

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **A. Pengertian Kepariwisataan**

Pengertian Kepariwisataan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan pada Bab I Pasal 1 ayat 4, bahwa Kepariwisataan adalah “keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha”.

Pengembangan kepariwisataan merupakan kegiatan lintas sektoral. Dengan demikian suksesnya pembangunan kepariwisataan nasional sangat ditentukan oleh adanya dukungan serta partisipasi aktif seluruh lapisan masyarakat, baik pemerintah, pihak swasta, maupun masyarakat lainnya. Sebagai industri perdagangan jasa, kegiatan pariwisata tidak terlepas dari peran serta pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

#### **B. Teori Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan

melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Kep. Menpan No.81/93 menyatakan bahwa pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat/ daerah, BUMN/BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### 1. Peningkatan Pelayanan

Program peningkatan pelayanan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Program peningkatan pelayanan tersebut menjadi sangat penting, mengingat sebagai perusahaan yang melayani kebutuhan masyarakat luas (*public service*), maka tuntutan pelayanan yang diberikan secara baik dan sebagaimana mestinya menjadi suatu keharusan. Masalah yang timbul adalah bahwa pada perusahaan yang melayani kebutuhan masyarakat luas menjadi sesuatu hal yang langka bagi para pelaksana perusahaan, apalagi perusahaan tersebut merupakan perusahaan dengan status badan usaha milik Negara, dan merupakan perusahaan dengan jasa produk monopoli dan dibutuhkan masyarakat luas. Program peningkatan pelayanan ini menjadi sesuatu program yang mungkin dianggap aneh bagi para staf pelaksana di lapangan, karena dengan pelayanan yang apa adanya produk perusahaan yang bersifat monopoli itupun masih dibutuhkan masyarakat luas. Peningkatan pelayanan mungkin dianggap sebagai program yang mengada-ada, mengingat produk jasa yang dihasilkan merupakan sesuatu produk yang tidak ada saingannya di pasaran.

## 2. Pelayanan Profesional

Pelayanan profesional yang harus diberikan oleh para tenaga kerja di lapangan sebagai implementasi daripada program pengembangan SDM, merupakan bagian dari fungsi-fungsi manajemen SDM mengatur proses sejak awal sampai akhir, yang terdiri dari: perencanaan, pergerakan, kontrol, rekrutmen, pengembangan, kompensasi, pemeliharaan, dan pemberhentian.

Semua aktivitas tersebut di atas merupakan aspek manajerial dan aspek operatif dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara optimal. Program pengembangan SDM secara pribadi memberikan nilai tambah terhadap SDM yang bersangkutan, artinya program pengembangan SDM tersebut memberikan ilmu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), kepribadian (*privacy*), dan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (*science and technology*), sedangkan yang bersifat sosial artinya pendidikan membuat SDM menjadi cerdas intelektual, emosional dan psikomotorik, memberikan status sosial (*social status*), artinya ada penghargaan dari perusahaan, membuat senang (*pleasure*), memberikan nilai tambah (*added value*) dan rasional. Dengan mendapatkan jasa pengembangan SDM lewat pendidikan, misalnya, melalui konsep "*investment in human capital*". Harapannya, adalah; ada penerimaan, ada pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, memperoleh pekerjaan dan akhirnya, masyarakat memperoleh pendapatan. Jadi, dengan konsep itu, maka pendidikan akan berfungsi sebagai: *human life, education is for all and the long life education* (UNESCO, 1944: 14).

Kemampuan perusahaan dalam melaksanakan sesuatu pekerjaan diukur dalam satuan kinerja. Kinerja dalam pengertiannya disebutkan sebagai prestasi atau capaian prestasi atas sesuatu yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja juga disebutkan sebagai *performance*, Hassan & Echols (dalam kamus Inggris 2003), menyebutkan *performance* sebagai prestasi. Kinerja merupakan *output* atau hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau suatu institusi. Kinerja atau *performance* dalam hal ini mempunyai standar, dimana *performance standards* menurut kamus istilah manajemen disebutkan sebagai standar-standar pekerjaan yang membandingkan tindakan-tindakan khusus dengan kepercayaan-kepercayaan, kebijaksanaan-kebijaksanaan, hukuman-hukurn, kebiasaan-kebiasaan, dan hal-hal tidak berwujud lainnya.

