

**ANALISIS PENERAPAN FOKUS KEPADA PELANGGAN
(KARAKTERISTIK *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*)
DALAM PENERBITAN BUKU PEMILIK KENDARAAN
BERMOTOR (BPKB) PADA DIREKTORAT LALU
LINTAS POLDA SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh :

**DESMON TONGGO TUA PASARIBU
NPM : 09 833 0158**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 3**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

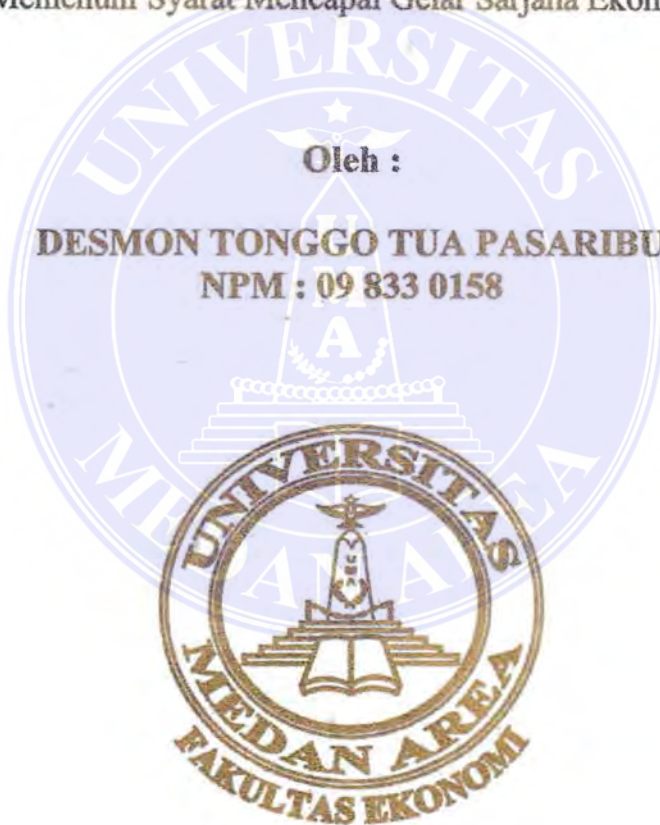
**ANALISIS PENERAPAN FOKUS KEPADA PELANGGAN
(KARAKTERISTIK *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*)
DALAM PENERBITAN BUKU PEMILIK KENDARAAN
BERMOTOR (BPKB) PADA DIREKTORAT LALU
LINTAS POLDA SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**DESMON TONGGO TUA PASARIBU
NPM : 09 833 0158**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 3**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (Repository.uma.ac.id)21/3/24

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Fokus Kepada Pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) Dalam Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) Pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara

Medan Nama Mahasiswa : DESMON TONGGO TUA PASARIBU

No. Stambuk : 09 833 0158

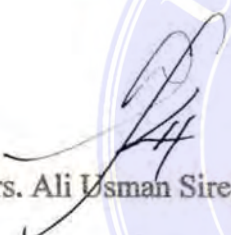
Jurusan : Akuntansi


Menyetujui :

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. Ali Usman Siregar, M.Si)


(Mohd. Idris Dalimunthe, SE.,M.Si)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan


(Linda Lorens, SE.,M.Si)


(Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin, SE.,M.Ec)

UNIVERSITAS MEDAN AREA Tanggal Lulus :

2013

ABSTRAK

Penerapan Fokus kepada Pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) sudah semakin luas digunakan. Hal ini terjadi karena banyaknya kesuksesan yang ditimbulkan akibat dari pengimplementasian Karakteristik *Total Quality Management* dalam meningkatkan mutu perusahaan khususnya peningkatan kualitas pelayanan publik.

Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara merupakan salah satu instansi Polri yang tergabung dengan instansi lainnya di Satuan Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) bergerak di bidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor dan salah satu fungsinya adalah penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB). Direktorat Lalu Lintas dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) seiring dengan diperolehnya Piala Citra Pelayanan Prima Tahun 2010 dan Sertifikasi ISO 9001:2008 Tahun 2011.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan menggunakan analisis data primer dan analisis data sekunder.

Hasil dari perhitungan rata-rata skor variabel penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) adalah sebesar 4,469. Nilai ini mengandung arti bahwa penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumut termasuk sangat efektif.

Kata kunci : Karakteristik *Total Quality Management*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang dengan berkah dan pertolongan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Analisis Penerapan Fokus kepada Pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dalam Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara”**.

Penulis sadar bahwasanya masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H.A. Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. DR. H. Sya'ad Afifuddin, SE, Mec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Linda Lores, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Drs. Zainal Abidin, MH, selaku Ketua Penguji Skripsi, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
6. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA, selaku Sekretaris Penguji Skripsi, terima kasih atas waktu dan bimbingannya.
7. Bapak Drs. Ali Usman Siregar, MSi, selaku Pembimbing I, terima kasih atas semua waktu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Mohd. Idris Dalimunthe, SE, MSi, selaku Pembimbing II, terima kasih atas semua waktu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

9. Bapak / Ibu staf pengajar dan segenap pegawai administrasi Universitas Medan Area.
10. Ibu AKP Monika Rusmiati selaku Paur BPKB Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara yang bersedia membantu penulis dalam melakukan penelitian.
11. Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda M. Pasaribu, SPd dan Ibunda R. Tampubolon, terima kasih atas semua kasih sayang, doa, dukungan, didikan dan semangat yang sangat berarti sehingga penulis merasa ringan untuk melangkah.
12. Seluruh teman-teman angkatan 2009 yang telah memberikan saran dan motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, kiranya Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, Amin.

