

ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT MENGENAI PELAYANAN PUBLIK DI SISTEM ADMINISTRASI MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT) KOTA SAMARINDA

Muhammad Nazir¹

Abstrak

Muhammad Nazir, 0902055250, Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda, dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Hj. Aji Ratna Kusuma, selaku pembimbing I, Bapak Syahrul Shahrial, S. Sos. M. Si selaku pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Penelitian ini bertujuan sebagai bahan kajian bagi masyarakat yang memerlukan informasi, tentang bagaimana Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda, serta sebagai sumbangan pemikiran kepada penyedia penyelenggara pelayanan di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

Tipe penelitian ini menggunakan Deskriptif kualitatif dengan metode penelitian analisis data model interaktif. Fokus Penelitian ini meliputi unsur (stimulus, S), (Organism, O), (Response, R), serta faktor pendukung dan penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas penyelenggara pelayanan di Sistem administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda yang diberikan kepada masyarakat masih rendah dilihat dari kurangnya sensitivitas pegawai dalam memberikan perhatian kepada masyarakat yang tidak disambut dengan senyum dan sapa'an yang ramah sehingga tidak adanya proses interaksi seperti kejelasan informasi dan pesan yang akan disampaikan oleh pegawai kepada masyarakat yang tidak mengerti terhadap jalur maupun proses pengurusan pajak kendaraan.

Kata Kunci : *Kepuasan Masyarkat Mengenai Pelayanan Di Samsat Kota Samarinda.*

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Ketidakmengertian penyelenggara pelayanan akan instruksi kerja yang diberikan oleh atasan dan kurangnya kesadaran penyelenggara pelayanan dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap hasil kerja yang mereka lakukan. Ketidakmengertian akan informasi atas pekerjaan yang mereka lakukan ini terkait dengan proses komunikasi yang dilakukan di internal organisasi.

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : MuhammadNazir710@gmail.com

Berdasarkan observasi peneliti, bahwa kantor memiliki pegawai khususnya di jasa pelayanan memiliki, dua satpam, tiga Costumer Service, tiga teller, dan empat petugas pengurusan berkas kendaraan. Sedangkan masyarakat dari kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda yang datang memiliki karakteristik dan prilaku yang berbeda-beda. Ketidakmengertian masyarakat dalam proses pelayanan yang diberikan kantor SAMSAT pun menjadi suatu keluhan dari masyarakat dan hal ini terkait dengan kurangnya kesadaran pegawai khususnya dalam memberikan pelayanan publik yang di tunjukkan oleh pegawai SAMSAT terhadap masyarakat pada saat memberikan pelayanan yang kurang baik dan kurang memuaskan kepada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menggambarkan Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.
2. Menganalisa apa saja faktor pendukung dan penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan kajian bagi masyarakat yang memerlukan informasi, tentang bagaimana Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.
2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

2.1 Teori Dan Konsep

2.1.1 Teori S-O-R

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus–Organism–Response ini semula berasal dari psikologi. Karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (Stimulus S)
- b. Komunikan (Organism O)

c. Efek (Response R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” Bukan “what” dan “why”. Jelasnya how to communicate, dalam hal ini how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “sikap manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, jenis dan kelly yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- a. Perhatian.
- b. Pengertian.
- c. Penerimaan.

Pada Teori ini menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin di terima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.

Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap

2.1.4 Teori Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2008:16) Kepuasan adalah perasaan seseorang tentang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut Francis Buttle (2007:29) kepuasan pelanggan adalah “respons berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu.

Sedangkan David L.Kurtz (2010:316) Kepuasan dapat diukur dalam hal kesenjangan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka anggap telah mereka terima.

