

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prosedur

Cole (1994) dalam Wijaya (2018:39) menyatakan bahwa prosedur merupakan suatu urutan-urutan pekerjaan-pekerjaan kerani (*clerical*) biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.

Mulyadi (2016:4) menyatakan bahwa prosedur adalah Suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Sedangkan Rasto (2015:48) menyatakan bahwa prosedur adalah istilah yang berkonotasi dengan urutan kegiatan yang direncanakan untuk menangani pekerjaan yang berulang, seragam, dan tetap.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Hardiyansah (2011) dalam Suandi (2019:15) menyatakan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Sedangkan Fernandes (2018:5) menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaan/instansi kepada publik untuk memberi rasa puas dan menanggapi respon konsumen.

Marwiyah (2023:42) menyatakan bahwa pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh

kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

2.2.2 Bentuk-bentuk layanan

Moenir (2015) dalam Widiastuti (2019:119) menyatakan bahwa terdapat beberapa bentuk layanan umum, layanan tersebut yaitu:

1. Layanan secara lisan atau ucapan

Layanan secara lisan dilaksanakan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain tugasnya berupa memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapa pun yang memerlukan agar setiap layanan berhasil apa yang diharapkan. Sebab harus diperhatikan syarat syarat yang harus dipenuhi oleh pelaksana layanan, yaitu dengan mengetahui benar masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya, bisa memberikan penjelasan tentang apa yang diperlukannya, singkat tetapi cukup jelas dan mudah dipahami sehingga dapat memuaskan dari pelayanan.

2. Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk layanan yang paling dominan dalam pelaksanaan tugas, tidak sekedar dari segi jumlah tetapi juga dari perannya, pada umumnya layanan melalui tulisan cukup efisien bagi layanan jarak jauh sebab faktor anggaran agar layanan dalam sistem tulisan tersebut dapat memuaskan konsumen yang melayani harus memperhatikan aspek kecepatan bisa dalam pengerjaan persoalan sampai dengan proses penyelesaiannya

3. Layanan melalui perbuatan atau tindakan

Standar layanan pada umumnya dalam bentuk perbuatan sekitar 70-80% dilaksanakan oleh pegawai dari tingkat menengah dan bawah. Oleh karena itu dari segi keterampilan dan keahlian pegawai menentukan pada hasil pekerjaan

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011) dalam Meithiana (2019) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi pelayanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reabilitas (*Reability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Berkean dengan kesediaan dan kemampuan perusahaan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

3. Jaminan (*Assurance*)

Berkean dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

4. Empati (*Empaty*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Berkean dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

2.2.4 Etika Pelayanan

Meithiana (2019) menyatakan bahwa ketentuan yang diatur dalam etika secara umum adalah sebagai berikut:

a. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

b. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap dan perilaku.

c. Cara berpakaian

Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian rapi dan tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang diharapkan.

d. Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.

e. Gerak-gerik

Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan atau kaki.

f. Cara berbicara

Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat konsumen mau berbicara. Kemudian sebaliknya bagi konsumen yang banyak bertanya karyawan sebaiknya dapat mendengarkan dengan baik

2.2.5 Prinsip-Prinsip Pelayanan Prima

Adya (2003) dalam Sugito (2022) menyatakan bahwa ada beberapa budaya pelayanan prima yang dapat diterapkan. Berdasarkan pasal A 6 (enam) budaya pelayanan prima dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang

dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif.

2. Sikap (*attitude*)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden Kreadibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*attention*)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun saran dan kritikan seorang nasabah.

5. Tindakan (*action*)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab yaitu suatu sikap berpihak kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

2.3 Administrasi

2.3.1 Pengertian Administrasi

Lailul & Ilmi (2020:2) menyatakan bahwa administrasi diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan dua orang atau lebih yang bekerja sama secara teratur dan terencana untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan Noverman & Novita (2019:4) menyatakan bahwa administrasi adalah pekerjaan berencana yang dilakukan oleh

sekelompok orang dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan atas dasar efektif, efisien dan rasional.

Diah (2017:1) menyatakan bahwa administrasi adalah perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakan mereka yang melaksanakannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan The Liang Gie (1993) dalam marwiyah (2023) menyatakan bahwa administrasi merupakan segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerja sama mencapai tujuan tertentu.

2.3.2 Fungsi - Fungsi Administrasi

William (1963) dalam Sitna (2022) menyatakan bahwa administrasi sebagai fungsi menunjukkan keseluruhan tindakan dari sekelompok orang dalam satu kerja sama sesuai dengan fungsi-fungsi tertentu hingga tercapai tujuan. Fungsi yang satu berhubungan dengan fungsi yang lain dalam satu rangkaian tahapan aktivitas atau merupakan suatu sistem, fungsi-fungsi yang dimaksud dianggap sebagai *basic process of administration*, yang terdiri dari:

1. *Planning*

Planning adalah fungsi administrasi yang menentukan apa yang akan dilakukan

2. *Organizing*

Organizing adalah fungsi administrasi yang menggolong-golongkan kegiatan yang akan dilakukan dalam suatu rangkaian hubungan

3. *Staffing*

Staffing adalah fungsi administrasi yang menyusun orang-orang yang tepat melakukan masing-masing jenis kegiatan

4. *Directing*

Directing adalah fungsi administrasi yang menggerakkan dan memberi instruksi agar kegiatan berlangsung

5. *Controlling*

Controlling adalah fungsi administrasi berupa tindakan mengusahakan agar hasil pelaksanaan relatif sesuai dengan yang diharapkan

2.4 Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik P2TL

2.4.1 Pengertian P2TL

Berdasarkan Peraturan Direksi PT PLN (Persero) Nomor 088-Z-P/DIR/2016 Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik yang selanjutnya disebut P2TL adalah rangkaian kegiatan meliputi perencanaan, pemeriksaan, tindakan dan penyelesaian yang dilakukan oleh PLN terhadap Instalasi PLN (instalasi ke tenaga listrikan milik PLN sampai dengan dan/atau Instalasi Pemakai Tenaga Listrik dari PLN.

2.4.2 Macam-macam P2TL

Berdasarkan Peraturan Direksi PT PLN (Persero) Nomor 088-Z-P/DIR/2016, berikut macam-macam P2TL yaitu:

1. P2TL Rutin

Yaitu P2TL yang dilaksanakan secara rutin pada hari kerja sesuai jadwal.

2. P2TL Khusus

Yaitu P2TL yang dilaksanakan secara khusus atau mendadak atau dengan pengintaian sebelumnya.

3. P2TL Gabungan

Yaitu P2TL yang dilaksanakan secara gabungan oleh petugas wilayah dan cabang.

2.5 Pelanggan

Greenberg (2010) dalam Sebriana (2019) menyatakan bahwa pelanggan merupakan orang atau kelompok yang membeli produk maupun menggunakan jasa dengan memperhatikan beberapa faktor. Antara lain, tempat, kualitas dan harga, pelayanan yang diberikan, kemudian akan menimbulkan keputusan dari mereka sendiri. Sedangkan Wijaya (2009) dalam Fachruzi (2018) menyatakan bahwa pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya.

Prasetyawan (2008) dalam Indah & Bagus (2022) menyatakan bahwa pelanggan adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.