Medan, Nopember 2013

Penulis,

Desmon Tonggo Tua Pasaribu
NPM 098330158

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian, Prinsip dan Karakteritik <i>Total Quality Management (TQM)</i>	6
B. Manfaat dan Keunggulan <i>Total Quality Management (TQM)</i>	11
C. Pembentukan dan Pengembangan Fokus kepada Pelanggan	14
D. Pengertian dan Faktor-faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan	18
E. Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB)	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian 24

B. Definisi Operasional 25

C. Jenis dan Sumber Data 26

D. Teknik Pengumpulan Data 27

E. Teknik Analisis Data 27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 30

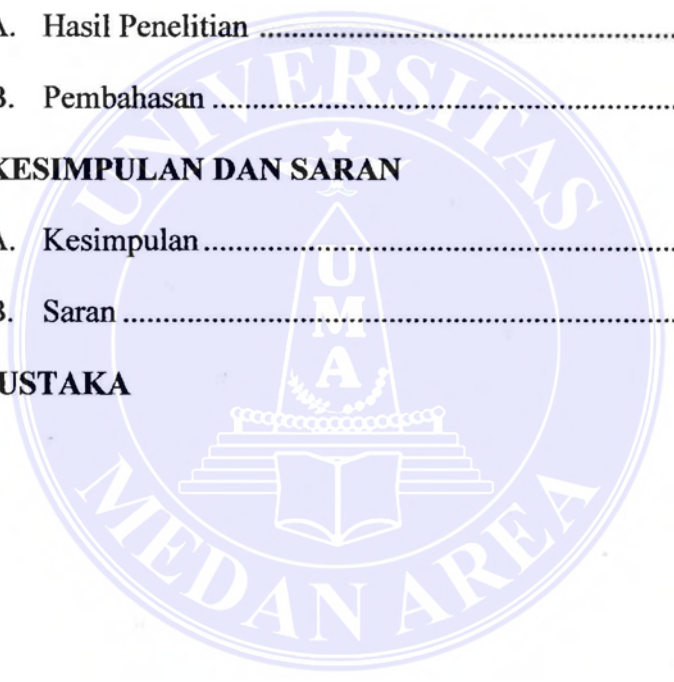
B. Pembahasan 53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 63

B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Reformasi administrasi publik sudah merupakan salah satu kegiatan pemerintah yang mendunia terutama untuk menghadapi problem-problem berat di negara-negara berkembang. Sebagian besar negara-negara ini diwarisi pemerintahan kolonial dengan sangat bergantung pada kekuasaan kolonial barat dan sistem administrasinya menderita kurang vitamin. Reformasi dan reorganisasi merupakan kebutuhan esensial untuk keberhasilan implementasi kebijakan dan program pembangunan di negara-negara berkembang.

Tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan aparatur pemerintah perlu mendapatkan perhatian serius dari instansi pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pada prinsipnya kriteria pelayanan publik yang baik bertalian dengan pihak penerima pelayanan publik, pemberi pelayanan publik dan pihak ketiga yang masih memiliki kepentingan terhadap pelayanan publik yang baik. Hak dan kewajiban dari penerima pelayanan, pemberi pelayanan dan pihak ketiga dipertimbangkan berdasarkan nilai-nilai profesional dan nilai-nilai sosial yang mengendalikan kehidupan mereka.

Salah satu ukuran kualitas pelayanan publik adalah apakah memberikan kepuasan tertentu pada diri konsumen. Jadi dapat dipahami bahwa fokus utama pelayanan publik yang baik ada pada sebuah kalimat sederhana, "Pelayanan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/3/24

publik yang baik diukur dari pencapaian kepuasan yang dirasakan oleh publik yang dilayani.” Yang menjadi masalah besar adalah bahwa proses menuju ke arah tadi memerlukan energi, kesungguhan dan keahlian aparatur, material, prosedur serta partisipasi publik yang amat besar.

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu penerapan yang memfokuskan pada kualitas secara keseluruhan sebagai suatu strategi usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi, dalam hal ini petugas pelayanan publik. Sehingga seluruh petugas pelayanan merupakan pihak yang melaksanakan proses perbaikan berkesinambungan dalam konsep *Total Quality Management*.

Dengan pengendalian kualitas diharapkan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dapat ditekan serendah mungkin dan proses pelayanan publik dapat diarahkan pada tujuan yang ingin dicapai. Diharapkan pula proses yang baik sejak awal akan menghasilkan hasil pelayanan yang baik, sehingga proses pelayanan harus stabil dan dalam batas-batas kontrol agar sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan.

Penulis memilih menggunakan karakteristik TQM untuk mengetahui sejauh mana dasar penerapan TQM telah dilaksanakan oleh perusahaan. Ada sepuluh karakteristik dalam TQM, yaitu fokus kepada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan, adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. Dalam

penelitian ini penulis memilih salah satu karakteristik TQM sebagai bahan penelitian yaitu fokus kepada pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara. Alasan penulis melakukan penelitian di instansi pemerintah ini karena penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik TQM) pada instansi pelayanan pemerintah khususnya Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara.

Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara merupakan salah satu instansi yang tergabung dengan instansi lainnya di Satuan Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) berdasarkan Surat Keputusan Bersama Kapolri, Dirjen Puod dan Dirut PT (Persero) Jasa Raharja No. Pol : Skep / 06 / X / 1999 nomor 973 / 1228 dan nomor Skep / 02 / X / 1999 tanggal 15 Oktober 1999 tentang tata laksana pendaftaran kendaraan bermotor, pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Biaya Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB) dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) yang bertugas untuk melakukan pelayanan dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB).

Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara adalah instansi Polri yang bergerak di bidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor dan salah satu fungsinya adalah penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (Peraturan Kapolri Nomor 5, 2012). Kualitas pelayanan penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) di Direktorat Lalu Lintas tetap terjaga seiring dengan diperolehnya Piala Citra Pelayanan Prima Tahun 2010 dan Sertifikasi ISO 9001:2008 Tahun 2011 yang mengharuskan Direktorat Lalu Lintas Polda Sumut

menerapkan karakteristik TQM karena konsep dasar TQM adalah perbaikan terus-menerus.

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penulis memilih judul **“Analisis Penerapan Fokus kepada Pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dalam Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik TQM) dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara telah efektif?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik TQM) dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

Manfaat Teoritis

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Sebagai landasan penelitian yang akan datang, selain itu dapat menambah pengetahuan dalam mengidentifikasi permasalahan serta dapat memberikan usulan mengenai pemecahan masalah yang sedang dihadapi sekaligus menambah wawasan tentang penerapan karakteristik *Total Quality Management*.

2. Manfaat Praktis

Dapat digunakan untuk tambahan referensi dan informasi bagi pengembangan penerapan karakteristik *Total Quality Management*, terutama bagi Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara dalam mengambil kebijakan untuk pengembangan penerapan karakteristik *Total Quality Management*.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian, Prinsip dan Karakteristik *Total Quality Management* (TQM)

1. Pengertian *Total Quality Management* (TQM)

Sampai saat ini, sistem yang dianggap paling cocok sebagai alat untuk membuat perusahaan tetap optimis dengan konsep *going concern* adalah TQM. TQM membuat perusahaan dapat tetap bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain karena konsep dasarnya yaitu perbaikan secara berkala atau terus-menerus.

Menurut Tjiptono dan Diana (2003:4), "TQM merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya".

Menurut Ishikawa dalam Nasution (2005:22), "TQM adalah perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *team work*, produktivitas, dan kepuasan pelanggan". Sementara menurut Gaspersz (2001:6):

TQM adalah suatu cara untuk meningkatkan performansi secara terus-menerus (*continuous performance improvement*) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu

organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya dan modal yang tersedia.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* merupakan pendekatan manajemen sistematis yang berorientasi pada organisasi, pelanggan, dan pasar melalui kombinasi antara pencarian fakta praktis dan penyelesaian masalah guna menciptakan peningkatan secara signifikan dalam kualitas, produktifitas dan kinerja lain dalam perusahaan.

Dasar pemikiran diperlukannya *Total Quality Management* sangatlah sederhana, yakni bahwa cara yang terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas yang terbaik. Untuk menghasilkan kualitas yang terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses dan lingkungan. Cara terbaik agar dapat memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut secara berkesinambungan adalah dengan menerapkan *Total Quality Management*.

2. Prinsip-prinsip *Total Quality Management* (TQM)

Menurut Wibowo (2007:301), “Prinsip TQM memfokuskan pada konsumen, pelanggan eksternal dan internal yang merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas kelas dunia”. Menurut Nasution (2005:14), ada empat prinsip utama dalam TQM. Keempat prinsip tersebut adalah:

UNIVERSITAS MEDAN AREA a. Kepuasan pelanggan

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Kebutuhan pelanggan internal dan pelanggan eksternal harus selalu dipenuhi, baik dari segi produk, pelayanan, harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, namun yang sering terjadi ialah ada kesenjangan di antara keduanya, sehingga pelanggan sulit untuk merasa puas. Suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dengan demikian produk harus diproduksi dan pelayanan harus diberikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan, perusahaan akan meningkatkan kinerjanya dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya secara terus-menerus dan cepat tanggap terhadap keinginan pelanggan yang selalu berubah.

b. Respek terhadap semua orang

Setiap orang dalam perusahaan harus dipandang sebagai sumber daya yang paling bernilai karena memiliki talenta tersendiri yang unik, karena itu harus diperlakukan dengan baik dan diberi kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam tim pengambil keputusan. Terkadang perusahaan hanya melakukan perbaikan dan pemeliharaan terhadap produk saja dan melupakan keberadaan karyawan sebagai kunci utama kesuksesan. Membina hubungan baik dalam perusahaan akan membuat karyawan merasa dipercaya dan diandalkan, sehingga memacu mereka untuk menciptakan ide dan kreativitas baru yang nantinya dapat meningkatkan produktivitas dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap masyarakat dengan tetap menanamkan sikap saling menghormati.

c. Manajemen berdasarkan fakta

Pengambilan setiap keputusan dalam perusahaan harus berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan, yang telah dipastikan kebenarannya, bukan hanya berdasarkan perasaan dan pengalaman semata. Perubahan selalu terjadi secara terus-menerus, maka perusahaan pun harus terus mengikuti perkembangan jaman. Dengan melihat pada fakta yang telah dikumpulkan dan diolah menjadi data, maka dapat diketahui kondisi perusahaan yang akurat, sehingga manajemen dapat memprediksi hasil dari setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan dengan tepat. Dengan data itu pula, perusahaan dapat mengetahui bagian-bagian yang perlu perbaikan, sehingga perbaikan dapat dilakukan pada bagian yang paling memerlukan/vital terlebih dahulu, karena perbaikan tidak dapat dilakukan pada semua aspek pada saat yang bersamaan dikarenakan keterbatasan sumber daya. Perbaikan-perbaikan

yang dilakukan perusahaan tersebut pada akhirnya akan mampu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.

d. Perbaikan berkesinambungan

Setiap perusahaan perlu melakukan perbaikan berkesinambungan untuk mencapai kesuksesan. Dalam perbaikan berkesinambungan, produk dikatakan gagal apabila menyimpang dari harapan pelanggan. Untuk melakukan perbaikan berkesinambungan tidak hanya diperlukan peningkatan sumber daya, tetapi peningkatan sistem. Dalam memecahkan masalah, perusahaan harus mencari sumber/penyebab masalah dan solusi masalah sekaligus, tidak boleh hanya menekankan pada salah satunya saja. Hal yang paling penting dalam perbaikan berkesinambungan adalah komunikasi, agar masing-masing bagian mengetahui *job desk*-nya dan saling melaporkan kemajuan maupun kemunduran yang terjadi, serta tetap memantau perubahan. Dengan dilaksanakannya perbaikan berkesinambungan, maka akan berdampak terhadap peningkatan kualitas produk dan juga pelayanan perusahaan.