### **C. Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Menurut Dr. H. Bahrul Kirom dalam bukunya “*Mengukur Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*” mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari :

#### **1. Nilai Kerja (*Work Values*)**

Dalam program pengembangan SDM perusahaan prinsip pengembangan nilai-nilai kerja sangat berpengaruh terhadap hasil kerja seseorang secara keseluruhan. Nilai nilai kerja seperti: kejujuran, tanggung jawab, dedikasi, dan komitmen dianggap sebagai modal dasar yang harus terpenuhi dalam upaya memiliki tenaga kerja yang kompeten. Nilai nilai dasar yang melekat pada diri seseorang ini akan memudahkan perusahaan

dalam membentuk tenaga kerjanya menjadi sesuai ekspektasi. Nilai nilai dasar yang kemudian membentuk nilai nilai luhur dalam bekerja, merupakan modal dasar seseorang untuk melangkah lebih jauh dalam pengembangan karirnya dikemudian hari.

SDM tanpa nilai nilai dasar seperti ini, tidak dapat diharapkan terlalu jauh untuk dapat mengembangkan potensinya sesuai harapan perusahaan. Tanpa nilai nilai dasar yang dimiliki seseorang dalam upaya menciptakan manusia manusia unggul dalam perusahaan, merupakan sesuatu yang mustahil untuk dicapai. Tuntutan agar setiap anggota perusahaan memiliki nilai-nilai dasar seperti disebutkan diatas, menjadi tuntutan yang menjadi teramat penting, mengingat kondisi perkembangan bisnis era global yang semakin menuntut pelayanan menjadi lebih baik. Munir (2002: 190), menyebut bentuk layanan menjadi tiga, yakni: layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan dengan perbuatan.

Bentuk-bentuk layanan seperti tersebut diatas merupakan bentuk layanan yang diberikan pada umumnya. Pada perusahaan jasa pelayanan publik atau perusahaan jasa lainnya, ketiga bentuk layanan tersebut menjadi satu kesatuan yang tidak berdiri sendiri. Akan tetapi bentuk layanan dengan “perbuatan”, merupakan bentuk kongkret layanan yang diberikan kepada konsumen. Layanan dengan perbuatan menuntut kejujuran, tanggung jawab, dedikasi dan komitmen untuk dapat melayani dengan sesungguhnya.

Pelayanan yang diberikan tanpa disertai dengan kejujuran, misalnya, akan menghasilkan bentuk layanan tidak sebagaimana yang diharapkan.

Bagaimana mungkin, konsumen dapat menerima layanan yang tidak disertai kejujuran: kejujuran dalam memberikan informasi, kejujuran dalam memberikan pelayanan sehingga konsumen memperoleh bentuk layanan yang terbaik, atau bentuk layanan yang tidak bertanggung jawab. Apa jadinya, kalau semua itu diberikan oleh perusahaan jasa yang mengurus kepentingan masyarakat banyak (pelayanan publik).

## **2. Semangat Kerja (*Work Spirit*)**

Faktor lain yang sangat mempengaruhi seseorang melakukan pelayanan dengan baik adalah semangat kerja, seseorang dengan semangat kerja yang rendah akan menghasilkan kinerja kerja yang juga rendah, sebaliknya seseorang dengan semangat kerja yang tinggi akan mampu menghasilkan kinerja yang tinggi bagi perusahaan. Semangat kerja yang tinggi dari para pelaksana perusahaan akan mampu mendongkrak kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Semangat kerja yang tinggi inilah yang dibutuhkan oleh perusahaan dari para tenaga kerjanya, sebab dengan modal semangat kerja yang tinggi ini pula akan menentukan performa perusahaan dimasa datang. Faktor semangat kerja yang positif menjadi bagian mutlak daripada kelanjutan usaha perusahaan.

Semangat kerja didasari oleh ethos kerja yang ada pada diri seseorang semakin tinggi semangat kerjanya akan semakin tinggi pula sesuatu yang dapat dihasilkan dari pekerjaannya, hasil kerja yang tinggi dinyatakan produktivitas. Artinya, semakin tinggi semangat kerja seseorang dalam

menyelesaikan pekerjaannya, akan semakin tinggi pula produktivitasnya, yang pada akhirnya akan berdampak pada produktivitas perusahaannya. Sekarang berkembang pemahaman bekerja tidak cukup dengan kerja keras, tetapi juga harus disertai dengan bekerja secara cerdas. Artinya, bekerja keras dengan semangat kerja tinggi masih di pandang belum cukup, karena bekerja dengan cara seperti itu masih belum optimal, tetapi juga harus di iringi dengan bekerja cerdas. Cerdas dalam memilih prioritas pekerjaan, cerdas dalam membaca tingkat pemborosan dalam pekerjaan, cerdas dalam memilih rekan kerja agar lebih cepat tercapai.