2.1.6 Teori Pelayanan Publik

2.1.6.1 Pengertian Pelayanan Publik

Menurut Nurcholish (2005: 178), memberikan pengertian publik adalah sejumlah orang yang mempunyai kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang mereka miliki. Seiring besarnya tuntutan akan penerapan Good Governace, tuntutan akan pelayanan public yang berkualitas juga menjadi semakin besar. Pemerintah juga telah mengeluarkan berbagai kebijakan dalam rangka peningkatan pelayanan, seperti pelayanan prima, dan standar pelayanan minimal. Akan tetapi perbaikan kualitas pelayanan masih belum berjalan sebagaimana yang diharapkan pelayanan untuk mengkaji hal tersebut dan mengembangkan suatu model manajemen pelayanan yang responsif dan akuntabel.

2.1.7 Teori Etika Pelayanan Publik

Etika pelayanan public sebagai filsafat dan professional standart (kode etik) atau moral atau right rules of conduct (aturan perilaku yang benar) yang seharusnya dipatuhi oleh pemberi pelayanan public. (Denhart, 2008: 168)

Etika pelayanan public adalah suatu cara dalam melayani public dengan menggunakan kebiasaan-kebiasaan yang mengandung nilai-nilai hidup dan hukum atau norma yang mengatur tingkah laku manusia yang dianggap baik. (Rohman, dkk)

2.1.9.6 Etika Pegawai Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Di Kota Samarinda

Secara spesifik nilai-nilai dasar dan etika PNS sebagai elemen utama organisasi pemerintah telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2004 Tentang Pembinaan Jiwa Korps dan Kode Etik PNS. Nilai-nilai dasar tersebut yang harus dijunjung tinggi oleh setiap PNS, yaitu :

1. Ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa;
2. Kesetiaan dan ketaatan kepada Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945;
3. Semangat nasionalisme;
4. Mengutamakan kepentingan Negara di atas kepentingan pribadi atau golongan;
5. Ketaatan terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan;
6. Penghormatan terhadap hak asasi manusia;
7. Tidak diskriminatif;
8. Profesionalisme, netralitas dan bermoral tinggi; dan
9. Semangat jiwakorps.

2.1.10 Pelayanan

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan bahkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama. Pelayanan kepada pelanggan merupakan satu unsur terpenting dalam komunikasi pemasaran. Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan.

2.1.10.4 Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

2.2 Definisi Konsepsional

Definisi Konsepsional atau kerangka konsepsional adalah suatu abstraksi dari kejadian yang menjadi sasaran penelitian dan juga memberikan batasan tentang luas ruang lingkungannya.

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan senang yang langsung dirasakan oleh pelanggan ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk terpenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Ketika seorang pelanggan merasa puas maka pelanggan bisa melakukan pembelian ulang kembali bahkan pelanggan akan berbagi pengalaman yang menyenangkan kepada kerabat mereka atas hasil yang memuaskan dirinya setelah mengonsumsi produk tersebut.

Etika mempunyai banyak arti yakni kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak artinya adalah adat kebiasaan. ilmu akhlak yang membahas pola-pola aturan tentang nilai-nilai kesusilaan.

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga ekspresi muka, dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. unsur pesan (Stimulus S), komunikan (Organism O) dan efek (Response R).

Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan kesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (disingkat Samsat), adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung.

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode dengan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian seseorang, pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam, maka penelitian tersebut akan dianalisis secara kualitatif. Menurut Maleong (2000:90) penelitian kualitatif yaitu: "Suatu penelitian yang bersifat alamiah, yang bergantung pada suatu pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri berhubungan dengan orang-orang, latar dan perilaku secara menyeluruh. dalam hal ini mengenai "Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda".

3.2 Fokus Penelitian

Untuk mengetahui secara jelas mengenai indikator-indikator yang akan diukur, maka penelitian ini difokuskan pada unsur :

a. Pesan (stimulus, S)

Penyampaian informasi dalam pelayanan, serta kejelasan informasi dalam pelaksanaan pelayanan.