Untuk itu diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi. Dalam perkembangannya prinsip-prinsip TQM bukan sekedar pendekatan proses dan struktur sebagaimana dijelaskan sebelumnya, TQM lebih merupakan pendekatan kesisteman yang juga melibatkan aktivitas manajemen sumber daya manusia. TQM pada hakekatnya memiliki dua sisi kualitas yaitu *hard side of quality* dan *soft side of quality*.

Hard side of quality meliputi semua upaya perbaikan proses produksi mulai dari desain produk sampai dengan penggunaan alat-alat pengendalian, dan perubahan organisasional lainnya (struktur organisasi, budaya organisasi). Sedangkan *soft side of quality* terfokus pada upaya menciptakan kesadaran karyawan akan pentingnya arti

kepuasan konsumen dan menumbuhkan komitmen karyawan untuk selalu memperbaiki kualitas.

3. Karakteristik *Total Quality Management* (TQM)

Menurut Goetsch dan Davis dalam Nasution (2005:22), “ada 10 karakteristik *Total Quality Management* (TQM) yang mempengaruhi kinerja manager yaitu fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan”.

a. Fokus pada pelanggan

Fokus pada pelanggan berarti setiap produk yang dihasilkan perusahaan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

b. Obsesi terhadap kualitas

Setiap karyawan akan berusaha secara agresif untuk mencapai kualitas terbaik demi memenuhi, bahkan melampaui harapan pelanggan dan tidak gampang puas akan kualitas tersebut.

c. Pendekatan ilmiah

Pendekatan ilmiah diperlukan untuk mendesain pekerjaan. Proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang didesain tersebut juga menggunakan pendekatan ilmiah.

d. Komitmen jangka panjang

Dalam menerapkan TQM, diperlukan komitmen jangka panjang dari masing-masing anggota dalam perusahaan, karena membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membentuk budaya perusahaan yang baru.

e. Kerjasama tim

Kerjasama tim harus dijalin dengan baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok, pemerintah dan masyarakat, karena akan memberikan hasil yang lebih baik

UNIVERSITAS MEDAN AREA **Area** bekerja secara individu.

- f. **Perbaiki sistem secara berkesinambungan**
Perbaiki sistem yang dilakukan secara terus-menerus dapat meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan.
- g. **Pendidikan dan pelatihan**
Dengan mengikuti pendidikan dan pelatihan, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan, keahlian dan keterampilan.
- h. **Kebebasan yang terkendali**
Setiap karyawan bebas untuk terlibat dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah, namun keterlibatan tersebut harus dapat dikendalikan agar TQM dapat terlaksana dengan baik.
- i. **Kesatuan tujuan**
Agar TQM dapat diterapkan dengan baik maka perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan.
- j. **Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan**
Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dilakukan untuk meningkatkan kemungkinan dihasilkannya keputusan yang lebih baik, rencana yang lebih baik dan juga meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab dalam perusahaan.

Menurut Garrison (2008:17), “ada dua karakteristik utama dari *Total Quality Management* (TQM) yaitu, fokus pada pelayanan konsumen dan pemecahan masalah secara sistematis dengan menggunakan tim yang ada di garda depan”. Penerapan TQM dalam suatu perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat utama yang pada gilirannya meningkatkan laba serta daya saing perusahaan.

B. Manfaat dan Keunggulan *Total Quality Management*

1. Manfaat *Total Quality Management* (TQM)

Manfaat TQM adalah memperbaiki kinerja manajerial dalam mengelola perusahaan agar dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. TQM juga digunakan untuk memperbaiki posisi persaingan

perusahaan di pasar dan sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan *output* dengan mutu berkualitas.

Arthatiani (2008:22) menjelaskan bahwa “Produk yang berkualitas yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen secara berkelanjutan (*sustainable satisfaction*) akan menimbulkan pembelian yang berkelanjutan yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas perusahaan mencapai skala ekonomi dengan akibat penurunan biaya produksi”.

Perbaikan kualitas yang dilakukan oleh perusahaan tidak lain bertujuan untuk meningkatkan penghasilan perusahaan dan tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan laba perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan dan tetap hidup dalam persaingan perdagangan yang semakin ketat saat sekarang ini. Perbaikan kualitas juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan.

Nasution (2005:42) menyebutkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan *Total Quality Management* yang berhasil sangat besar diantaranya:

- a. Perbaikan kepuasan pelanggan;
- b. Penghapusan kesalahan-kesalahan dan pemborosan;
- c. Peningkatan dorongan semangat kerja dan tanggung jawab pegawai;
- d. Peningkatan profitabilitas dan daya saing.

Menurut Nasution (2005:43), “manfaat atau pengaruh *Total*

Quality Management dikelompokkan menjadi dua yaitu dapat
UNIVERSITAS MEDAN AREA



memperbaiki posisi persaingan (manfaat rute pasar) dan meningkatkan keluaran bebas dari kerusakan (manfaat rute biaya)".

