

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Pengertian Administrasi

Administrasi bisa dikatakan sebagai ilmu pengetahuan baru berkembang sejak akhir abad yang lalu (Abad XIX), tetapi administrasi sebagai suatu seni atau Administrasi dalam praktek, timbul bersamaan dengan timbulnya peradaban manusia. Sebagai ilmu pengetahuan administrasi merupakan fenomena masyarakat yang baru, perkembangannya di Indonesia, dengan membawa prinsip-prinsip yang universal, akan tetapi dalam prakteknya harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi Indonesia dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap perkembangan ilmu administrasi sebagai suatu disiplin ilmiah.

Administrasi merupakan kegiatan-kegiatan beberapa orang melalui proses kerjasama baik dalam suatu organisasi maupun antar organisasi untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan bersama sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pengertian administrasi yang dibedakan dalam 2 pengertian yang dikemukakan oleh **Handyaningrat (1985:2)** sebagai berikut :

- 1. Administrasi dalam arti sempit, yaitu dari kata *administratie* (bahasa Belanda) yang meliputi kegiatan catat mencatat, surat-menyurat, pembukaan ringan, ketik mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat ketatausahaan (*clerical work*). Jadi tata usaha adalah bagian kecil kegiatan dari pada Administrasi yang akan di pelajari**

2. **Administrasi dalam arti luas berasal dari kata administration (Bahasa Inggris) yang dikemukakan beberapa ahli dan dikutip oleh Soewarno Handyaningrat (1985:2). Administrasi dalam arti luas yaitu :**
- a) **Leonard D.White, memberikan definisi “Administration is a process common to all group effort,public or private,civil or military,large scale or smallscale...etc”. (Administrasi adalah suatu proses yang pada umumnya terdapat pada semua usaha kelompok, Negara, Swasta, Sipil atau militer, usaha yang besar atau kecil dan sebagainya).**
  - b) **H. A. Simon dan kawan-kawan memberikan definisi ”administration as the activities of groups cooperating to accomplish common goals” (Administrasi sebagai kegiatan daripada kelompok yang mengadakan kerjasama untuk menyelesaikan tujuan bersama).**
  - c) **William H. Newman, mengatakan “Administration has been defined as the guidance,leadership and control of the effort of a group of individuals towards same common goal” (Administrasi didefinisikan sebagai bimbingan,kepemimpinan,dan pengawasan daripada usaha-usaha kepemimpinan, dan pengawasan dari pada usaha-usaha kelompok individu-individu terhadap tercapainya tujuan bersama).**

### 2.1.2 Pengertian Administrasi Publik

Administrasi publik (*inggris: public administration*). Adalah suatu bahan ilmu sosial yang mempelajari tiga elemen penting kehidupan bernegara yang meliputi lembaga legislatif, yudikatif, dan eksekutif serta hal-hal yang berkaitan dengan publik yang meliputi Kebijakan publik, manajemen publik, administrasi pembangunan, tujuan negara, dan etika yang mengatur penyelenggaraan negara. Administrasi juga berasal dari administrasi berasal dari bahasa latin yang terdiri dari kata “*ad*” yang berarti intensif dan “*Ministraire*” yang berarti to *Serve* (melayani).

Secara sederhana, publik adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana pengelolaan suatu organisasi publik. Kajian ini termasuk mengenai birokrasi, penyusun, pengimplementasian, pengevaluasian kebijakan publik dan administrasi

pembangunan. Berikut ini merupakan pengertian administrasi publik menurut para ahli :

**Leonard D. White** yang dikutip oleh **Sodikin (2015:6)** memberikan definisi administrasi publik sebagai berikut **“Administrasi publik adalah semua kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan dengan mendasarkan kepada kebijakan negara “**

**Waldo** yang di kutip oleh **Sodikin (2015:7)** menyatakan bahwa : **“Administrasi Negara adalah pengorganisasian dan pengelolaan manusia dan material untuk mencapai tujuan pemerintah”**

Pemahaman-pemahaman diatas dapat diidentifikasi bahwa administrasi negara sebagai seni dan ilmu yang memudahkan pengelolaan semua urusan negara dengan melibatkan lembaga-lembaga negara, badan-badan pemerintah, pegawai negara, masyarakat dan swasta dalam rangka melaksanakan kebijakan negara yaitu :

1. **Tidak dapat diadakan (*unavoidable*)**
2. **Senantiasa mengharapkan ketaatan (*expect obedience*)**
3. **Mempunyai prioritas (*has priority*)**
4. **Mempunyai pengecualian (*has expectation*)**
5. **Puncak pimpinan politik (*top management political*)**
6. **Sulit diukur (*difficult to measure*)**
7. **Terlalu banyak mengharapkan dari administrasi publik (*more is expected of public administration*)**

Pendapat para ahli di atas menyimpulkan bahwa Administrasi Publik adalah proses penyelenggaraan yang dilakukan oleh aparatur pemerintah suatu negara untuk mengatur dan menajalankan kekuasaan negara guna kepentingan umum kendatipun pengertian semacam ini mengandung makna yang sangat umum, namun esensinya menyetuh kepada, bagaimana supaya untuk mengelola suatu instansi pemerintah.

### 2.1.3 Pengertian Organisasi Publik

Dalam literatur manajemen publik, pengertian organisasi publik bermula dari konsep “barang publik” (*publik goods*), yaitu adanya produk-produk tertentu berupa barang dan jasa yang tidak dapat dipenuhi dengan mekanisme pasar yang dilakukan individu-individu. Konsep ini menunjukkan adanya produk-produk yang bersifat kolektif dan harus diupayakan secara kolektif pula.

Beberapa bidang tertentu yang bersifat kolektif dimana organisasi publik memainkan peranannya, misalnya penegakkan hukum, pelayanan kesehatan, pendidikan, keamanan nasional, dan lain sebagainya. Semua ini tidak bisa diupayakan secara individual. Organisasi publik diadakan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat, yaitu pelayanan-pelayanan yang tidak dapat diusahakan sendiri secara terpisah oleh masing-masing individu. Oleh karena itu, fungsi organisasi publik adalah mengatur pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat secara umum.