- b. Komunikasikan (Organism, O)
Masyarakat yang menerima informasi dan pelaksanaan pelayanan yang diberikan samsat Samarinda.
 - c. Efek (Response, R)
Respon masyarakat dengan pelayanan yang diberikan oleh Samsat Kota Samarinda.
1. Faktor pendukung dan faktor penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda

3.3 Sumber Data

Sumber Data dapat diperoleh dari Kepala Dinas SAMSAT, Kepala Bagian, Kepala Sub Bagian, Pegawai SAMSAT dan masyarakat yang sedang melakukan pembayaran pajak kendaraan dan lainnya di SAMSAT, di mana peneliti dapat mengamati, bertanya atau membaca tentang hal-hal yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Sumber Data ada dua jenis yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer yaitu Sumber data Penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber asli, yang berjumlah 9 orang sebagai berikut.

- *Key informan* (Informasi Kunci) nya yaitu Kepala Dinas SAMSAT berjumlah 1 orang.
- Informannya yaitu Kepala Bagian, Kepala Sub Bagian dan pegawai SAMSAT yang tugasnya berhubungan dengan masalah yang diteliti. Yang berjumlah 3 orang.
- Informan Lainnya yaitu Masyarakat yang berjumlah 6 orang. dilakukan secara *Purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang memberikan data secara maksimal.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder adalah Data Penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Seperti data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Untuk menunjang penelitian ini diambil dari dokumen-dokumen yang ada di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berhasil tidaknya suatu penelitian tergantung pula pada tehnik pengumpulan data yang dipergunakan, artinya apakah tehnik yang dipakai tepat atau tidak didalam mengungkapkan atau mendapatkan data seperti yang diharapkan.

Untuk mendapatkan data tersebut, maka diperlukan adanya metode tertentu dalam pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan datanya yaitu dengan menggunakan :

1. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*), darinya penulis langsung mengadakan penelitian kelapangan dengan mempergunakan beberapa cara yaitu :

- a. Observasi : yaitu pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan.
 - b. Wawancara (*interview*), yaitu penulis mengadakan tanya jawab dengan beberapa responden untuk melengkapi keterangan-keterangan yang ada hubungannya dengan penelitian ini.
2. Penelitian dokumen atau dokumen *research* artinya penelitian terhadap seluruh dokumen atau arsip-arsip yang menyangkut masalah Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

3.5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis berusaha menggambarkan Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

Karena penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka penulis menggunakan Analisis data deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk menganalisa data kualitatif menurut Miles & A. Michael (2007:21), analisa data kualitatif terdiri dari 4 komponen, antara lain:

1. Pengumpulan data yaitu data pertama atau data mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian.
2. Data reduction/penyederhanaan data yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan dengan membuat abstraksi, mengubah data mentah yang dikumpulkan dari penelitian kedalam catatan yang telah disortir tau diperiksa. Tahap ini merupakan tahap analisa data yang dipertajam atau memusatkan, membuat dan sekaligus dapat dibuktikan.
3. Penyajian data yaitu menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga diperlukan memungkinkan penarikan kesimpulan/pengambilan tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.
4. Penarikan kesimpulan yaitu sebagai langkah terakhir yang meliputi pemberian makna data yang telah disederhanakan dan disajikan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini akan disajikan data-data tentang Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda. Indikatornya terdiri dari Pesan (stimulus, S), Komunikasikan (Organism, O), Efek (Response, R), serta faktor pendukung dan penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Lokasi Tempat Penelitian

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT), atau dalam Bahasa Inggris *One Roof System*, adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatan diselenggarakan dalam satu gedung. Contoh dari SAMSAT adalah dalam pengurusan

dokumen kendaraan bermotor seperti Pajak STNK, Mutasi Kendara luar dan dalam kota, pengecekan physic, pengurusan nomor kendaraan.