Total Quality Management memberikan jaminan bagi pelanggan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab tentang kualitas dan mampu menyediakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebuah perusahaan yang memahami mengapa mereka memperkenalkan *Total Quality Management* dapat menerapkan suatu sistem yang fleksibel yang cocok bagi mereka sendiri dan menyadari manfaat serta keefektifan yang dihasilkan *Total Quality Management*.

2. Keunggulan *Total Quality Management* (TQM)

Menurut Hardjosoedarmo (2007:16), penerapan TQM akan memberikan dampak yang positif bagi karyawan, yaitu:

- a. Karyawan akan menjadi lebih loyal kepada organisasinya dan menganggap bahwa keberhasilan organisasi identik dengan keberhasilan pribadi.
- b. Karyawan akan menunjukkan pekerjaan mutu, karena percaya akan mutu, sehingga organisasi tidak lagi terlalu bertumpu pada struktur untuk menciptakan tata laku mutu.
- c. Karyawan akan mengorganisasikan dirinya secara sukarela untuk melakukan perbaikan proses tanpa campur tangan, tekanan, ataupun dorongan manajemen.
- d. Karyawan baru, terlepas dari latar belakang dan orientasinya, dengan mudah akan menyesuaikan diri pada budaya mutu yang telah terbentuk dalam organisasi oleh karena itu pergantian, absensi dan unjuk rasa dapat dikurangi, bahkan ditiadakan.

Menurut Gasperz (2001:266) keunggulan-keunggulan perusahaan yang menerapkan *Total Quality Management* adalah:

- a. Mengembangkan konsep kualitas dengan pendekatan totalitas, inisiatif untuk peningkatan kualitas harus dimulai dengan adanya pemahaman terhadap persepsi dan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas tidak dapat dipandang dalam arti yang sempit dan hanya dari segi produk yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga harus dipandang sebagai keseluruhan aspek dari perusahaan.
- b. Adanya perubahan dan perbaikan secara terus-menerus, dengan menerapkan *Total Quality Management*, perusahaan dituntut untuk terus belajar dan berubah memperbaiki atau meningkatkan kemampuannya.
- c. Adanya upaya pencegahan kerusakan produk, adanya upaya pencegahan ini artinya sejak dari perancangan produk, proses produksi hingga menjadi produk akhir yang kemudian akan menghasilkan produk yang baik tanpa produk yang cacat (*zero defect*) sehingga perusahaan mampu mengurangi biaya (*cost reduction*), menghindari pemborosan dan menghasilkan produk secara efektif dan efisien dan pada akhirnya dapat meningkatkan profit bagi perusahaan.

C. Pembentukan dan Pengembangan Fokus kepada Pelanggan

1. Pembentukan Fokus kepada Pelanggan

Fokus kepada pelanggan menurut International Standard Organization (2000:5) ialah “top manajemen harus menjamin persyaratan/keinginan pelanggan yang ditetapkan dan dipenuhinya tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan”.

Whitely dalam Goetsch dan Davis (1994:149) mengemukakan karakteristik organisasi yang sukses dalam membentuk fokus kepada pelanggan, yaitu:

a. Visi, komitmen dan suasana

Manajemen menunjukkan (baik dengan kata maupun tindakan) bahwa pelanggan itu penting bagi organisasi, organisasi memiliki komitmen besar terhadap kepuasan pelanggan, dan kebutuhan pelanggan lebih diutamakan dari kebutuhan internal organisasi. Salah satu cara untuk

menunjukkan komitmen itu adalah menjadikan fokus kepada pelanggan sebagai faktor utama dalam pertimbangan kenaikan pangkat (promosi) dan kompensasi.

b. Penjajaran dengan pelanggan

Organisasi yang bersifat *customer driven* (menyesuaikan dengan perubahan selera pelanggan) menyejajarkan dirinya dengan para pelanggan. Hal ini tercermin dalam beberapa hal, yaitu: 1) pelanggan berperan sebagai penasihat dalam penjualan barang dan pelayanan, 2) pelanggan tidak pernah dijanjikan sesuatu yang lebih dari pada yang dapat diberikan, 3) pegawai memahami atribut produk yang paling dihargai pelanggan, dan 4) masukan dan umpan balik dari pelanggan dimasukkan dalam proses pengembangan produk / pelayanan.

c. Kemauan untuk mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan pelanggan

Organisasi yang bersifat *customer driven* selalu berusaha untuk mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan para pelanggannya. Hal ini tercermin dalam hal, yaitu: 1) keluhan pelanggan dipantau dan dianalisa, 2) selalu mengupayakan adanya umpan balik dari pelanggan, dan 3) organisasi berusaha mengidentifikasi dan menghilangkan proses, prosedur dan sistem internal yang tidak menciptakan nilai bagi pelanggan.

d. Memanfaatkan informasi dari pelanggan

Organisasi yang bersifat *customer driven* tidak hanya mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, tetapi juga menggunakan dan menyampaikannya kepada semua pihak yang membutuhkan dalam rangka melakukan perbaikan. Pemanfaatan informasi pelanggan ini tercermin dalam hal, yaitu: 1) semua pegawai memahami bagaimana pelanggan menentukan kualitas, 2) pegawai pada semua level diberi kesempatan untuk bertemu dengan pelanggan, 3) pegawai mengetahui siapa yang menjadi pelanggan sesungguhnya, 4) organisasi memberikan informasi yang membantu terciptanya harapan realistis kepada para pelanggan, prinsip dasarnya ialah janjikan apa yang bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan, dan 5) pegawai dan manajer memahami kebutuhan dan harapan pelanggan.

e. Mendekati para pelanggan

Berdasarkan pendekatan TQM, tidak cukup bila organisasi hanya pasif dan menunggu umpan balik yang disampaikan oleh pelanggannya. Berbagai bidang yang kompetitif menuntut pendekatan yang lebih aktif. Mendekati pelanggan berarti melakukan hal-hal yaitu: 1) memudahkan pelanggan untuk menjalankan bisnis, 2) berusaha untuk mengatasi semua keluhan pelanggan, dan 3) memudahkan pelanggan

dalam menyampaikan keluhannya, misalnya melalui telepon, surat dan datang langsung.

