Hasilnya lantas dijumlahkan dengan operasi perhitungan matematika yang telah ditetapkan.

1.7.4 Metode Analisis Instrumen

1.7.4.1 Analisis Validitas

Analisis Validitas adalah sebuah alat untuk mengukur kesahihan instrumen (Sekaran, 2000: h. 245). Validitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah validitas isi. Menurut Husein Umar (2000: h.183) validitas isi diterjemahkannya sebagai suatu 'pengukur' yang dipertimbangkan berdasarkan isi alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

1.7.4.2 Analisis Reliabilitas

Analisis reliabilitas adalah sebuah pengujian instrumen yang menyatakan konsistensi dan stabilitasnya (Sekaran, 2000: h. 248). Teknik yang dipakai untuk menguji kesahihan konsistensi dan stabilitas butir pertanyaan adalah menggunakan koefisien keyakinan alpha Cronbach.

1.7.5 Metode Analisis Data

1.7.5.1 Analisis Persentase

Dipakai untuk mengukur jumlah responden berdasar karakteristik tertentu. Yang dimaksud dengan karakteristik tertentu dalam penelitian ini adalah gender.

Rumus perhitungan matematisnya sebagai berikut :

$$P = \frac{X}{n} \times 100\%$$

Dimana :

P = hasil persentase

X = banyaknya elemen dengan karakteristik

n = jumlah sampel

1.7.5.1 Analisis Arithmetic Mean

Analisis ini dipakai untuk mencari rata-rata hitung dari pengambilan sampel. Pada penelitian ini menempuh dua kali penghitungan rata-rata hitung. Pertama, menghitung terlebih dahulu rata-rata hitung per butir pertanyaan. Kedua, menghitung rata-rata hitung masing-masing dimensi. Hasil yang diperoleh pada masing-masing dimensi kemudian akan diperbandingkan.

Notasi perhitungan sebagai berikut :

$$t = \frac{\sum x_n}{n.N}$$

dimana :

t = arithmetic mean

$\sum x_n$ = jumlah skor

n = jumlah butir pertanyaan pada tiap bagian

N = jumlah responden

1.8 Struktur Penulisan

BAB I Pendahuluan

Ialah sebuah permulaan yang menjelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, metode pengambilan sample, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bagian dari keseluruhan penelitian yang khusus berbicara tentang dasar pemikiran dan keyakinan atas topik yang diteliti. Teori diuraikan sebagai sebuah pondasi untuk memahami penelitian.

BAB III Analisis Data

Proyeksi olahan dan analisis atas pengambilan data secara empiris yang sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV Kesimpulan

Penyimpulan atas seluruh kerja penelitian dengan mengkutsertakan saran, masukan, dan kritikan.