### **3. Keterampilan Berkomunikasi (*Communication Skills*)**

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah keterampilan dan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan konsumen. Bahasa komunikasi ini menjadi jembatan antara perusahaan dengan para konsumennya dalam menjalankan usaha. Kemampuan staf dalam berkomunikasi juga merupakan bagian dari keberhasilan pelayanan, ketidakmampuan staf dalam menjalin komunikasi dengan konsumen dapat berpengaruh terhadap tingkat komplain dan keluhan terhadap perusahaan. Gibson et al. (2006:13) menyebutkan bahwa:

*Organizational survival is related to management's ability to receive, transmit, and act on information. The communication process links the organization to its environment as well as to its parts. Information flows to and from the organization and within*

*the organization. Information integrates the activities within the organization.*

Kemampuan berkomunikasi tidak hanya harus dimiliki perusahaan, akan tetapi sangat penting artinya harus dikuasai SDM terutama yang bertugas melayani konsumen, karena menyangkut keberhasilan misi perusahaan dalam melayani konsumennya. Kemampuan berkomunikasi dengan konsumen tersebut merupakan ukuran tingkat keberhasilan kinerja. Rick Conlow alih bahasa Kumala Insiwi Suryo (2005: 80) menyebutkan, bahwa strategi berkomunikasi yang proaktif ada beberapa cara, diantaranya adalah: membuat komitmen. Di Jepang dikenal Kaizen yang artinya perbaikan berkelanjutan. Penggunaan hal ini dalam komunikasi yang anda lakukan. Mungkin bukanlah merupakan pembawaan anda tetapi sikap anda menunjukkan perangai anda. Peningkatan komunikasi merupakan proses yang memerlukan waktu panjang.

#### **D. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

Pemerintah Dinas Pariwisata bertanggung jawab atas empat hal utama yaitu; perencanaan (*planning*) daerah atau kawasan pariwisata, pembangunan (*development*) fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan (*policy*) pariwisata, dan pembuatan dan penegakan peraturan (*regulation*). Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran-peran pemerintah dalam bidang pariwisata tersebut di atas :

## 1. Perencanaan Pariwisata

Pariwisata merupakan industri yang memiliki kriteria-kriteria khusus, mengakibatkan dampak positif dan negatif. Untuk memenuhi kriteria khusus tersebut, memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan sehubungan dengan pengembangan pariwisata diperlukan perencanaan pariwisata yang matang. Kesalahan dalam perencanaan akan mengakibatkan munculnya berbagai macam permasalahan dan konflik kepentingan di antara para *stakeholders*. Masing-masing daerah tujuan wisata memiliki permasalahan yang berbeda dan memerlukan jalan keluar yang berbeda pula.

Dalam pariwisata, perencanaan bertujuan untuk mencapai cita-cita atau tujuan pengembangan pariwisata. Secara garis besar perencanaan pariwisata mencakup beberapa hal yang penting yaitu: (1) perencanaan pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk memacu pertumbuhan berbagai jenis industri yang berkaitan dengan pariwisata, (2) perencanaan pembangunan lahan, (3) perencanaan infrastruktur yang berhubungan dengan jalan, bandar udara, dan keperluan lainnya seperti listrik, air, pembuangan sampah dan lain-lain, (4) perencanaan pelayanan sosial yang berhubungan dengan penyediaan lapangan pekerjaan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial, dan (5) perencanaan keamanan yang mencakup keamanan internal untuk daerah tujuan wisata dan para wisatawan.

## 2. Pembangunan Pariwisata

Pembangunan pariwisata pada umumnya dilakukan oleh sektor swasta terutama pembangunan fasilitas dan jasa pariwisata. Namun, pengadaan infrastruktur umum seperti jalan, bandar udara, dan keperluan lainnya seperti jalan, listrik dan air yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata terutama untuk proyek-proyek yang berskala besar yang memerlukan dana yang sangat besar seperti pembangunan bandar udara, jalan untuk transportasi darat, proyek penyediaan air bersih, dan proyek pembuangan limbah merupakan tanggung jawab pemerintah. Selain itu, pemerintah juga berperan sebagai penjamin dan pengawas para investor yang menanamkan modalnya dalam bidang pembangunan pariwisata.