- f. **Kemampuan, kesanggupan dan pemberdayaan pegawai**
Pegawai diperlukan sebagai profesional yang memiliki kemampuan dan diberdayakan untuk menggunakan pertimbangannya sendiri dalam melakukan hal-hal yang dianggap perlu dalam rangka memuaskan kebutuhan pelanggan. Hal ini berarti setiap pegawai memahami produk/jasa yang mereka tawarkan dan kebutuhan pelanggan yang berkaitan dengan produk/jasa tersebut. Ini juga berarti bahwa pegawai diberi sumber daya dan dukungan yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- g. **Penyempurnaan produk dan proses secara terus-menerus**
Organisasi yang bersifat *customer driven* melakukan setiap tindakan yang diperlukan untuk secara terus-menerus memperbaiki produk/jasa dan proses yang menghasilkan produk/jasa tersebut. Pendekatan ini diwujudkan dalam hal, yaitu: 1) kelompok fungsional internal bekerja sama untuk mencapai sasaran bersama, 2) praktik-praktik terbaik yang berkaitan dengan bidang pendidikan dipelajari dan dilaksanakan, 3) waktu siklus riset dan pengembangan secara terus-menerus dikurangi, 4) setiap masalah diatasi dengan segera, dan 5) investasi dalam pengembangan ide-ide inovatif dilakukan.

Ketujuh karakteristik tersebut dapat digunakan sebagai pedoman dalam membentuk fokus kepada pelanggan. Pada tahap awal setiap organisasi perlu melakukan analisis diri. Dalam analisis ini akan ditentukan karakteristik mana yang sudah dan belum ada dalam organisasi. Organisasi perlu mewujudkan karakteristik yang belum ada tersebut sehingga fokus kepada pelanggan dapat terbentuk.

2. Pengembangan Fokus kepada Pelanggan

Hal yang diketahui sebelum suatu produk/jasa mulai diproses adalah apakah produk/jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan alasan utama perlunya dilakukan riset

untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan pentingnya berkomunikasi dengan pelanggan internal dan eksternal. Menurut Tjiptono dan Diana (2003:112), “konsep *Quality Function Deployment* (QFD) dikembangkan untuk menjamin bahwa produk/jasa yang memasuki tahap produksi/proses benar-benar akan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dengan jalan membentuk tingkat kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimum pada setiap tahap pengembangan produk/jasa. QFD dikembangkan untuk memperbaiki komunikasi, pengembangan produk/jasa, serta proses dan sistem pengukuran”.

Fokus utama QFD adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk/jasa sedini mungkin. Filosofi yang mendasarinya adalah bahwa pelanggan tidak akan puas dengan suatu produk/jasa (meskipun suatu produk/jasa telah dihasilkan dengan sempurna) bila mereka memang tidak menginginkan atau membutuhkannya. Berdasarkan uraian tersebut disimpulkan, QFD merupakan praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan.

Penerapan QFD dapat mengurangi waktu dan biaya desain produk/jasa organisasi secara bersamaan dengan dipertahankan dan ditingkatkannya kualitas desain. Menurut Tjiptono dan Diana (2003:114), manfaat lain dari QFD adalah:

a. Fokus kepada pelanggan

Organisasi TQM merupakan organisasi yang berfokus kepada pelanggan. QFD memerlukan pengumpulan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi tersebut kemudian

diterjemahkan ke dalam sekumpulan persyaratan pelanggan yang spesifik. Kinerja organisasi dan pesaing dalam memenuhi persyaratan tersebut dipelajari dengan teliti. Dengan demikian organisasi dapat mengetahui sejauh mana organisasi itu sendiri dan pesaingnya memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Efisiensi waktu

QFD dapat mengurangi waktu pengembangan produk/jasa karena memfokuskan pada persyaratan pelanggan yang spesifik dan telah diidentifikasi dengan jelas. Oleh karena itu tidak terjadi pemborosan waktu untuk mengembangkan ciri-ciri produk/jasa yang tidak atau hanya memberikan sedikit nilai kepada pelanggan.

c. Orientasi kerja sama tim

QFD merupakan pendekatan kerja sama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada konsensus / kesepakatan dan dicapai melalui diskusi mendalam. Oleh karena itu setiap tindakan yang dilakukan diidentifikasi sebagai bagian dari proses, maka setiap individu memahami posisinya yang paling tepat dalam proses tersebut, sehingga pada gilirannya hal ini mendorong kerja sama tim yang lebih kokoh.

d. Orientasi pada dokumentasi

Salah satu produk/jasa yang dihasilkan dari proses QFD adalah dokumen komprehensif mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses yang ada dan perbandingannya dengan persyaratan pelanggan. Dokumen ini berubah secara konstan setiap kali ada informasi baru yang dipelajari dan informasi lama yang dibuang.

D. Pengertian dan Faktor-faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk

yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak merasa puas maka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas.

Menurut Aritonang (2005 : 2) mengemukakan bahwa:

Kepuasan pelanggan adalah sebagai hasil penelitian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk itu. Jika harapan lebih tinggi daripada kinerja produk, ia akan merasa tidak puas.