Ciri-ciri organisasi publik menurut **Levin dkk (1990)** dalam **Dwiyanto (2006)** adalah sebagai berikut :

- 1. Organisasi publik tugas-tugasnya lebih kompleks dan ambigu**
- 2. Organisasi publik lebih banyak menghadapi masalah dalam implementasi keputusannya.**
- 3. Organisasi publik mempekerjakan lebih banyak pegawai dengan motivasi beragam**
- 4. Organisasi publik lebih memperhatikan bagaimana mengamankan peluang/kapasitas yang ada**
- 5. Organisasi publik lebih memperhatikan usaha kompensasi kegagalan pasar**
- 6. Organisasi publik lebih banyak kegiatan dengan signifikan simbolis lebih besar**
- 7. Organisasi publik memegang standar lebih ketat dalam komitmen dan legalitas**

8. Organisasi publik lebih fokus menjawab ketidakadilan
9. Organisasi publik beroperasi untuk kepentingan publik
10. Organisasi publik harus menjaga dukungan minimal masyarakat dalam tingkatan yang lebih tinggi dari pada sektor privat.

Berdasarkan teori diatas, tampak bahwa organisasi publik memiliki karakteristik lingkungan yang lebih rumit dibandingkan dengan organisasi bisnis. Organisasi bisnis hanya memperhitungkan konsumen dan para pesaing. Sementara organisasi publik harus memperhitungkan berbagai komponen yang lebih luas.

#### 2.1.4 Pengertian Manajemen

Secara etimologis yaitu manajemen yang artinya seni mengatur dan melaksanakan. Kata manajemen sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari kita dan sangat membantu dalam mengerjakan sesuatu. Atau dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari manusia untuk menentukan capaian tujuan sebagaimana yang telah ditetapkan.

Menurut **George R Terry** yang dikutip oleh **Silalahi (2011:6)** mendefinisikan manajemen sebagai :

*“Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling, performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human beings and other resources. (Suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya).”*

Jadi manajemen dapat berjalan karena adanya sumber daya manusia yang berkompeten dan berkualitas, sebab faktor utama berjalannya suatu organisasi karena sumber daya manusia.

### 2.1.5 Pengertian Motivasi

Motivasi mempunyai peranan untuk meningkatkan prestasi kerja pegawai dalam suatu organisasi, maka motivasi sangat akan menentukan sejauh mana prestasi kerja pegawai di dalam suatu organisasi. Akan dijelaskan beberapa pengertian motivasi menurut para ahli, yaitu sebagai berikut :

**Luthans** yang dikutip oleh **Pasolong** dalam **“Kepemimpinan Birokrasi” (2006:270)**, Motivasi yaitu :

**“Motivasi adalah sebagai sebuah proses yang dimulai dari adanya kekurangan baik secara fisiologis maupun psikologis yang memunculkan perilaku atau dorongan yang diarahkan untuk mencapai sebuah tujuan spesifik atau intensif. Dengan demikian, kunci utama untuk memahami proses motivasi bergantung pada pengertian dan hubungan antara kebutuhan, dorongan dan intensif.”**

Berdasarkan pengertian motivasi diatas sebagai proses yang dimulai dari adanya kekurangan fisiologis dan psikologis yang dapat memunculkan dorongan yang diarahkan dalam mencapai tujuan yang insentif. Sedangkan menurut **Siswanto (2005:268)** dalam **“Manajemen Tenaga Kerja Indonesia”** menyatakan bahwa Motivasi yaitu :

**“Motivasi merupakan pemberian energi yang menggerakkan segala potensi yang ada, menciptakan keinginan yang tinggi dan luhur, serta meningkatkan kebersamaan yang masing-masing pihak dapat bekerja menurut aturan atau ukuran yang ditetapkan dengan saling menghormati, saling membutuhkan, saling mengerti, dan saling menghargai hak dan kewajiban dalam keseluruhan proses kerja.”**

Berdasarkan pengertian diatas bahwa motivasi merupakan pemberian energi dengan menggerakkan segala potensi yang ada, untuk menciptakan keharmonisan dan kebersamaan dengan memperhatikan etika kesopanan dalam

bekerja sesama pegawai, menghargai akan hak dan kewajiban dalam bekerja. Motivasi Menurut **Hasibuan** dalam **Manajemen Sumber Daya Manusia (2007:219)** mengatakan bahwa : **“Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upayanya untuk mncapai kepuasan.”**

Berdasarkan pengertian diatas motivasi merupakan daya penggerak untuk menciptakan gairah kerja pegawai agar dapat bekerjasama, bekerja efektif dan terintegritas untuk mencapai kepuasan. Menurut **Sutrisno (2009:146)** sebagai berikut: **“Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang.”**

Berdasarkan pengertian diatas motivasi merupakan pemberian dorongan, penimbulan motivasi atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Menurut **Fillmore H. Stanford** dikutip **Mangkunegara (2002:10)** mengatakan **“*Motivation as an energizing condition of the organism that serves to direct that organism toward the goal of a certain class*”**(Motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu).

#### **2.1.5.1 Teori – Teori Motivasi**

Banyak teori motivasi yang telah dikembangkan oleh beberapa ahli. Dari teori-teori motivasi yang ada, ada yang lebih menekankan pada apa dan bagaimana

sebenarnya yang memotivasi tenaga kerja, yaitu teori motivasi isi, dan ada yang memusatkan perhatiannya pada bagaimana proses motivasi berlangsung, yaitu teori motivasi proses. Berikut beberapa teori-teori yang dikemukakan para ahli:

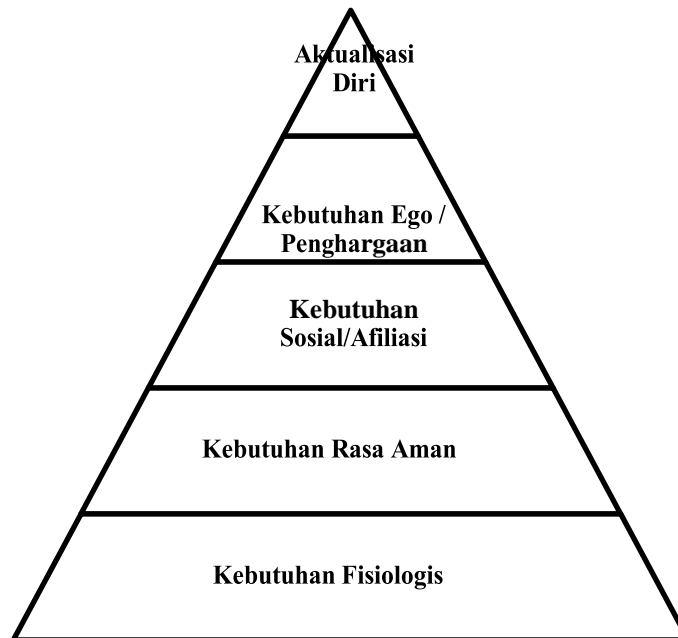
1) Teori Hirarki Kebutuhan Maslow

Salah satu teori motivasi yang paling banyak diacu adalah teori Hirarki Kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Maslow memandang kebutuhan manusia berdasarkan suatu hirarki kebutuhan dari kebutuhan yang paling rendah hingga kebutuhan yang paling tinggi. Kebutuhan pokok manusia yang diidentifikasi Maslow dalam urutan kadar pentingnya, menurut **Notoatmodjo (2009)** hirarki ini didasarkan pada anggapan bahwa pada saat seseorang telah memuaskan satu tingkat kebutuhan tertentu, mereka ingin bergeser ke tingkat yang lebih tinggi. Maslow mengungkapkan teorinya sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Teori Hirarki Maslow**

(Notoatmodjo 2009)



- (1) Kebutuhan Fisiologis (*Basic Needs*), kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat tetap hidup. Misalnya sandang, pangan, papan dan kesejahteraan individu.
- (2) Kebutuhan akan Rasa Aman (*Securily Needs*), dikaitkan dengan kerja maka kebutuhan akan keamanan sewaktu bekerja, perasaan aman yang menyangkut masa depan pegawai.
- (3) Kebutuhan Afiliasi atau Akseptansi (*Social Needs*).
  - a. Kebutuhan akan perasaan diterima di mana ia bekerja
  - b. Kebutuhan akan perasaan dihormati
  - c. Kebutuhan untuk bisa berprestasi
  - d. Kebutuhan untuk bisa ikut serta
- (4) Kebutuhan penghargaan (*Esteem Needs*), merupakan kepercayaan

diri atau pengakuan dari oranglain. Jenis kebutuhan ini menghasilkan kepuasan seperti kekuasaan, prestasi, status dan keyakinan akan diri sendiri.

- (5) Kebutuhan Perwujudan Diri (*Self-Actualization*) Kebutuhan ini merupakan kebutuhan paling tinggi, yakni kebutuhan untuk menjadi orang yang dicita-citakan dan dirasakan mampu mewujudkannya.

Teori ini mengatakan bahwa manusia termotivasi untuk memuaskan 5 (lima) jenis kebutuhan, yang dapat disusun dalam suatu hirarki. Kebutuhan yang lebih tinggi baru akan muncul/mendesak apabila kebutuhan yang dibawahnya telah terpenuhi.

## 2) Teori Dua Faktor dari Herzberg

Teori Herzberg dalam Manajemen Sumber Daya Manusia ini berhubungan dengan masalah kepuasan kerja. Frederick Herzberg mengklaim telah menemukan penjelasan dua faktor motivasi yaitu:

- (1) *Hygiene Factors* adalah rangkaian kondisi yang berhubungan dengan lingkungan tempat pegawai yang bersangkutan melaksanakan pekerjaannya atau faktor-faktor ekstrinsik, contoh dari faktor-faktor ini adalah :
- a. Supervisi teknis;
  - b. Supervise antar pribadi;
  - c. Kebijakan dan administrasi perusahaan;
  - d. Kondisi kerja;

e. Upah.

(2) *Motivation Factors* adalah faktor-faktor yang terutama berhubungan langsung dengan “isi” pekerjaan atau faktor-faktor intrinsik; contoh dari faktor-faktor ini adalah :

- a. Prestasi/keberhasilan;
- b. Pengakuan;
- c. Pekerjaan itu sendiri;
- d. Tanggung jawab;
- e. Pengembangan diri.

Teori Herzberg ini pada hakikatnya sama dengan teori Maslow, faktor hygiene sebenarnya bersifat preventif dan memperhitungkan lingkungan yang berhubungan dengan kerja, adapun faktor yang dapat memotivasi para karyawan ialah motivator. Dari **Teori Herzberg** ini dapat ditarik kesimpulan bahwa (Notoatmodjo, 2009:119):

- (1) **Faktor-faktor yang dapat meningkatkan atau memotivasi karyawan dalam meningkatkan kinerjanya adalah kelompok faktor-faktor motivasional.**
- (2) **Perbaikan gaji, kondisi kerja, kebijakan organisasi dan administrasi tidak akan menimbulkan kepuasan. Sedangkan faktor yang menimbulkan kepuasan adalah hasil kerja itu sendiri.**
- (3) **Perbaikan faktor hygiene kurang dapat mempengaruhi terhadap sikap kerja yang positif.**

3) Teori Motivasi Alderfer (*Alderfer's ERG Theory*)

Perluasan lebih lanjut dari Herzberg dan Maslow datang dari usaha Clayton Alderfer. (Miftah Thoha, 2010:233). Dia merumuskan suatu model penggolongan kebutuhan segaris dengan bukti-bukti empiris yang telah ada. Sama halnya dengan Maslow dan Herzberg, dia merasakan bahwa ada nilai tertentu dalam menggolongkan kebutuhan-kebutuhan, dan terdapat pula suatu perbedaan antara kebutuhan-kebutuhan dalam tatanan paling bawah dengan kebutuhan-kebutuhan pada tatanan paling atas.