## 3. Kebijakan Pariwisata

Kebijakan merupakan perencanaan jangka panjang yang mencakup tujuan pembangunan pariwisata dan cara atau prosedur pencapaian tujuan tersebut yang dibuat dalam pernyataan-pernyataan formal seperti hukum dan dokumen-dokumen resmi lainnya. Kebijakan yang dibuat pemerintah harus sepenuhnya dijadikan panduan dan ditaati oleh para *stakeholders*. Kebijakan-kebijakan yang harus dibuat dalam pariwisata adalah kebijakan yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesempatan kerja, dan hubungan politik terutama politik luar negeri.

Umumnya kebijakan pariwisata dimasukan ke dalam kebijakan ekonomi secara keseluruhan yang kebijakannya mencakup struktur dan

pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Kebijakan ekonomi yang harus dibuat sehubungan dengan pembangunan pariwisata adalah kebijakan mengenai ketenagakerjaan, penanaman modal dan keuangan, industri-industri penting untuk mendukung kegiatan pariwisata, dan perdagangan barang dan jasa.

#### **4. Peraturan Pariwisata**

Peraturan pemerintah memiliki peran yang sangat penting terutama melindungi wisatawan dan memperkaya atau mempertinggi pengalaman perjalanannya. Peraturan-peraturan penting yang harus dibuat oleh pemerintah untuk kepentingan tersebut adalah: (1) Peraturan perlindungan wisatawan terutama bagi biro perjalanan wisata yang mengharuskan wisatawan untuk membayar uang muka (*deposit payment*) sebagai jaminan pemesanan jasa seperti akomodasi, tour dan lain-lain; (2) Peraturan keamanan kebakaran yang mencakup pengaturan mengenai jumlah minimal lampu yang ada di masing-masing lantai hotel dan alat-alat pendukung keselamatan lainnya; (3) Peraturan keamanan makan dan kesehatan yang mengatur mengenai standar kesehatan makanan yang disuguhkan kepada wisatawan; (4) Peraturan standar kompetensi pekerja-pekerja yang membutuhkan pengetahuan dan keahlian khusus seperti pilot, sopir, dan nahkoda. Pemerintah dan undang-undang yang berlaku mutlak dilaksanakan oleh pemerintah.

Kurang lebih ada 31 urusan di bidang kepariwisataan yang saat ini telah diserahkan pemerintah pusat kepada daerah kota/kabupaten. Berikut adalah gambaran jumlah urusan kepariwisataan yang menjadi kewenangan kota dan kabupaten.

**Tabel II.1 Urusan di Bidang Kepariwisataan yang Menjadi Kewenangan Kota dan Kabupaten**

Jenis Urusan	Jenis Usaha
a. Objek dan daya tarik wisata	1. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keindahan alam serta flora dan fauna. 2. Pengusahaan ODTW hasil karya manusia yang berwujud peninggalan purbakala, seni budaya, wisata agro, wisata buru, taman rekreasi dan lain-lain. 3. Pengusahaan ODTW minat khusus seperti arung jeram, diving, snorkeling, petualangan dan lain-lain.
b. Rekreasi dan Hiburan Umum	Usaha gelanggang renang, usaha pemanduan, usaha padang golf, usaha kolam micing, usaha gelanggang bowling, usaha rumah billiard, usaha pasar seni, usaha olahraga tertutup dan terbuka dan lain-lain.
c. Usaha Jasa Sarana Wisata	a. Akomodasi 1. Usaha hotel berbintang 2. Usaha hotel non bintang 3. Usaha penginapan 4. Usaha pondok wisata

Jenis Urusan	Jenis Usaha
	5. Usaha bumi perkemahan 6. Usaha persinggahan caravan b. Usaha makan dan minuman 1. Restoran/rumah makan Talam Kencana 2. Restoran/rumah makan Talam Salaka 3. Restoran/rumah makan Talam Gangsa 4. Jasa boga/catering 5. Warung makan c. Usaha Sarana Wisata 1. Usaha kawasan wisata 2. Usaha sarana wisata tirta 3. Usaha angkutan wisata sarat,laut,udara 4. Usaha penyewaan rumah di kawasan real estate
d. Usaha Jasa Pariwisata	1. Usaha biro perjalanan wisata 2. Biro perjalanan non cakra 3. Agen perjalanan wisata 4. Usaha pramuwisata 5. Usaha jasa konsultan 6. Usaha impesariat/even organizer 7. Usaha MICE 8. Usaha jasa informasi pariwisata