Menurut definisi di atas, ada dua ukuran yang tercakup. Ukuran yang pertama adalah harapan pelanggan yang berfungsi sebagai pembanding atas ukuran yang kedua, yaitu kriteria produk.

Zeithaml dalam bukunya Tjiptono (2003:28) menyatakan bahwa:

Kepuasan pelanggan terbentuk dari persepsi nilai penawaran dan harapan, pelanggan yang sangat puas atau senang akan memiliki ikatan emosional dan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap mereknya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.

Harapan pelanggan dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan, serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan yang akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Perusahaan yang ingin unggul dalam pasar saat ini harus mengamati harapan pelanggan, kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan. Apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa, kalau kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira.

2. Faktor-Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Diana (2003:360), faktor-faktor yang menjadi indikator dalam pembentukan kepuasan pelanggan adalah:

a. Kinerja pelayanan (*Service Performance*)

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi konsumen. Kinerja pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas yang didapat dari kinerja yang baik, memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Kualitas produk

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa maka pelayanan merupakan produk yang dijual oleh perusahaan.

Namun bagi perusahaan jasa tidak semua perusahaan jasa hanya sekedar menjual suatu pelayanan saja. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Semakin baik kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Sebaliknya, barang yang kurang berkualitas akan merusak kepuasan konsumen secara keseluruhan.

c. Harga

Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu jasa terutama untuk jasa yang memiliki kondisi dimana kualitasnya sulit untuk dideteksi sebelum jasa tersebut dikonsumsi. Hal tersebut berkaitan dengan kenyataan bahwa sifat dari jasa yang memiliki tingkat resiko yang cukup tinggi bila dibandingkan produk berupa barang. Dalam situasi dimana konsumen tidak dapat mengevaluasi barang dan jasa yang akan dibeli, maka ada kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang. Maka konsumen biasanya cenderung bersaksi harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

E. Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB)

Peraturan Kapolri Nomor 5 Tahun 2012 tentang Registrasi dan Identifikasi Kendaraan Bermotor, pasal 1 menyebutkan “Buku Pemilik Kendaraan Bermotor yang selanjutnya disingkat BPKB adalah dokumen pemberi legitimasi kepemilikan kendaraan bermotor yang diterbitkan Polri dan berisi identitas kendaraan bermotor dan pemilik, yang berlaku selama kendaraan bermotor tidak dipindahtangankan”.

Pelayanan penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) dibagi dengan beberapa proses pelayanan sesuai dengan Peraturan Kapolri Nomor 5 Tahun 2012, pasal 11 yaitu :

1. Penerbitan BPKB untuk kendaraan bermotor baru, meliputi:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.utma.ac.id)21/3/24

- a. Produksi dan/atau rakitan dalam negeri (*Completely Knock Down*);
 - b. Impor *Completely Built Up* (CBU);
 - c. Hasil lelang kendaraan bermotor TNI atau Polri;
 - d. Hasil lelang kendaraan bermotor temuan Direktorat Bea dan Cukai atau Polri;
 - e. Hasil lelang putusan pengadilan dan lelang penghapusan;
 - f. Kedutaan negara asing; dan
 - g. Lembaga internasional.
2. Penerbitan BPKB untuk pemindahtanganan kepemilikan kendaraan bermotor, meliputi:
 - a. Jual beli;
 - b. Hibah;
 - c. Warisan;
 - d. Lelang;
 - e. Tukar-menukar; dan
 - f. Penyertaan kendaraan bermotor sebagai modal pada badan usaha berbadan hukum.
 3. Penerbitan BPKB untuk penggantian bukti registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, meliputi karena:
 - a. Hilang;
 - b. Rusak;

Biaya dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2010 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kepolisian Negara Republik Indonesia yaitu:

1. Kendaraan bermotor roda 2 atau roda 3
 - a. Baru Rp 80.000,-
 - b. Ganti Kepemilikan Rp 80.000,-
2. Kendaraan bermotor roda 4 atau lebih
 - a. Baru Rp 100.000,-
 - b. Ganti Kepemilikan Rp 100.000,-

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP / 25 / M.PAN / 2 / 2004, tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan

Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah telah ditetapkan 14 unsur

UNIVERSITAS MEDAN AREA

yang “*relevan, valid dan reliabel*” sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. **Prosedur pelayanan**, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
2. **Persyaratan Pelayanan**, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
3. **Kejelasan petugas pelayanan**, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
4. **Kedisiplinan petugas pelayanan**, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
5. **Tanggung jawab petugas pelayanan**, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
6. **Kemampuan petugas pelayanan**, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
7. **Kecepatan pelayanan**, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
8. **Keadilan mendapatkan pelayanan**, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
9. **Kesopanan dan keramahan petugas**, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
10. **Kewajaran biaya pelayanan**, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
11. **Kepastian biaya pelayanan**, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
12. **Kepastian jadwal pelayanan**, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
13. **Kenyamanan lingkungan**, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
14. **Keamanan Pelayanan**, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yang merupakan suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan lainnya (Sukmadinata, 2012).

Menurut Erlina (2007:22), “studi deskriptif membantu peneliti untuk menjelaskan karakter objek yang diteliti, mengkaji berbagai aspek dalam fenomena tertentu dan menawarkan ide masalah untuk pengujian dan penelitian selanjutnya”.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Putri Hijau No. 14 Medan – 20111, Telepon : (061) 4537875.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Juli 2013 sampai dengan bulan Oktober 2013.