Alderfer mengenalkan tiga kelompok inti dari kebutuhan-kebutuhan itu, yakni :

- (1) *Existence Needs* (Kebutuhan Keberadaan) adalah suatu kebutuhan akan tetap bisa hidup sesuai dengan tingkat kebutuhan tingkat rendah dari Maslow yaitu meliputi kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman serta *Hygiene Factors* dari Herzberg.
- (2) *Relatedness Needs* (Kebutuhan Berhubungan), mencakup kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain. Kebutuhan ini sesuai dengan kebutuhan afiliasi dari Maslow dan *hygiene factors* dari Herzberg.
- (3) *Growth Needs* (Kebutuhan Pertumbuhan) adalah kebutuhan yang mendorong seseorang untuk memiliki pengaruh yang kreatif dan produktif terhadap diri sendiri atau lingkungan. Realisasi dari kebutuhan penghargaan dan perwujudan diri dari Maslow dan *motivation factors* dari Herzberg.

#### 4) Teori Motivasi Prestasi McClelland

Tokoh motivasi lain yang mengemukakan bahwa manusia pada hakikatnya mempunyai kemampuan untuk berprestasi di atas kemampuan orang lain adalah David C. McClelland, kemampuan seseorang untuk berprestasi ini membuat McClelland terpesona untuk melakukan serangkaian riset empirisnya bersama asosiasinya di Universitas Harvard Amerika

Serikat. Selama lebih dari 20 tahun bersama timnya McClelland melakukan penelitian tentang desakan untuk berprestasi ini (Miftah Thoha, 2010:235).

Hasil penelitian McClelland membuat dia lebih percaya bahwa kebutuhan untuk berprestasi itu adalah suatu yang berbeda dan dapat dibedakan dari kebutuhan – kebutuhan lainnya. Lebih penting lagi kebutuhan berprestasi ini dapat diisolasi dan diuji pada setiap kelompok.

Menurut McClelland, seseorang dianggap mempunyai motivasi untuk berprestasi jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berprestasi lebih baik dari prestasi kerja orang lain. Ada tiga kebutuhan manusia ini menurut **McClelland (dalam Miftah Thoha, 2009:236)**, yakni:

- a. Kebutuhan untuk berprestasi**
- b. Kebutuhan untuk berafiliasi**
- c. Kebutuhan untuk kekuasaan**

Ketiga kebutuhan ini terbukti merupakan unsur –unsur yang amat penting dalam menentukan prestasi seseorang dalam bekerja. Ada beberapa karakteristik dari orang – orang yang berprestasi tinggi, antara lain :

- (1) *Suka mengambil risiko yang moderat.*

Pada umumnya nampak pada permukaan usaha, bahwa orang berprestasi tinggi risikonya juga besar, tetapi penemuan McClelland menunjukkan lain. Sebagai ilustrasi McClelland melakukan percobaan laboratorium. Beberapa partisipan diminta olehnya melempar lingkaran – lingkaran kawat pada pasak – pasak yang telah dipasang. Pada umumnya orang – orang tersebut melempar secara acak kadang – kadang lebih dekat dengan pasak dan kadang – kadang agak jauh. Orang – orang yang mempunyai kebutuhan untuk berprestasi lebih tinggi, cara melemparnya akan jauh berbeda dengan cara kebanyakan orang tersebut. Orang ini akan lebih berhati – hati mengukur jarak. Dia tidak akan terlalu dekat supaya semua kawat tidak masuk pasak dengan mudah, dan juga tidak terlalu jauh sehingga kemungkinan meleset itu besar sekali. Dia ukur jarak sedemikian rupa sedemikian rupa sehingga kemungkinan masuknya kawat lebih banyak dibandingkan dengan melesetnya. Orang semacam ini mau berprestasi dengan suatu risiko yang moderat, tidak terlalu besar risikonya dan pula tidak terlampau rendah.

(2) *Memerlukan umpan balik yang segera*

Ciri ini amat dekat dengan karakteristik di atas. Seseorang yang mempunyai kebutuhan prestasi tinggi, pada umumnya lebih menyenangi akan semua informasi mengenai hasil – hasil yang dikerjakannya. Informasi yang merupakan umpan balik yang bisa

memperbaiki prestasinya dikemudian hari sangat dibutuhkan oleh orang tersebut. Informasi itu akan memberikan kepadanya penjelasan bagaimana ia berusaha mencapai hasil. Sehingga ia tahu kekurangannya yang nantinya bisa diperbaiki untuk peningkatan prestasi berikutnya.

(3) *Memperhitungkan keberhasilan*

Seseorang yang berprestasi tinggi, pada umumnya hanya memperhitungkan keberhasilan prestasinya saja dan tidak memperdulikan penghargaan – penghargaan materi. Ia lebih puas pada nilai intrinsik dari tugas yang dibebankan kepadanya sehingga menimbulkan prestasi dan sama sekali tidak mengharapkan hadiah – hadiah materi atau penghargaan lainnya tas prestasinya tersebut. Kalau dalam berprestasi kemudian mendapatkan pujian, penghargaan dan hadiah – hadiah melimpah, hal tersebut bukanlah karena ia mengharapkan tetapi karena orang lain atau lingkungannya yang akan menghargainya.

(4) *Menyatu dengan tugas.*

Sekali orang berprestasi tinggi memilih suatu tujuan untuk dicapai, maka ia cenderung untuk menyatu dengan tugas atau pekerjaannya sampai ia benar – benar berhasil secara gemilang. Hal ini berarti bahwa ia bertekad akan mencapai tujuan yang telah dipilihnya dengan ketekatan hati yang bulat tidak setengah – setengah. Dia tidak bias meninggalkan tugas yang baru selesai separuh

perjalanan, dan dia tidak akan puas sebelum tugas pekerjaan tersebut selesai seluruhnya, dengan memberikan hasil maksimal. Tipe komitmen pada dedikasinya ini memancar dari kepribadiannya yang teguh, yang kadangkala mempunyai pengaruh kurang baik terhadap orang yang berhubungan dengannya. Orang lain merasakan bahwa prestasi ini seringkali tidak bersahabat. Dia lebih condong berpikir secara realistik mengenai kemampuannya dan tidak menyenangkan orang lain bersama-sama dalam satu jalan untuk mencapai tujuan. Dengan demikian jelaslah bahwa tipe orang yang berprestasi tinggi ini tidak selalu ramah dengan orang lain.

