

Ivonia Bupu Redo

by UNITRI Press

Submission date: 28-Feb-2023 01:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 2009059931

File name: Ivonia_Bupu_Redo.docx (54.77K)

Word count: 992

Character count: 6895

**PELAYANAN PERIZINAN PEMASANGAN IKLAN
DI KOTA MALANG**

(Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu/DISNAKER)

SKRIPSI



OLEH:

IVONIA BUPU REDO

2018210163

KOMPETENSI MANAJEMEN PUBLIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi

MALANG

2022

RINGKASAN

Pelayanan adalah kegiatan fisik atau rangkaian kegiatan yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin dan bertujuan untuk memuaskan pelanggan. Dalam hal pelayanan perizinan reklame, Badan Pelayanan Perizinan Terpadu telah memberikan pelayanan yang sangat baik. Karena reklame dilisensikan oleh layanan untuk memenuhi keinginan masyarakat untuk memberikan layanan. Bagian perizinan reklame didasarkan pada SPP (Standar Pelayanan Publik) yang mensyaratkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan. Meskipun pelayanannya memuaskan, namun tidak ada integrasi dengan organisasi perangkat teknis, seperti Satpol PP. Terbukti, pelanggaran pemasangan reklame masih saja terjadi. Metodologi penelitian ini adalah kualitatif. Mewawancarai, mengamati, dan mendokumentasikan pengumpulan data. Peneliti menggunakan pemeriksaan purposive. Data primer dan sekunder merupakan sumber data yang digunakan.

Dianalisis melalui langkah-langkah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan pemadatan. Konsekuensi dari eksplorasi yang ditemukan, administrasi memberikan penawaran yang baik untuk kantor dukungan, tetapi ada beberapa kelemahan di mana memeriksa manajemen setelah penerbitan izin dan ketidakmampuan akan ada perluasan dalam aplikasi untuk penolakan iklan.

Kata Kunci: Pelayanan perizinan Pemasangan Iklan

PENDAHULUAN**1.Latar Belakang**

Di Indonesia, periklanan telah berkembang menjadi cara yang sangat penting bagi bisnis dan konsumen untuk berkomunikasi satu sama lain. Masyarakat modern sangat bergantung pada iklan. Kapasitas bisnis untuk mengiklankan barang dan jasa memiliki dampak yang signifikan pada tingkat keberhasilan dalam melakukannya. Bisnis, organisasi swasta, dan individu yang diidentifikasi dalam pesan iklan membayar iklan, suatu bentuk komunikasi yang menggunakan berbagai media dan bertujuan untuk menginformasikan atau memengaruhi audiens. Tertulis, visual, atau kombinasi dari ketiganya, pesan dapat disampaikan. Periklanan adalah salah satu tanggung jawab keseluruhan pemasaran, dan harus berfokus pada pola aktivitas yang dirancang untuk mencapai tujuan yang ditetapkan manajemen.

Penerbitan digunakan oleh organisasi yang berbeda untuk memajukan tenaga kerja dan produk mereka ke populasi keseluruhan. Pembeli semakin mengandalkan promosi data yang akan mereka gunakan untuk membuat keputusan dalam kerangka keuangan berbasis pasar. Periklanan melakukan lebih dari sekadar menjual produk dan layanan; Selain itu, ini memberikan ikhtisar produk untuk pelanggan dan pelanggan potensial. Periklanan adalah sarana umum untuk membujuk konsumen agar percaya pada produk, yang pada gilirannya mendorong pembeli potensial untuk membeli produk dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Yusat (2011) menegaskan bahwa produsen harus berkonsentrasi pada pelayanan.

Pengaturan produk, administrasi dan administrasi otoritatif untuk penghuni dan penduduk sesuai dengan hak-hak dasar mereka untuk barang dagangan, administrasi dan administrasi manajerial tersirat oleh "administrasi publik". Penyedia layanan publik meliputi pemerintah

daerah, badan usaha milik daerah, dan semua badan dan pejabat layanan publik. Layanan selalu melibatkan beberapa bentuk interaksi antara pelanggan dan penyedia, meskipun tidak ada pihak yang selalu menyadarinya. Penerima manfaat pelayanan publik berpotensi untuk merasa puas, dekat, dan meninggalkan kesan positif. Tujuan pelayanan publik adalah membantu orang lain dalam mencapai tujuannya (Aryawan, 2020:60).