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan			
		Jul 2013	Ags 2013	Sep 2013	Okt 2013
1	Pengajuan judul	■			
2	Bimbingan Proposal		■		
3	Seminar Proposal			■	
4	Pengumpulan Data			■	
5	Analisis Data				■
6	Bimbingan Skripsi				■
7	Penyelesaian Skripsi				■
8	Sidang Meja Hijau				■

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama, adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Fokus kepada Pelanggan

Fokus kepada pelanggan berarti setiap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Orientasi pada pelanggan tersebut akan merangsang manajer untuk meningkatkan kinerjanya agar menghasilkan produk/jasa yang bermutu untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, namun yang sering terjadi ialah ada kesenjangan di antara keduanya, sehingga pelanggan sulit untuk merasa puas.

Fokus kepada pelanggan diukur dengan kuesioner yang disusun

berdasarkan prinsip pelayanan dalam Kep.Men.PAN Nomor 25 Tahun

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2004 yaitu: a) Prosedur pelayanan; b) Persyaratan pelayanan

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From repository:uma.ac.id|21/3/24

Kemampuan petugas pelayanan; d) Kecepatan pelayanan; e) Kesopanan dan keramahan petugas; f) Kepastian biaya pelayanan; g) Kepastian jadwal pelayanan; dan h) Keamanan pelayanan.

2. Pelayanan Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB)

Pelayanan penerbitan BPKB adalah merupakan salah satu tugas pokok Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk melakukan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor serta melegitimasi kepemilikan kendaraan bermotor tersebut.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung ke objek penelitian yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Sumber data primer adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu masyarakat pengguna layanan penerbitan BPKB di Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung menyangkut informasi yang berhubungan dengan penelitian.

UNIVERSITAS MEDAN AREA adalah visi, misi, struktur organisasi dan

penerapan fokus kepada pelanggan dalam penerbitan BPKB di Direktorat Lalu Lintas Polda Sumut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner.
2. Dokumentasi, yaitu dengan menghimpun dokumen-dokumen dan data-data penting perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data primer dan sekunder.

1. Analisis Data Primer

Analisis data primer adalah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah digunakan perhitungan mean score.

Analisis yang dilakukan dengan menggunakan rumus rata-rata.

$$\text{Rata-rata} = \frac{\sum X_i F_i}{n}$$

Dimana:

X_i = Nilai pengukuran ke-i

F_i = Frekuensi kelas ke-i

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)21/3/24

n = Banyaknya pengamatan

Hasil dari nilai rata-rata dan standard deviasi tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala yang mempertimbangkan informasi interval berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap unsur diferensiasikannya. Informasi rentang skala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 : Tidak Efektif
- 1,81 – 2,60 : Kurang Efektif
- 2,61 – 3,40 : Cukup Efektif
- 3,41 – 4,20 : Efektif

UNIVERSITAS MEDAN AREA
• > 4,21 : Sangat Efektif

2. Analisis Data Sekunder

Analisis data sekunder dilakukan dengan membandingkan teori tentang fokus kepada pelanggan (Karakteristik TQM) dalam penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) dengan yang terjadi pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara sehingga dapat diketahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah efektif atau tidak.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai Penerapan Fokus kepada Pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dalam Penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data primer, ditemukan bahwa penerapan fokus kepada pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) sangat efektif dalam proses penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara.
2. Berdasarkan hasil analisis data sekunder, ditemukan bahwa fokus kepada pelanggan (Karakteristik *Total Quality Management*) dan pembentukan kepuasan pelanggan telah diterapkan secara efektif dalam proses pelayanan penerbitan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) pada Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan terkait dengan hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bagi pihak yang membutuhkannya, yaitu perusahaan dan peneliti selanjutnya.

1. Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara

- a. Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara harus terus mampu menciptakan inovasi-inovasi sistem pelayanan terbaru sesuai dengan kebutuhan pelanggan sebagai wujud pelayanan prima bagi kepuasan masyarakat.
- b. Direktorat Lalu Lintas Polda Sumatera Utara disarankan untuk lebih memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan yang ada agar dapat memperbaiki produk ataupun kualitas pelayanan yang dihasilkan.
- c. Seluruh karyawan harus menciptakan komunikasi antar bagian yang baik selama bekerja sehingga pelayanan konsumen bisa lebih cepat.

2. Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya yang relevan dengan judul ini diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel dan teknik pengumpulan data yang berbeda agar dapat memperoleh informasi dari sudut pandang yang berbeda.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/3/24

Access From (repository.tma.ac.id)21/3/24

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R., **Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS**, Edisi Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005.
- Arthathiani, F. Y., **Penerapan Manajemen Mutu Terpadu pada Departemen Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan Kelautan**, Fakultas Perikanan, Institut Perikanan Bogor, Bogor, 2008.
- Erlina, dan Sri Mulyani, **Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen**, USU Press, Medan, 2007.
- Garrison, Ray H. dan Eric W. Noreen, **Akuntansi Manajerial**, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta, 2008.
- Gaspersz, Vincent, **Total Quality Management**, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Goetsch, D.L., dan Davis, S., **Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness**, Englewood Cliffs: Prentice Hall Int, Inc, 1994.
- Hardjosoedarmo, S., **Bacaan Terpilih tentang Total Quality Management**, Edisi Revisi, Andi Offset, Yogyakarta, 2007.
- Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Medan, 2008.
- Kepolisian Negara Republik Indonesia, **Perkap Nomor 5 Tentang Registrasi dan Identifikasi Kendaraan Bermotor**, Jakarta, 2012.
- Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, **KEP. Men.PAN Nomor 25 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah**, Jakarta, 2004.
- Nasution, M. N., **Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management**, Penerbita Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005.
- Pemerintah Republik Indonesia, **PP Nomor 50 Tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kepolisian Negara Republik Indonesia**, Jakarta, 2010.
- Tjintono, Fandy dan Anastasia Diana, **Total Quality Management**, Cetakan Kedua, Andi Offset, Yogyakarta, 2003.