SAMSAT Induk Kota Samarinda terletak di Jalan KH. Wahid Hasyim. Dimana Kantor SAMSAT ini sangat sentral sekali fungsinya bagi warga Kota Samarinda yang ingin melakukan transaksi pengurusan dokumen surat-surat bermotor seperti STNK, BPKB, Cek Physik, Mutasi kendaraan dari luar maupun dari dalam Kota Samarinda. Pengurusan itu hanya bisa dilakukan di Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

4.3.1.1 Pesan (stimulus, S)

Stimulus adalah rangsangan atau dorongan. Sehingga unsur stimulus di dalam teori ini merupakan perangsang berupa message (isi pernyataan). Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti maka unsure pesan (Stimulus) sudah sesuai dalam penyampaian pesan atau stimulus yang akan disampaikan yakni etika komunikasi yang digunakan pegawai dalam melayani masyarakat di kantor samsat induk kota samarinda menggunakan prinsip 3S, yaitu Senyum Sapa, dan, Salam, serta kejelasan informasi dan pesan yang disampaikan pegawai, maka etika komunikasi yang dipakai adalah sebagai Pesan (Stimulus) khusus yaitu rangsangan atau dorongan yang akan ditujukan kepada masyarakat sebagai komunikannya (Organism).

Deontologis berasal dari bahasa Yunani, deon yang berarti kewajiban (duty). Artinya, etika deontology menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan tersebut, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya, motivasi, kemauan dengan niat yang baik dan dilaksanakan berdasarkan kewajiban, serta bernilai moral.

“Teleologis berasal dari bahasa Yunani, yaitu telos yang artinya tujuan. Teleologis menjelaskan baik atau buruknya sikap tersebut justru tergantung dari tujuan yang hendak dicapai, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut. Suatu tindakan dinilai baik kalau berakibat atau bertujuan mencapai sesuatu yang baik pula. (Sony, 1993: 29-30).

“Etika pelayanan public adalah suatu cara dalam melayani public dengan menggunakan kebiasaan-kebiasaan yang mengandung nilai-nilai hidup dan hukum atau norma yang mengatur tingkah laku manusia yang dianggap baik” (Rohman,dkk)

4.3.1.2 Komunikan (Organism, O)

Organism adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau didalam istilah komunikasi, sehingga unsur organism didalam teori ini adalah receiver (penerima pesan) yaitu masyarakat sebagai penerima pesan didalam pengurusan pajak kendaraan dikantor samsat kota samarinda.

Kepuasan adalah perasaan seseorang tentang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya". Kotler (2008:16)"

"Kepuasan dapat diukur dalam hal kesenjangan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka anggap telah mereka terima". David L.Kurtz (2010:316)

Berdasarkan hasil wawancara masyarakat yang terlibat didalam pengurusan pajak kendaraan di kantor samsat kota samarinda maka diantara mereka memiliki tanggapan yang berbeda-beda mengenai kepuasan masyarakat dalam menerima pesan(Stimuus) yang di sampaikan oleh pegawai kantor samsat kota samarinda. Unsur Pesan (Stimulus) yang dijelaskan sebagai penyampaian informasi dan pesan yang diberikan oleh pegawai sudah sesuai dan efektif terhadap standar pelayanan yang ditetapkan oleh kantor samsat induk kota samarinda, mereka merasa puas dan terlayani terhadap apa yang diterimanya didalam pelayanan yang diberikan oleh pegawai kantor samsat kota samarinda, kejelasan informasi dalam memberikan informasi mengenai jalur loket kemana yang harus dituju dari awal, serta kelengkapan berkas yang harus dipenuhi sesuai apa yang dibutuhkan oleh kantor samsat kota samarinda.

Berbeda dengan tanggapan diatas, beberapa masyarakat menanggapi mengenai penyampaian pesan yang disampaikan oleh pegawai kantor samsat induk kota samarinda masih kurang, Seperti bapak Marzuki mengenai ketidaktahuan terhadap jalur dalam loket yang harus dituju.

Uraian diatas menjelaskan bahwa apa yang diinginkan oleh masyarakat dalam pengurusan pelayanannya pun masih kurang. maka penerapan pelayanan yang diberikan oleh pegawai kantor samsat induk kota samarinda masih belum efektif, karena dilihat dari ungkapan masyarakat diatas seperti kurangnya sensitivitas pegawai dalam memberikan perhatian kepada masyarakat yang datang, hal ini dilihat dari kurangnya kesadaran pegawai dalam menyambut masyarakat dengan sapa'an sehingga tidak adanya suatu proses interaksi dan tidak adanya kejelasan informasi dan pesan yang akan disampaikan oleh pegawai didalam pelayanan di kantor samsat induk kota samarinda.