Empat karakteristik tersebut diatas dikemukakan oleh McClelland berdasarkan hasil risetnya bertahun – tahun. Adapun Jay Hall bersama kelompoknya yang dapat dikatakan sebagai orang yang lebih baru dibandingkan McClelland melaporkan hasil studinya yang agak menyeluruh tentang gaya manajer. Dia mengobservasi lebih dari 16.000 manajer dengan membaginya atas manajer – manajer yang mempunyai prestasi tinggi, menengah, dan rendah. Berikut ini adalah laporan penemuannya (**dalam Thoha, 2010:238-240**), yaitu:

- (1) Manajer yang mempunyai prestasi rendah, dapat diketahui lewat sifat pandangannya yang pesimis, dan mempunyai sifat dasar tidak percaya pada kemampuan bawahannya. Adapun manajer yang berprestasi tinggi menunjukkan sifat yang berlawanan dari yang rendah prestasinya. Dia selalu optimis dan memandang**



bawahannya sebagai potensi yang berguna bagi kelanjutan organisasi.

- (2) Motivasi pribadi manajer itu dapat diproyeksikan pada bawahannya. Dengan demikian manajer dengan motivasi prestasi yang tinggi selalu memikirkan aspek – aspek pekerjaan yang memberikan kesempatan pada bawahan untuk bisa berprestasi. Dia berusaha membicarakan hal ini pada bawahannya dan berusaha mempolakan dalam struktur pekerjaan yang menjamin bawahan untuk mencapai prestasi. Adapun manajer dengan motivasi prestasi yang moderat selalu memikirkan status simbol. Dan yang termotivasi prestasi rendah senantiasa memikirkan tentang keamanan. Baik yang moderat maupun rendah mempunyai cara – cara yang sama dalam memotivasi bawahan.
- (3) Manajer yang mempunyai motivasi prestasi tinggi siap mempergunakan, metode partisipasi dengan bawahannya, sementara itu yang moderat dan rendah tidak mempunyai kemauan untuk melibatkan bawahan dalam berperan serta pada pembuatan – pembuatan keputusan.
- (4) Manajer yang bermotivasi prestasi tinggi cenderung bersikap terbuka dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan lainnya baik sesama manajer ataupun dengan bawahannya. Adapun yang moderat selalu dikuasai oleh perasaan dan ide – idenya sendiri. Sedangkan manajer yang rendah prestasinya cenderung untuk menghindari berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain.
- (5) Manajer berprestasi tinggi menunjukkan sikapnya mau memikirkan baik orang – orang yang ada dalam organisasinya maupun produksinya. Manajer berprestasi moderat mempunyai minat yang besar untuk memikirkan produksi dan perhatian yang rendah pada orang – orang. Adapun manajer yang rendah prestasinya selalu memperhatikan perlindungan diri dan tidak memperdulikan orang – orang dan produksi.

Beberapa hasil penemuan Hall menunjukkan adanya perbedaan dengan profil McClelland tentang berprestasi tinggi dan rendah. Suatu contoh, oleh McClelland disebutkan bahwa orang yang bermotivasi prestasi tinggi cenderung tidak bersahabat dan tidak menyenangkan orang lain. Sementara itu penemuan Hall menyatakan bahwa orang yang bermotivasi prestasi tinggi

cenderung erorientasi pada orang – orang, mau bersifat terbuka dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan bawahannya dan mau memikirkan bahwa bawahannya sebagai potensi yang bermanfaat. Namun demikian, penemuan McClelland yang mengenalkan motivasi berprestasi ini amat bermanfaat dalam mempelajari motivasi, karena motivasi untuk berprestasi itu dapat diajarkan untuk mencapai prestasi kelompok atau organisasi lewat beberapa latihan, yang ternyata memiliki dampak yang positif terhadap pengembangan organisasi.

#### 2.1.5.2 Tipe – Tipe Motivasi

Motivasi merupakan fenomena hidup yang banyak corak dan ragamnya. Secara umum motivasi dapat diklasifikasikan kedalam empat jenis yang satu sama lain memberikan warna terhadap aktivitas manusia. Motivasi yang dimaksud disini tidak terlepas dari konteks manusia organisasional. Motivasi yang mempengaruhi manusia organisasional dalam bekerja atau mungkin menjauhi pekerjaan. Menurut Sudarwan Danim (2004:17) menyatakan bahwa tipe-tipe motivasi sebagai berikut :

- 1) **Motivasi Positif**  
**Motivasi Positif merupakan proses pemberian motivasi atau usaha membangkitkan motif, dimana hal itu diarahkan pada usaha untuk mempengaruhi orang lain agar dia bekerja secara baik dan antusias dengan cara memberikan keuntungan tertentu kepadanya. Contoh Tipe Motivasi Positif imbalan yang menarik, informasi tentang pekerjaan, kedudukan atau jabatan, perhatian atasan terhadap bawahan, kondisi kerja, rasa partisipasi, dianggap penting dan pemberian kesempatan untuk tumbuh dan berkembang.**
- 2) **Motivasi Negatif**  
**Motivasi sering dikatakan sebagai motivasi yang bersumber dari rasa takut. Misalnya : jika seseorang**

**tidak bekerja akan muncul rasa takut dikeluarkan, takut tidak diberi gaji, dan takut dijauhi oleh rekan kerjanya. Motivasi Negatif yang sangat berlebihan akan membuat organisasi tidak mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan.**

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa motivasi positif akan membangunkan semangat kerja pegawai dalam jangka waktu yang panjang dan tujuan dari organisasi akan tercapai. Motivasi negatif juga bisa dijadikan suatu ketakutan akan pegawai tidak mendapatkan gaji atas kelakuan pegawai itu sendiri tidak bekerja dengan baik, serta jarang masuk bekerja yang mengakibatkan merugikan diri pegawai itu sendiri dan berakibat buruk terhadap suatu organisasi tersebut. Oleh karena itu motivasi terbentuk dari sikap pegawai dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya dalam kondisi menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. Sikap mental pegawai yang positif terhadap situasi kerja atau kondisi kerja itulah yang dapat memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kinerja yang optimal.

