

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas

2.1.1 Pengertian Efektivitas

Efektivitas dapat dikatakan efektif, apabila tercapainya tujuan atau sasaran yang telah ditemukan sebelumnya. Pengertian efektivitas secara umum adalah salah satu pencapaian yang ingin diraih oleh sebuah organisasi. Efektivitas tidak dapat disamakan dengan efisiensi, karena keduanya memiliki arti yang berbeda, walaupun dalam penggunaan kata efisiensi lekat dengan kata efektivitas. Efisiensi mengandung pengertian antara biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian tujuan.

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Menurut Abdul dan Kusufi (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi kerja organisasi adalah:

a. Waktu

Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan menjadi faktor penting. Semakin lama tugas yang terjadi ditempat kerja, semakin banyak waktu yang dihapuskan oleh kedua tugas berikut ini dan semakin tidak efisien Anda.

b. Tugas

Bawahan harus dibuat sadar akan tujuan dan pentingnya tugas yang didelegasikan kepada mereka.

c. Produktivitas

Karyawan dengan produktivitas tenaga kerja yang tinggi di tempat kerja memang dapat mencapai efisiensi tenaga kerja yang unggul dan sebaliknya.

d. Motivasi

Dorongan karyawan dengan memperhatikan kebutuhan dan tujuan sensitif mereka. Semakin karyawan termotivasi untuk bekerja secara aktif, semakin baik kinerja mereka.

e. Evaluasi Pekerjaan

Manajer mendorong, mendukung dan menginformasikan karyawan, tetapi karyawan harus melakukan tugasnya dengan baik dan menyelesaikan tugas yang mungkin atau mungkin tidak dinilai dengan benar.

f. Direktur

Pengawasan memungkinkan Anda untuk terus memantau kinerja karyawan, sehingga meminimalkan resiko kesalahan dalam menjalankan tugas.

g. Lingkungan kerja

Lingkungan kerja mempengaruhi perencanaan ruang, cahaya alami, dan kebisingan, yang semuanya mempengaruhi kemampuan karyawan untuk berkonsentrasi saat bekerja.

h. Peralatan/Fasilitas

Hal ini adalah sarana dan perlengkapan yang disediakan oleh pimpinan pekerjaan. Fasilitas yang tidak sempurna mempengaruhi kelancaran alur kerja karyawan Anda. Semakin baik fasilitas yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin berdampak pada pekerjaan untuk mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu focus penting bagi organisasi publik dalam melaksanakan kegiatan operasional organisasi publik. Melalui pelayanan, maka organisasi publik menjadi institusi yang memiliki reputasi baik dengan berorientasi kepada kepuasan publik.

Pelayanan berasal dari kata “layan” yang dapat dipahami sebagai memberikan pertolongan atau menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia itu sendiri.

2.3 Kepuasan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Sedangkan, Tjiptono (2014:353) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

2.3.2 Faktor Kepuasan Pelanggan

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.4 Pelanggan

2.4.1 Pengertian Pelanggan

Menurut Haryono Budi (2016:24) Pelanggan adalah individu atau organisasi yang sudah efektif melakukan pembelian.

Definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standard kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (performance) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Dengan kata lain, pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang-orang. Oleh karena pelanggan ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi kepuasan.

2.4.2 Jenis-Jenis Pelanggan

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) secara garis besar terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu:

1. Pelanggan internal
Pelanggan internal adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.
2. Pelanggan perantara
Pelanggan perantara adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara.
3. Pelanggan eksternal
Pelanggan eksternal adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu peoduk (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

2.5 Pelayanan Prima

2.5.1 Pengertian Pelayanan Prima

Memahami pelayanan secara umum dapat dilihat dari dua perspektif utama, yaitu berorientasi kepada publik internal yang berasal dari dalam organisasi publik itu sendiri dan publik eksternal yang berasal dari luar organisasi publik. Pada umumnya, banyak pakar yang membahas pelayanan prima lebih berorientasi kepada publik eksternal organisasi publik, namun demikian publik internal yang berasal dari organisasi publik itu sendiri pun perlu mendapatkan perhatian yang memadai. Berikut ini beberapa pelayanan prima menurut beberapa ahli:

1. Menurut (Freddy, 2017) Pelayanan prima adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan.
2. Menurut Semil dalam (Zulkarnain Wildan dan Sumarsono, 2018) kata pelayanan prima dalam bahasa inggris keseharian tidak disebut sebagai premium service, tetapi disebut dengan excellent service (pelayanan yang unggul, baik sekali) atau service excellent (keunggulan pelayanan, pelayanan dengan mutu yang baik sekali).

2.5.2 Tujuan Pelayanan Prima

Menurut (Suminar. R dan Apriliawati. M, 2017) pelayanan prima bertujuan memberdayakan sehingga akan menumbuhkan kepercayaan publik atau masyarakat.

Sedangkan menurut Daryanto dalam (Suminar. R dan Apriliawati. M, 2017) tujuan pelayanan prima adalah:

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga
3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

2.5.3 Faktor-Faktor Pendukung Pelayanan Prima

Menurut buku manajemen pelayanan prima karangan (Donni Juni Priansa, 2017) banyak faktor yang mendukung dalam pelaksanaan pelayanan prima organisasi publik. Namun demikian, sejumlah faktor penting yang berkenaan dengan pelayanan prima adalah menyangkut:

1. Adanya Kesadaran
Kesadaran dapat membawa pegawai organisasi menuju keikhlasan dan kesungguhan dalam menjalankan tugas dan kehendak organisasi. Kehendak organisasi tertuang dalam bentuk tugas, baik tugas tertulis maupun tidak tertulis, serta mengikat semua pegawai.
2. Adanya Aturan
Aturan merupakan perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan pegawai. Aturan ditetapkan pimpinan agar pelaksanaan kegiatan dapat bekerja secara optimal.
3. Organisasi-Organisasi
Hal yang penting untuk diperhatikan oleh organisasi harus seminimal mungkin berfokus pada efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan pelayanan prima.
4. Pendapatan dan Kesejahteraan
Pendapatan dan kesejahteraan saling terkait. Pendapatan dapat berbentuk uang maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu. Pada dasarnya pendapatan harus dapat memenuhi kebutuhan hidup baik untuk dirinya maupun keluarganya. Dengan kata lain, pendapatan pegawai hendaknya mempertimbangkan kesejahteraan pegawai.

5. Kemampuan dan Keterampilan Pegawai

Kemampuan dan keterampilan adalah keadaan yang ditunjukkan pada sifat atau keadaan pegawai dalam melaksanakan tugas dan ketentuan yang ada.

2.5.4 Efektivitas Pelayanan Prima

Menurut (Rangkuti, 2017:50), agar efektivitas pelayanan prima dapat berjalan dengan lancar maka harus dimulai dengan konsep 6A sebagai berikut:

1. *Attitude* (Sikap)

Adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat pada diri seseorang ketika dia menghadapi situasi tertentu atau ketika berhadapan dengan orang lain.

2. *Ability* (Kemampuan)

Ability (kemampuan) adalah pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima.

3. *Attention* (Perhatian)

Attention adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

4. *Action* (Tindakan)

Action adalah kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Bila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yaitu upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik.

5. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Merupakan suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

6. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan nonfisik, yang mampu merefleksikan diri dan kredibilitas orang tersebut kepada pihak lain.