*Sumber : Jurnal MRL Volume 1, 2010*

## 5. Pengembangan Urusan Kepariwisata

Dalam menyusun pengembangan kepariwisataan perlu berlandaskan kepada pengembangan kepariwisataan baik secara nasional, maupun daerah. Pengembangan kepariwisataan pada tingkat Jawa Barat, telah menempatkan kepariwisataan sebagai *Core Business* pembangunan Jawa Barat, perlu diuraikan secara sistematis dan sinergi oleh berbagai pihak baik pemerintah kota, kabupaten pengusaha usaha pariwisata dan masyarakat, melalui fungsi dan peran masing-masing komponen di atas.

Dalam penyusunannya, pengembangan kepariwisataan perlu mempertimbangkan beberapa isu strategi kepariwisataan yang pada saat ini merupakan permasalahan yang perlu dicari jalan keluarnya. Isu strategis dimaksud meliputi antara lain:

- a. Pengembangan daerah tujuan wisata dalam keterkaitannya dengan daerah kota, kabupaten di Jawa Barat dan di luar Jawa Barat.
- b. Tingkat kunjungan wisatawan
- c. Kompetensi SDM
- d. Kepedulian terhadap lingkungan
- e. Pengembangan ekonomi rakyat
- f. Sinergitas kepariwisataan dengan seni budaya
- g. Prasarana menuju ODTW

Berdasarkan pendekatan isu strategis tersebut di atas, selanjutnya disusun suatu prioritas pengembangan urusan kepariwisataan yang memiliki nilai strategis, bagi pengembangan kepariwisataan kota dan kabupaten.

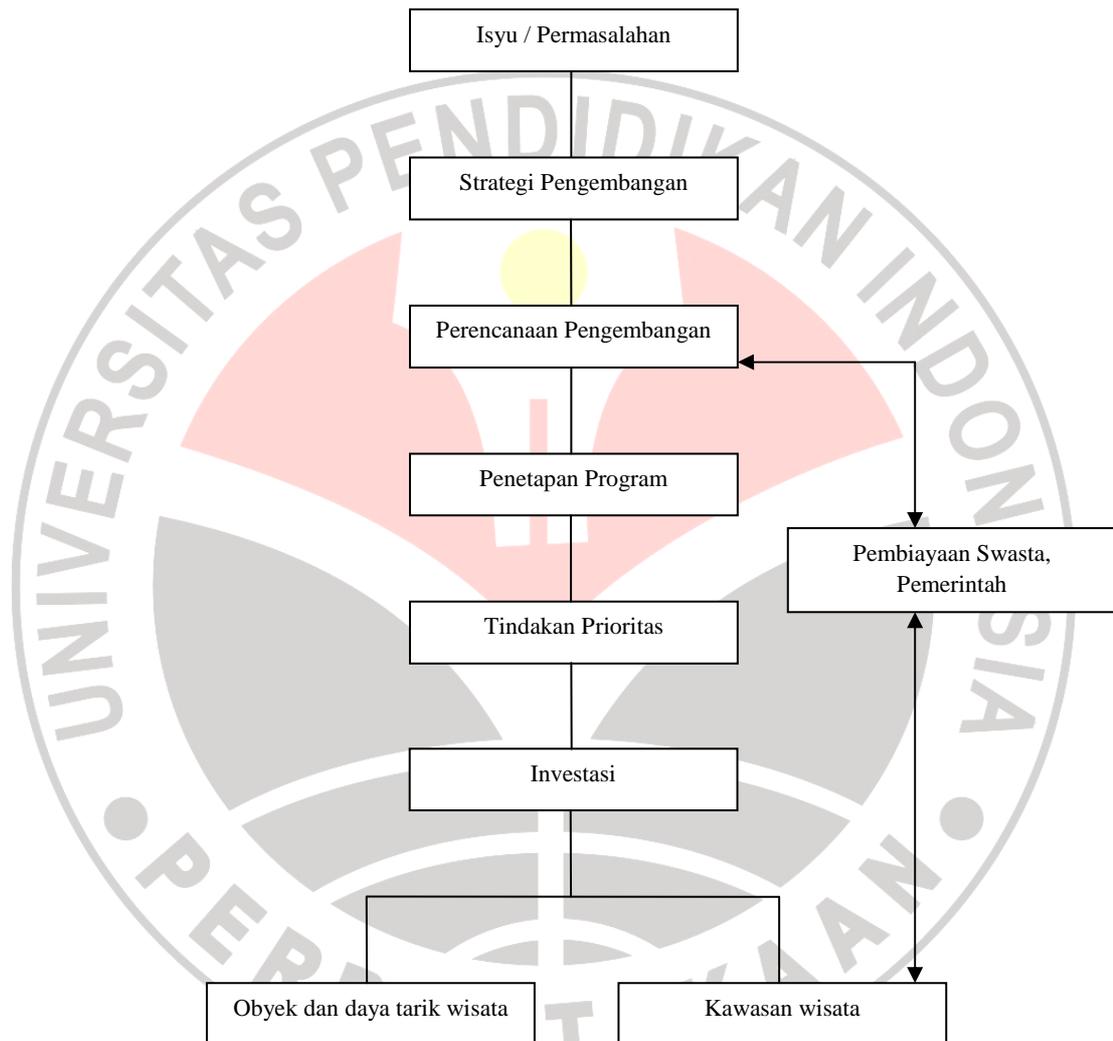
Dalam prioritas pengembangan urusan kepariwisataan harus tergambar dan teruraikan berbagai unsur yang mendukung seperti antara lain :