### **2.1.5.3 Prinsip – Prinsip Motivasi**

Prinsip-prinsip motivasi merupakan hal-hal yang harus diterapkan oleh pimpinan dalam memotivasi para pegawai agar dapat menjalankan pekerjaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sebagaimana yang di jelaskan sebagai berikut :

**Mangkunegara (2009:61)** mengemukakan Prinsip - Prinsip dalam Memotivasi Kerja Pegawai adalah sebagai berikut :

- 1) **Prinsip partisipasi**, dalam upaya memotivasi kerja, pegawai perlu diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.
- 2) **Prinsip komunikasi**, Pemimpin mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas, dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- 3) **Prinsip mengakui andil bawahan**, mempunyai andil di dalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- 4) **Prinsip pendelegasian wewenang**, Pemimpin yang memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai bawahan untuk sewaktu-waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, akan membuat pegawai yang bersangkutan menjadi temotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.
- 5) **Prinsip memberikan perhatian**, pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai bawahan, akan memotivasi pegawai bekerja apa yang diharapkan oleh pemimpin.

#### 2.1.5.4 Metode Motivasi

Metode Motivasi yang dikemukakan oleh para ahli dapat digunakan atau dapat diterapkan sebagai acuan para pimpinan didalam memotivasi para pegawainya. Keberhasilan suatu metode motivasi yang digunakan tergantung pada pimpinan sebagai motivator dalam metode motivasi yang digunakan dengan aspek emosi dan kesesuaian dengan motif dominan pegawai.

Metode motivasi yang dapat digunakan oleh pimpinan untuk memotivasi para pegawai menurut **Malayu S.P Hasibuan (2014:149)**, sebagai berikut :

- 1) **Motivasi Langsung (*Direct Motivation*)**  
Motivasi Langsung yaitu motivasi (materil dan non materil) yang diberikan secara langsung kepada setiap individu pegawai untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Jadi sifatnya khusus, seperti memberikan

pujian, penghargaan, bonus, piagam, dan lain sebagainya.

2) **Motivasi Tidak Langsung (*Indirect Motivation*)**

Motivasi tidak langsung yaitu motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah/kelancaran tugas sehingga para pegawai merasa nyaman dan bersemangat dalam melakukan pekerjaannya.

### 2.1.5.5 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Sayuti (2007:85) menyebutkan motivasi kerja seseorang di dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) **Faktor Internal**

**Faktor Internal terdiri dari:**

(1) **Kematangan Pribadi**

Orang yang bersifat egois dan kemanja-manjaan akan kurang peka dalam menerima motivasi yang diberikan sehingga agak sulit untuk dapat bekerjasama dalam membuat motivasi kerja. Oleh karena itu, kebiasaan yang dibawa sejak kecil sangat mempengaruhi motivasinya.

(2) **Tingkat Pendidikan**

Seorang pegawai yang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya akan lebih termotivasi karena sudah mempunyai wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan pegawai yang lebih rendah tingkat pendidikannya, demikian juga sebaliknya jika tingkat pendidikan yang dimilikinya tidak digunakan secara maksimal ataupun tidak dihargai sebagaimana layaknya oleh manajer maka hal ini akan membuat pegawai tersebut mempunyai motivasi yang rendah.

(3) **Keinginan dan Harapan pribadi**

Seseorang akan bekerja keras bila ada harapan pribadi yang hendak diwujudkan menjadi kenyataan.

(4) **Kebutuhan**

Kebutuhan biasanya berbanding seajar dengan motivasi, semakin besar kebutuhan seseorang untuk dipenuhi maka semakin besar pula motivasi yang dibutuhkan.

**(5) Kelelahan dan Kebosanan**

Faktor kelelahan dan kebosanan mempengaruhi gairah dan semangat kerja yang pada gilirannya juga akan mempengaruhi motivasi kerja.

**(6) Kepuasan Kerja**

Kepuasan kerja mempunyai korelasi yang sangat kuat pada tinggi rendahnya motivasi kerja seseorang. Pegawai yang puas terhadap pekerjaannya akan mempunyai motivasi yang tinggi dan komitmen yang kuat terhadap pekerjaannya.

**2) Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal terdiri dari:

**(1) Kondisi lingkungan kerja**

Lingkungan kerja adalah keseluruhan saran dan prasarana kerja yang ada di sekitar pegawai yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri.

**(2) Kompensasi yang memadai**

Penghargaan nyata yang akan diterima pegawai karena bekerja adalah bentuk gaji, insentif, dan tunjangan. Satu hal yang terpenting kepada pegawai adalah memberikan kompensasi kompetitif artinya harus dekat dengan apa yang diberikan perusahaan yang lain dan apa yang diyakini oleh pegawai sesuai dengan kapabilitas, pengalaman, dan kinerjanya.

**(3) Supervisi yang baik**

Pekerjaan yang dilakukan oleh seorang *supervisor* harus menjadi sebuah panutan yang baik bagi pegawainya, hal ini sangat diyakini dapat menentukan tumbuh dan turunnya tingkat motivasi pegawai.

**(4) Ada Jaminan Karir**

Karir adalah rangkaian posisi yang berkaitan dengan kerja yang ditempati seseorang dalam hidupnya. Para pegawai mengejar karirnya untuk dapat memenuhi kebutuhan individu secara mendalam. Seorang pegawai tidak akan sungkan melakukan sesuatu untuk perusahaan jika memang ada jaminan karir yang diberikan perusahaan kedepannya.