Dari hasil penjelasan diatas maka unsur organism (komunikasikan) yang menerima pesannya sudah sudah sesuai, yang dimaksud Organism(Komunikasikan) adalah masyarakat menerima pesan yang disampaikan oleh stimulus (pegawai), berikutnya komunikasikan mengerti, sehingga komunikasikan mengolahnya maka terjadilah respon untuk merubah sikap (lanjutan di pembahasan respon)

4.3.1.3 Efek (Response, R)

Respon yang dimaksud adalah reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi di dalam teori ini unsur respon adalah efek (pengaruh),

Menurut Francis Buttle (2007:29) "kepuasan pelanggan adalah "respons berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu."

Respon yang ditanggapi oleh beberapa masyarakat berbeda-beda, Seperti respon yang ditimbulkan oleh Bapak Untuk Tabrani memberikan tanggapan positif

dan dilanjutkan oleh bapak Setiawan selaku masyarakat yang menanggapi respon yang dihadapinya mengenai pertanyaan apakah ada pegawai perubahan sikapnya terlihat dalam melayani masyarakat tidak menggunakan etika komunikasi yang baik, dengan mimik wajah yang cemberut atau dengan nada emosi, Beliau mengatakan bahwa:

“Biasa-biasa saja, kalau menurut saya hanya waktu pengurusan pelayanannya saja bisa dipercepat lagi, banyak masyarakat yang datang kesini untuk mengurus wajib pajak kendaraan mereka, terkadang capek juga untuk menunggu nomor antrian, padahal kantor cabangnya sudah disebar dimana-mana, hanya saja masyarakatnya saja yang tidak tahu atau tempat tinggal mereka dekat dengan kantor samsat induk ini mungkin,” (Wawancara, 17 Februari 2015)

Bapak muhadi mengungkapkan kepuasan yang didapatnya dari segi etika komunikasi yang diberikan oleh pegawai kantor samsat kota samarinda sudah sesuai dan efektif dengan standar pelayanan yang diterapkan oleh kantor samsat kota samarinda, yaitu senyuman yang ditujukan oleh beliau, namun dapat diperhatikan lagi dalam peningkatan standar pelayanan yang akan diberikan bahwa sensitivitas pegawai seperti pengertian pegawai dalam memberikan perhatian kepada masyarakat dalam menyambut masyarakat bisa dikatakan kurang, dan respon bapak muhadi pun “bingung” terhadap berkas apa saja yang harus dilengkapi dalam pengurusan mutasi kendaraan masuk dari ponorogo, untkapnya.

“Dalam pendekatan pasar, terhadap perlindungan konsumen, keamanan konsumen dilihat sebagai produk yang paling efisien bila disediakan melalui mekanisme pasar bebas di mana penjual memberikan tanggapan terhadap permintaan konsumen. Dengan kata lain, mekanisme pasar perlu menciptakan pasar informasi konsumen jika yang di inginkan konsumen.”(Velazquez,2005:317- 319).

Berdasarkan hasil Observasi yang dilakukan oleh penulis, respon yang didapat dari masing-masing masyarakat dalam perhatian, pengertian dan penerima'an informasi dan pesan yang disampaikan oleh pegawai kantor samsat kota samarinda adalah ketidakmengertiannya masyarakat terhadap jalur pengurusan pajak kendaraan serta kelengkapan berkas yang harus dipenuhi sesuai dengan syarat yang di inginkan oleh kantor samsat kota samarinda, dari penerima'an pesan yang diterima oleh masyarakat tersebut perubahan sikap yang didapat oleh masyarakat adalah seperti: bingung, grogi, segan dan takut untuk melakukan pengurusan pajak kendaraan dikantor samsat kota samarinda, Maka efek atau respon terjadi karena adanya tindakan dari penyedia jasa pelayanan yang kurang dalam memperhatikan kebutuhan yang di inginkan oleh masyarakat, dari nada yang tinggi dalam memanggil masyarakat yang tidak mendengar bahwa berkas yang diurusnya telah selesai maka hal ini memiliki dampak atau respon yang diterima dari masyarakat merasa kurang nyaman terhadap pengurusan pajak kendaraan, kurangnya sensitivitas pegawai dalam memberikan perhatian pegawai didalam pengurusan pajak kendaraan dan tidak adanya penerimaan masyarakat yang datang dan disambut dengan senyum yang ramah.