- a. Prasarana dasar, baik prasarana fisik maupun binaan
- b. Daya dukung sosial budaya, atraksi wisata
- c. Peranan masyarakat
- d. Langkah-langkah pemasaran
- e. Fasilitas yang akan dikembangkan
- f. Penyerapan sumber daya manusia
- g. Manfaat ekonomi
- h. Penataan lingkungan/eko tourism
- i. Penentuan zonasi peruntukan bila potensi alam yang dikembangkan
- j. Peruntukan lahan/tata ruang
- k. Legalitas dari lembaga (pemerintah, swasta)
- l. Jangka waktu/tahapan program
- m. Lanskap dan penataan arsitektual
- n. Site plan
- o. Kepemilikan lahan geografis

Program adalah instrument kebijakan yang berisi satu atau lebih kegiatan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah/lembaga/swasta untuk mencapai sarana dan tujuan serta memperoleh alokasi anggaran atau kegiatan masyarakat yang dikoordinasikan pemerintah. Program prioritas dilakukan sebagai usaha untuk pencapaian tujuan pengembangan kepariwisataan yang lebih menitikberatkan terhadap urusan yang berkualitas dan memiliki daya saing serta memiliki spesifikasi yang mampu menghasilkan unggulan yang

berdampak positif bagi kemajuan perekonomian dan investasi. Gambaran terhadap penyusunan program/tindakan prioritas adalah sebagai berikut :