**(5) Status dan Tanggung Jawab**

Status dan kedudukan dalam jabatan tertentu merupakan dambaan dan harapan setiap pegawai dalam bekerja. Karyawan bukan hanya mengharapkan kompensasi semata,

**tetapi pada suatu saat mereka berharap akan ada kesempatan menduduki jabatan tertentu.**

**(6) Peraturan yang fleksibel**

**Faktor lain yang diketahui dapat mempengaruhi motivasi pegawai dalam melakukan kegiatannya adalah peraturan. Bidang-bidang seperti kelayakan dari kebijakan manajemen, keadilan dari tindakan disipliner, cara yang digunakan untuk memutuskan hubungan kerja dan peluang kerja semua akan mempengaruhi cara kerja dan sudut pandang pegawai.**

2.1.6 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Menurut **Koetler (2005)** secara umum definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Menurut **Zeithaml dan Bitner (2007:75)** definisi kepuasan adalah

**“Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”**

Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ketidakpuasan pelanggan. **Day dalam Tse dan Wilton (1998)** menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah :

**“Respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan**

**sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”**

Selanjutnya pengertian kepuasan pelanggan dikemukakan oleh **Lele** dalam **Satibi (2012:89)** yang menyatakan bahwa :

**“Kepuasan pelanggan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan dengan membandingkan untuk kerjanya dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah mereka ciptakan atau telah terdapat di dalam pikiran mereka”.**

Pandangan diatas mengandung makna bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari hasil perbandingan antara tingkat kinerja yang dicapai oleh para penyelenggara pelayanan dengan harapan pengguna layanan. Dengan harapan pengguna pelayanan, sehingga kepuasan pengguna layanan, sehingga kepuasan pengguna layanan dapat terwujud. Hal senada dikemukakan oleh **Bean** dalam **Satibi (2012:89)** yang mengemukakan sebagai berikut :

**“Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dan diharapkan. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan merasakan kinerja di bawah harapan, pelanggan akan kecewa, kinerja sesuai harapan pelanggan akan sangat senang atau gembira.**

Lebih lanjut, **Tjiptono (2004:129)** mengemukakan bahwa: **”Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi”.** Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan berbagai metode pengukuran. **Kotler** dalam **Tjiptono (2004:148)**, secara sederhana mengemukakan empat metode yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

### **1. Sistem Keluhan dan Saran**



Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang bisa digunakan adalah kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

## 2. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

## 3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost Shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka

## 4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan yang menggunakan metode ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan cara menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok. Hasil dari metode ini akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk memperhatikan bisnis dan memenangkan pesaing diantara perusahaan yang sejenis, meskipun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh walaupun setiap perusahaan mengharapkan agar pelanggan tidak ada yang merasakan tidak puas. Namun setiap perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan sistem pelayanan sebaik mungkin.

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan suatu badan usaha karena masyarakat adalah konsumen dari produk yang dihasilkannya. Oleh karena itu, badan usaha harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi kedepannya dapat dicapai kesetian masyarakat. Sebab, bila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat sehingga menyebabkan ketidakpuasan masyarakat mengakibatkan kesetian masyarakat akan suatu produk menjadi luntur dan beralih ke produk atau layanan yang disediakan oleh badan usaha yang lain.

Menurut **Dutton** dkk dalam **Suryo Supraptono (1998)**, ukuran kepuasan masyarakat yang tinggi mencakup kecakapan petugas, keramahan pelayanan, suasana lingkungan yang nyaman, waktu tunggu yang singkat, dan aspek pelayanan lainnya.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Berkaitan dengan penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Motivasi Pembuatan Kartu Kuning (AK1) terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung” Dalam mempermudah pemecahan masalah, peneliti menggunakan kerangka berfikir yang dapat dijadikan landasan teori, dalil dan pendapat dari para ahli berhubungan dengan variabel yang menjadi kajian dalam melaksanakan penelitian, yakni: motivasi (variabel bebas) dan kepuasan masyarakat (variabel terikat).

Berdasarkan Masalah yang dikemukakan di atas, maka peneliti akan menyebutkan teori-teori dari para pakar yang selanjutnya akan ditetapkan sebagai kerangka pemikiran dalam usulan penelitian ini.

**Fillmore** yang dikutip oleh **Mangkunegara (2002:10)** mengatakan bahwa: **“Motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu”**. Adapun **Mangkunegara (2009:61)** mengemukakan prinsip-prinsip dalam **Memotivasi Kerja Pegawai** adalah sebagai berikut:

- 1) **Prinsip Partisipasi.**  
Dalam upaya memotivasi kerja pegawai perlu diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.
- 2) **Prinsip Komunikasi.**  
Pemimpin mengkomunikasi segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- 3) **Prinsip Mengakui Adil Bawahan.**  
Mempunyai adil di dalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
- 4) **Prinsip Pendelegasian Wewenang.**  
Pemimpin yang memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai bawahan untuk sewaktu-waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya membuat pegawai yang bersangkutan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.
- 5) **Prinsip Memberikan Perhatian.**  
Pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai bawahan akan memotivasi pegawai bekerja dengan apa yang diharapkan oleh pemimpin.

Motivasi terbentuk dari sikap pegawai dalam menghadapi situasi kerja di tempat kerja baik itu dinas atau instansi pemerintah maupun perusahaan. Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri atau pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi maupun pegawai itu sendiri. Sikap pegawai yang

pro dan positif terhadap situasi kerja itulah yang memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kerja maksimal.

Seorang pegawai mungkin menjalankan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan baik, mungkin pula tidak. Jika bawahan telah menjalankan tugas yang diberikan kepadanya dengan baik, itu adalah yang kita inginkan. Tetapi jika tugas yang dibebankan tidak bisa terlaksana dengan baik, maka kita perlu mengetahui sebab-sebabnya. Mungkin ia memang tidak mampu menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan, tetapi mungkin juga ia tidak mempunyai dorongan (motivasi) untuk bekerja dengan baik. Menjadi salah satu tugas dari seorang pemimpin untuk bisa memberikan dorongan (motivasi) kepada bawahannya agar bisa bekerja sesuai dengan arahan yang di berikan. Karena itulah pengetahuan tentang motivasi perlu diketahui oleh setiap pemimpin, setiap orang bekerja dengan bantuan orang lain. Motivasi merupakan proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan.

Definisi kepuasan pelanggan menurut **Tjiptono** dalam bukunya “*Service, Quality & Satisfaction*” (2005:129) mengemukakan bahwa: **”kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi”**.