4.3.4 Faktor pendukung dan faktor penghambat Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda.

Beberapa faktor pendukung dari hasil wawancara diatas maka dapat diuraikan kembali dipembahasan ini dan dapat disesuaikan dengan beberapa teori-teori pendukung agar hasil penelitian ini dapat menjadi hasil yang maksimal sesuai dengan harapan penulis, adapun penerapan pelayanan yang diterapkan oleh kantor samsat kota samarinda diantaranya adalah, menyediakan pembelajaran kepada para pegawai bagaimana tata cara pelayanan yang baik yang ditujukan untuk masyarakat sesuai dengan kebutuhannya,

Kembali ke pembahasan penyampaian pesan (stimulus) etika berpakaian pun ikut terlibat didalam pelayanan yang diberikan oleh kantor samsat kota samarinda, Uraian diatas tersebut sudah jelas bahwa dengan tujuan yang mereka dengan baju yang disamakan maka untuk membangun image positif terhadap masyarakat yang segan terhadap polisi yang duduk sebagai penyedia jasa pelayanan pajak kendaraan di kantor samsat kota samarinda. Ungkapan diatas pun diperkuat oleh Bapak agung mengenai kaidah-kaidah kepolisian dalam memberikan kenyamanan serta rasa aman kepada masyarakat, beliau mengatakan :

“Dapat saya jelaskan didalam kaidah-kaidah kepolisian bahwa senyum, sapa dan salam itu tidak menghilangkan rasa tegas seorang polisi didalam bagian jasa pengurusan pelayanan, seperti menginstruksikannya kepada masyarakat dengan tegas, tegas yang tidak kasar, atau tegas dalam arti jelas dan senyum itu juga tidak kami tinggalkan, kepolisian juga mempunyai peraturan perundang-undangan yang didalamnya tentang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, Mengenai rasa nyaman dalam sarana dan prasarana pelayanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat” (Wawancara, 16 Februari 2015)

Kantor samsat pun telah membuka beberapa kantor pengurusan pelayanan pajak kendaran khususnya dikota samarinda, dengan kata lain kantor samsat juga menyediakan beberapa kantor cabang yang telah disediakan di beberapa titik kota samarinda.

“yang menerangkan kewajiban dalam kehati-hatian dalam mencegah agar orang lain tidak terluka oleh produk tersebut sekalipun perusahaan secara eksplisit menolak pertanggungjawaban ini bila mereka gagal memberikan perhatian yang seharusnya bisa dilakukan dan perlu dilakukan lagi untuk mencegah agar orang lain tidak dirugikan oleh penggunaan suatu produk” (Velazquez,2005: 330).

Dari kesesuaian teori due care diatas maka sudah jelas bahwa teori ini mengemukakan kewajiban perusahaan dalam menyediakan beberapa fasilitas yang disediakan oleh kantor samsat kota samarinda kepada pegawai dan masyarakat adalah dengan tujuan agar masing-masing diantara kedua belah pihak tidak dirugikan terhadap penerapan pelayanan yang telah di tetapkan oleh instansi pemerintah, mencegah agar tidak adanya complain dari masyarakat yang merasa dirugikan terhadap pelayanan yang diberikan dan pegawai selaku penyedia jasa pelayanan pun merasa diperhatikan oleh atasan dengan tujuan untuk memberi kenyamanan kepada masyarakat terhadap pelayanan yang diberikannya.