### **Bagan II.1 Program Prioritas Urusan Kepariwisata**



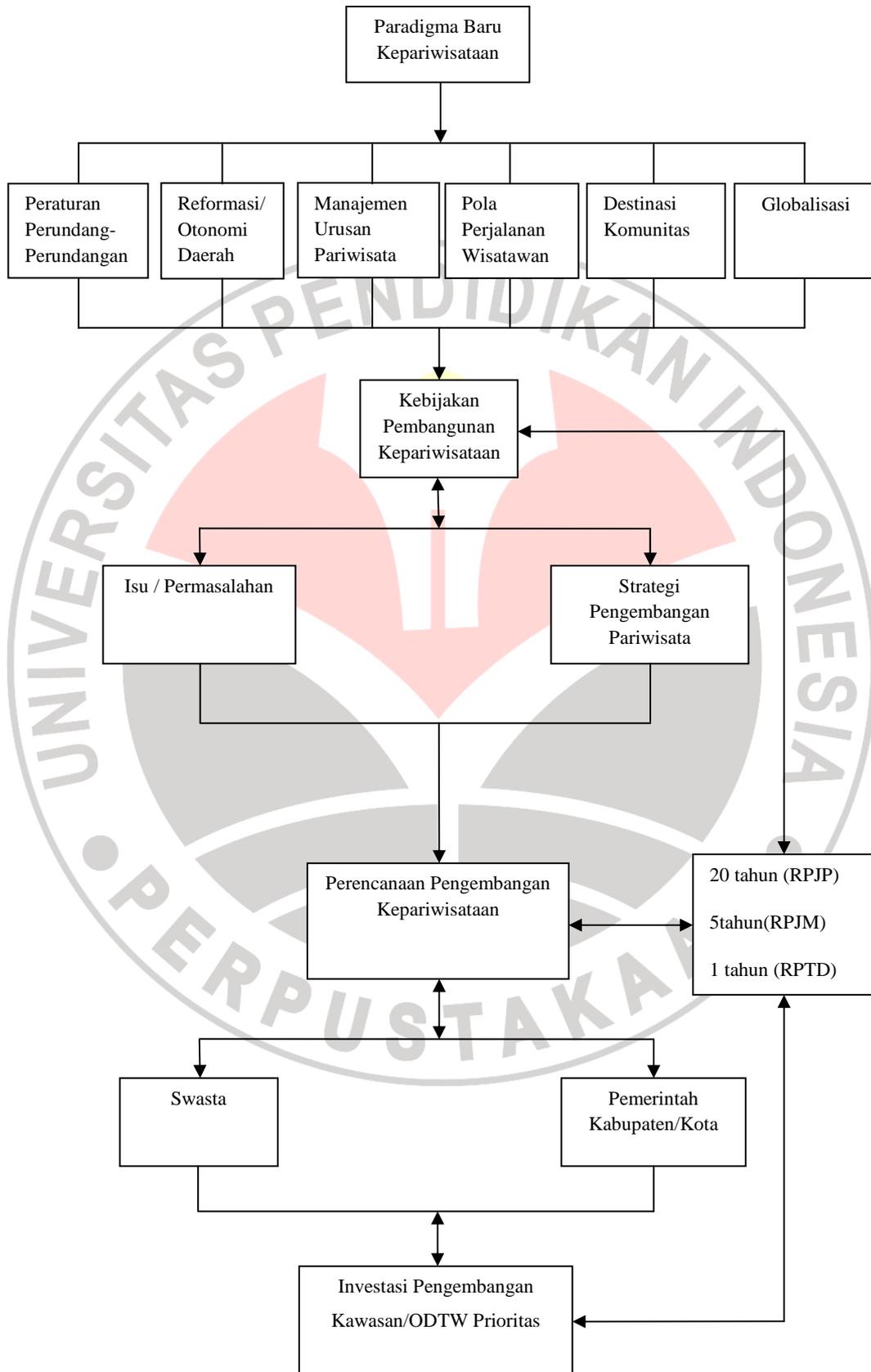
*Sumber : Jurnal MRL Volume 1, 2010*

Dari gambar tersebut dapat diuraikan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Perencanaan pengembangan kepariwisataan adalah proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan dengan memperhitungkan sumber daya yang tersedia.
- b. Penetapan program merupakan jembatan antara strategi dan tindakan prioritas yang sudah lebih jelas arah dan tujuannya, jelas kaitannya satu sama lain dan jelas bagaimana masing-masing dapat mendukung tercapainya tujuan.
- c. Prioritas pengembangan obyek dan daya tarik wisata/daya tarik wisata merupakan pilihan yang akan dikembangkan untuk mencapai kualitas dan memiliki daya saing.
- d. Tindakan prioritas merupakan kegiatan pelaksanaan pengembangan obyek wisata dan daya tarik wisata/kawasan wisata yang telah melalui berbagai penilaian dan analisis, siap dikembangkan.

Sumber pembiayaan merupakan stimulus untuk tercapainya pengembangan dan program pengembangan yang bersumber dari pemerintah, swasta maupun masyarakat.

**Bagan II.2 Konsep Pengembangan Kepariwisataan**



Sumber : Jurnal MRL Volume 1, 2010

### **E. Kebijakan Pemerintah Tentang Kualitas Pelayanan**

Kemampuan memberikan pelayanan secara professional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat konsumen dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan, hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya. Sehingga dengan demikian tidak ada alternatif lain bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan maupun pelayanan publik (*public service*) untuk berupaya memperbaiki tingkat pelayanannya yang lebih baik kepada konsumennya.

Keharusan memberikan pelayanan secara professional kepada konsumen ternyata juga menjadi suatu kewajiban yang harus dipenuhi penyedia jasa pelayanan dan hal itu diatur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Kewajiban menjadikan staff pelayanan mampu memberikan pelayanan secara professional kepada para konsumen juga merupakan tuntutan yang tidak mudah untuk dipeuhi, apabila perusahaan jasa pelayanan tidak dengan segera merintisya. Terutama pada perusahaan-perusahaan Negara pada umumnya.