Definisi diatas menjelaskan bahwa faktor kepuasan masyarakat atau pelanggan sangat dominan dalam menemukan baik tidaknya suatu pekerjaan. Metode yang meliputi kepuasan masyarakat atau pelanggan dan dapat dijadikan alat ukur menurut **Kotler** yang di kutip **Tjiptono** dalam bukunya yang berjudul

**Manajemen Jasa (2004:148)** ada 4 parameter mengukur kepuasan masyarakat

yaitu :

- 1) **Sistem keluhan dan saran**  
Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang bisa digunakan adalah kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus (*customer hot lines*).
- 2) **Survei Kepuasan Pelanggan**  
Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.
- 3) **Ghost Shopping**  
Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka.
- 4) **Lost Customer Analysis**  
Perusahaan yang menggunakan metode ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan cara menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok. Hasil dari metode ini akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Adapun keterkaitan antara Motivasi dengan Kepuasan Masyarakat menurut

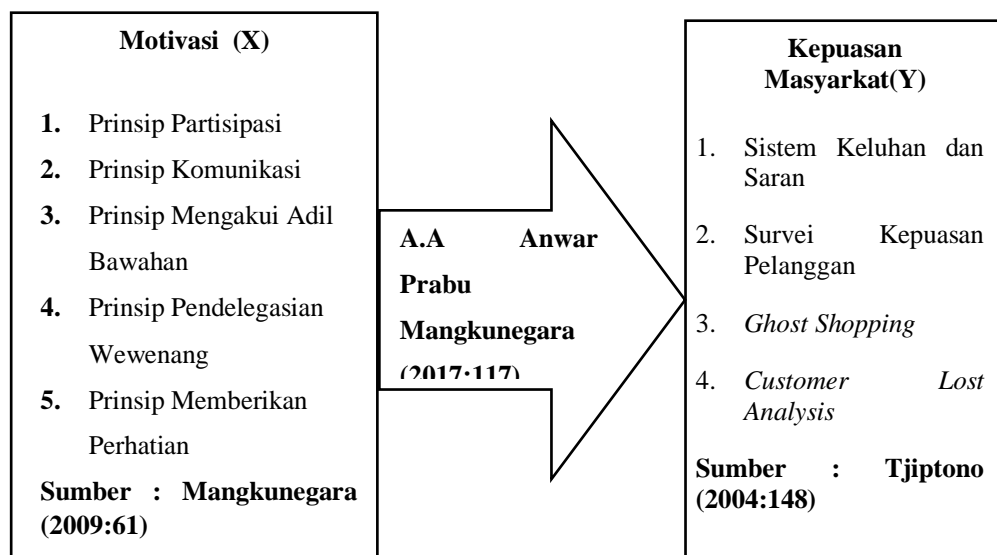
**A.A Anwar Prabu Mangkunegara (2017:117)**, bahwa:

“Adanya dorongan atau suatu motivasi pada karyawan dapat meningkatkan gairah kerja karyawan yang akan menghasilkan kerja yang baik sehingga akan timbulnya rasa kepuasan tersendiri pada karyawan dan perusahaan akan mudah untuk mencapai tujuan yang diinginkan jika motivasi tersebut terus dilakukan”.

Dibawah ini adalah paradigma berpikir yang menunjukkan pengaruh motivasi terhadap prestasi kerja pegawai pada gambar 2.2 :

**Gambar 2.2**

**Paradigma Berpikir**



2.3 Hipotesis

Bertitik tolak dari kerangka pemikiran tersebut di atas, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

**“Ada Pengaruh Motivasi Pembuatan Kartu Kuning (AK1) (X) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y) di Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung ”.**

Hipotesis diatas adalah hipotesis penelitian yang sifatnya verbal dan subitatif artinya belum bisa di uji, oleh karena itu harus diterjemahkan kedalam hipotesis statistik yang sudah operasional sebagai berikut :

- 1)  $H_0 : \rho_s = 0 = \text{Motivasi} : \text{Kepuasan Masyarakat} = 0$ , Motivasi (X) Kepuasan Masyarakat (Y) artinya antara pengaruh motivasi terhadap kepuasan masyarakat tidak ada perbedaan pengaruh yang signifikan.
- 2)  $H_1 : \rho_s \neq 0 = \text{Motivasi} : \text{Kepuasan Masyarakat} \neq 0$ , Motivasi (x) Kepuasan Masyarakat (Y) artinya antara pengaruh motivasi terhadap kepuasan masyarakat ada perbedaan pengaruh yang signifikan.

3) Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa definisi operasional menjelaskan konsep-konsep yang masih abstrak dari hipotesis supaya bisa diukur dan dipahami orang lain. Adapun definisi operasional penelitian ini adalah:

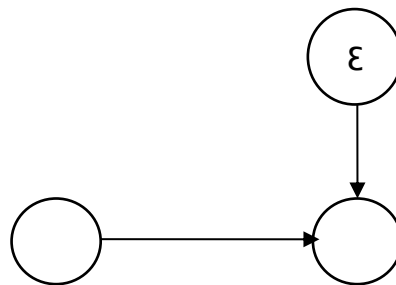
- (1) Motivasi (X) adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Ditentukan oleh prinsip-prinsip memotivasi kerja pegawai sebagai berikut:
  - a. Prinsip Partisipasi;
  - b. Prinsip Komunikasi;
  - c. Prinsip Mengakui Adil Bawahan;
  - d. Prinsip Pendelegasian Wewenang;
  - e. Prinsip Memberikan Perhatian.
- (2) Kepuasan Masyarakat (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang muncul setelah membandingkan antara

kinerja produk dengan hasil yang diinginkan. Adapun indikator-indikator kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Sistem Keluhan dan Saran;
- b. Survei Kepuasan Pelanggan;
- c. *Ghost Shopping*;
- d. *Customer Lost Analysis*.

**Gambar 2.3**

**Paradigma Penelitian**



Keterangan :

X : Variabel Motivasi

Y : Variabel Kepuasan Masyarakat

ε : Variabel lain diluar Motivasi yang berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat.