Seerti yang di ungkapkan oleh Bapak Agung selaku Kasubnit 1 Regident

(Kepala Sub Unit 1 Registrasi dan Identifikasi), beliau mengutarakan mengenai apa saja yang mendukung mengenai analisis kepuasan masyarakat mengenai pelayanan publik di sistem administrasi manunggal satu atap (SAMSAT) kota Samarinda, beliau mengatakan bahwa:

“Yang di inginkan perusahaan itu apa? Yang di inginkan masyarakat itu apa? Karena didalam pelayanan itu target utamanya adalah masyarakat? Jadi mau tidak mau suka atau tidak suka pegawai harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada mereka. Kami menyediakan IKM yaitu “Indeks Kepuasan Masyarakat”, disana ada tingkatannya, baik, sangat baik, tidak baik atau sangat tidak baik? Jadi masyarakat bisa memberikan jawabannya atau respon tentang pelayanan kami ini, disini ada pembelajaran mengenai etika pelayanan publiknya.” (Wawancara, 16 Februari 2015)

Dari maksud teori diatas menjelaskan bahwa kesesuaian akan penerapan Good Governmance terhadap pembelajaran pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik tersebut sesuai dengan apa yang di inginkan oleh instansi pemerintah, kejelasan instansi pemerintah dalam mengabdikan bangsa dan negara dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat dngan tujuanyang di inginkan sesuai dengan harapan, namun ada alasan yang menjadi suatu penghambat dalam Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda yakni ke’egganan masyarakat dalam menilai kualitas pelayanan dikantor samsat kota samarinda salah satunya yang termasuk di pembahasan faktor penghambat, sehingga proses pnerapan pelayanan yang ingin dicapai pun berjalan lambat.

Masih dalam konteks kebutuhan masyarakat bahwa kntor samsat kota samarinda menyediakan kotak saran dan IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat), Dapat ditambahkan bahwa Teori Hak pelanggan yang menjelaskan bahwa :

“Dalam pendekatan pasar, terhadap perlindungan konsumen, keamanan konsumen dilihat sebagai produk yang paling efisien bila diediakan melalui mekanisme pasar bebas di mana penjual memberikan tanggapan terhadap permintaan konsumen. Dengan kata lain, mekanisme pasar perlu menciptakan pasar informasi konsumen jika yang di inginkan konsumen.”(Velazquez,2005:317- 319).

Dari maksud diatas adalah, masyarakat berdaulat penuh dalam hal yang mereka inginkan didalam proses pelayanan, dengan tujuan samsat menyediakan kotak saran dan IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat), agar masyarakat dapat menilai bagaimana pelayanan yang diberikan kantor samsat kota samarinda, sehingga penerapan pelayanan yang di inginkan oleh setiap pengguna jasa pelayanan merasa puas dan terlayani dengan sepenuhnya.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian diatas maka kualitas penyelenggara pelayanan di kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda yang diberikan kepada masyarakat masih rendah dilihat dari kurangnya sensitivitas pegawai dalam memberikan perhatian kepada masyarakat

- didalam pengurusan pajak kendaraan seperti masyarakat tidak disambut dengan senyum dan sapa'an yang ramah sehingga tidak adanya proses komunikasi atau kejelasan informasi dan pesan yang akan disampaikan oleh pegawai kepada masyarakat yang tidak mengerti terhadap jalur pengurusan pajak kendaraan serta kelengkapan berkas yang harus dipenuhi sesuai dengan syarat yang di inginkan oleh kantor samsat Kota Samarinda.
2. Faktor pendukung dari Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda adalah memberikan fasilitas diantaranya seperti menyediakan fasilitas pembelajaran kepada pegawai mengenai etika pelayanan publik yang baik yang ditujukan sesuai dengan apa yang di inginkan oleh masyarakat, menyediakan beberapa kantor pengurusan pelayanan pajak kendar'aan yang telah dibuka di beberapa titik khususnya di Kota Samarinda, Menyediakan kotak saran dan IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat), dengan tujuan agar masyarakat dapat menilai bagaimana pelayanan yang diberikan oleh kantor samsat kota samarinda, serta menganjurkan kepada seluruh pegawai untuk menyamakan seluruh seragam yang dikenakan dengan upaya untuk menghilangkan dampak masyarakat dalam menilai karakteristik seorang pegawai kantor samsat.
 3. Faktor Penghambat dari dari Analisis Kepuasan Masyarakat Mengenai Pelayanan Publik Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Samarinda adalah ke'enggan masyarakat dalam menilai pelayanan yang diberikan oleh kantor samsat kota samarinda sehingga proses penerapan pelayanan yang ingin dicapai pun berjalan lambat.