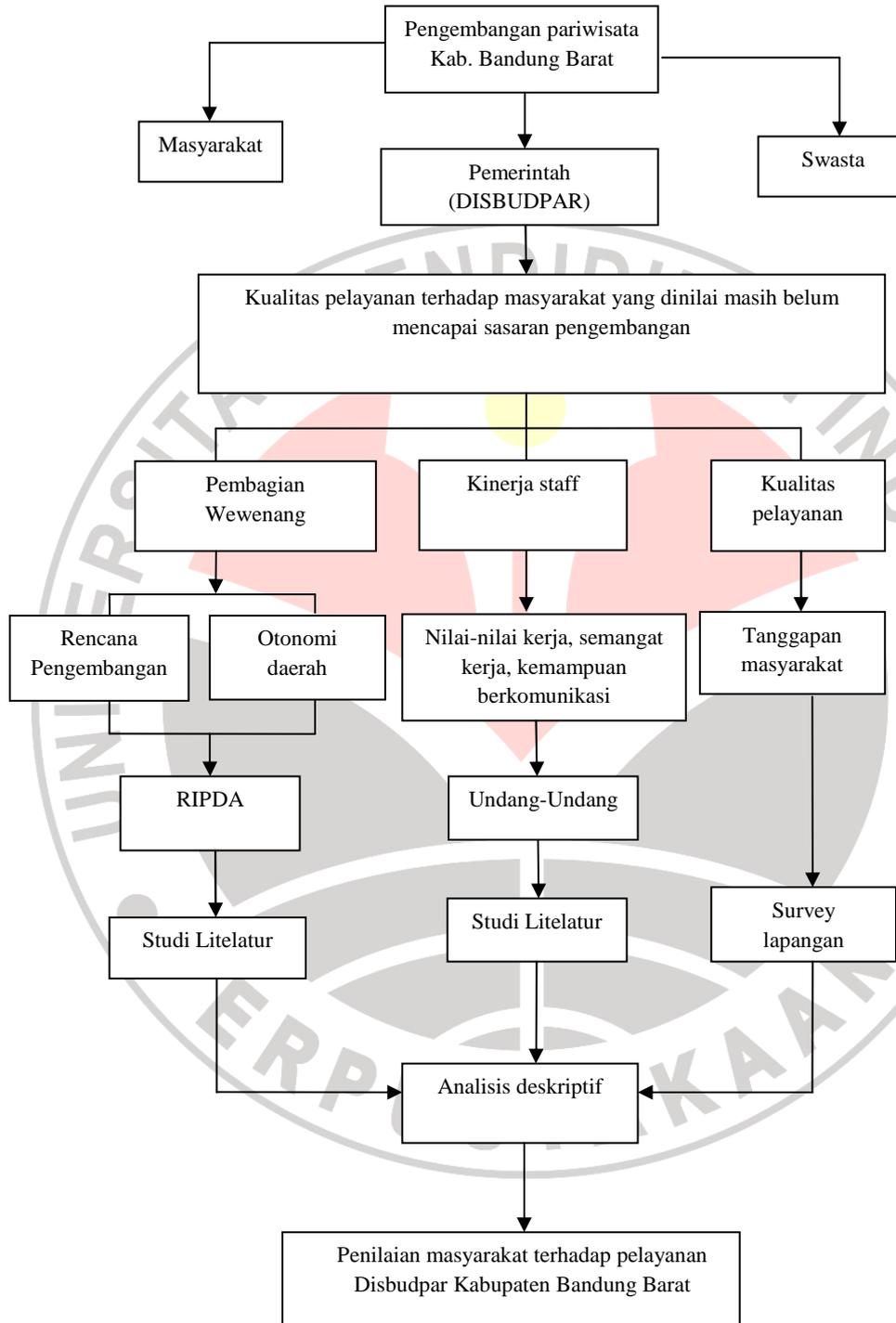
Upaya untuk mempersiapkan SDM pelayanan menjadi tenaga-tenaga yang profesional, yang mampu memberikan pelayanan sebagaimana diharapkan, menjadi sesuatu hal yang tidak mudah diwujudkan. Perintisan kearah SDM yang

mampu menguasai pekerjaannya secara professional membutuhkan pola pembinaan dan pembekalan pekerjaan tersendiri. Pada lingkup seperti ini, maka peran pendidikan memegang posisi penting dalam mempersiapkan tenaga kerja pelayanan menjadi tenaga kerja yang mampu memberikan pelayanan dengan baik, sebagai bentuk pendidikan dan pembelajaran berkelanjutan.



## F. Kerangka Pemikiran

**Bagan II.3 Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Penulis, 2011*