5.2 Saran

Dengan rendah hati penulis merasa perlu untuk memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat kepada semua pihak. Adapun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Menyarankan bagi pegawai agar lebih menetapkan prilaku untuk menjamin peningkatan kualitas dan kepuasan pelayanan masyarakat.
2. Bagi seluruh pegawai dianjurkan untuk mempunyai kepribadian positif yang akan memastikan masyarakat untuk mendapatkan sopan-santun layanan yaitu karakter yang melayani melalui ucapan positif, senyum, mendengarkan, memiliki sensitivitas yang tinggi dan tindakan pelayanan yang baik dengan tujuan untuk mendorong terciptanya layanan berkualitas dengan kredibilitas yang selalu dipercaya masyarakat.
3. Bagi pimpinan diwajibkan agar lebih memperhatikan pegawainya khususnya didalam bidang pelayanan agar bisa mengevaluasi kembali kebutuhan dan menanggapi dengan cepat sesuai apa yang di'inginkan oleh masyarakat pada umumnya.
4. Bagi SAMSAT diharapkan agar meningkatkan keterbukaan informasinya terhadap masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai kebutuhan sosial, maupun pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Herimanto, Bambang., dkk. 2007. *Public Relations Dalam Organisasi*. Santusta : Yogyakarta.
- J. Dwi Narwoko, Bagong Suyanto 2007. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*(edisi kedua), Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lexy J. Maleong, 2004, *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosada Karya, Bandung.
- Kasmir, 2006. *Etika Costumer Service.*: Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall*, Edisi Bahasa Indonesia, Salemba Empat : Jakarta.
- Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008)
- Lovelock, Cristhoper H. dan Lauren K. Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyanoro, Cetakan Kedua, PT. INDEKS: Jakarta..
- Moleong, Lexy. J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosda Karya. Bandung.
- Moenir, 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara : Jakarta
- Purwanto, Djoko. 2006, *Komunikasi Bisnis*, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta: Erlangga.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. RajaGrafindo Persada : Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Etika Kehumasan,konsepsi dan aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Rumanti, 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan praktik*. Jakarta : Grasindo.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. PT Pustaka LP3ES Indonesia : Jakarta.
- Sugiarto. 2003, *Teknik Sampling*, Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. 2004. “*Memahami Penelitian Kualitatif*”, alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Rahmadaniah, 2014. *Etika Komunikasi Dalam Memberikan Pelayanan Di PT. Globalindo 21 Express*.
- Ririn Sukmayanti, 2013. *Etika Komunikasi Teller Dalam Pelayanan Nasabah Bank Bri Cabang Muara Badak (Studi tentang etika teller dalam melayani nasabah Bank BRI cabang Muara Badak menjelaskan tentang pelayanan nasabah*.

Sumber Internet :

[http://r-doc.blogspot.com/2009/12/peranan-pemimpin-dalam-](http://r-doc.blogspot.com/2009/12/peranan-pemimpin-dalam-kelompok.html#ixzz12fbpCqej)

[kelompok.html#ixzz12fbpCqej](http://r-doc.blogspot.com/2009/12/peranan-pemimpin-dalam-kelompok.html#ixzz12fbpCqej)

<http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html>

http://rudtsoneclick.blogspot.com/2013/05/teori-kepuasan-pelanggan_21.html