Jika melihat apa yang terjadi saat ini, standar pelayanan masih sangat rendah dan masih banyak permasalahan yang membuat masyarakat sulit mendapatkan pelayanan yang diharapkan. Rendahnya kualitas pemerintahan disebabkan oleh tidak konsistennya dengan prinsip-prinsip bantuan publik. Pada akhirnya, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah akan menurun. Menurunnya kepercayaan publik terkait langsung dengan terbatasnya pertumbuhan investasi.

Layanan, bukan barang, adalah proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Serangkaian layanan saat ini jauh dari harapan. Peningkatan kualitas melibatkan beberapa langkah, yang pertama adalah memperhatikan kualitas produk perusahaan dan sumber daya manusia. Masih banyak kelemahan di sektor jasa saat ini. Cacat tersebut antara lain adalah pemerintahan yang kurang produktif, masih membutuhkan pemerataan dalam penyaluran bantuan, dan memiliki kekurangan yang secara bersama-sama menunjukkan bahwa tata kelola pemerintahan tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Pelayanan lain yang sulit didapat, persyaratan administrasi yang tidak jelas, cara mendapatkan pelayanan yang tidak jelas, kemampuan pegawai, peraturan yang berlaku, dan fasilitas yang mendukung tetapi tidak terintegrasi dengan organisasi perangkat teknis, seperti Satpol PP termasuk masalah tersebut (Jakki, 2015; Hartanto 2017).

Seperti yang dikemukakan oleh Sinambela (2010:3), pelayanan dibutuhkan oleh hampir semua orang, bahkan bisa dikatakan pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Kotlern mengatakan dalam Sampara Lukman bahwa pelayanan adalah setiap kelompok atau unit kegiatan yang menguntungkan yang membuat orang senang, sekalipun hasilnya tidak berhubungan dengan suatu produk. Lebih lanjut menurut Sampara, manajemen adalah proses yang menumbuhkan loyalitas pelanggan dan terjadi dalam hubungan langsung antara manusia nyata dan mesin. Mengingat kapasitas esensial organisasi publik adalah melayani daerah, organisasi publik tetap bekerja sesuai dengan gagasan organisasinya. Pelayanan sangat penting karena membuat pelanggan senang dengan melayani mereka secara cepat, tepat, dan ramah. Menurut Hartanto (2017), meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang dijual dapat dilakukan dengan menciptakan suasana di mana pelanggan diperlakukan dengan hati-hati dan dianggap sangat penting bagi bisnis.

Interaksi langsung antara produsen dan konsumen dalam pemasaran produk jasa menjadikan penting untuk meningkatkan kualitas jasa. Bagi produsen, layanan perizinan iklan sangat penting. Sebagai organisasi yang membidangi hal tersebut maka pelayanan PMPTSP (Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) tidak dapat dipisahkan dari hal tersebut. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul tersebut setelah melihat dan mendiskusikan beberapa permasalahan tersebut diatas ”PELAYANAN PERIZINAN PEMASANGAN IKLAN DI KOTA MALANG”

1. Rumusan Masalah

Pertanyaan-pertanyaan berikut dapat diajukan berdasarkan pembahasan latar belakang sebelumnya:

1. Bagaimana pelayanan perizinan periklanan Kota Malang?
2. Faktor apa saja yang menghambat dan mendorong promosi pelayanan perijinan di Kota Malang?

¹ 2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut, yang diturunkan dari rumusan masalah di atas:

1. Dapat mengetahui bagaimana pelayanan perizinan pemasangan iklan di Kota Malang
2. ¹³ Dapat mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat perizinan jasa periklanan.

⁸ 3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti serta akademisi dan praktisi.

a. Manfaat Akademis

1. Dapat bermanfaat sebagai literatur antara bahan informasi ilmiah dan bahan informasi.
2. Dibandingkan dengan penelitian serupa yang melihat perizinan jasa periklanan di Malang.

b. Manfaat Praktis

¹¹
Pelayanan PMPTSP (Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) diharapkan dapat mengambil manfaat dari temuan studi tersebut, khususnya dalam hal peningkatan pelayanan.

c. Manfaat Peneliti

Dapat menawarkan wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya para peneliti.

Ivonia Bupu Redo

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	2%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	beritamadani.co.id Internet Source	1%
4	mahfuziirwan.wordpress.com Internet Source	1%
5	anisganteng.wordpress.com Internet Source	1%
6	ejurnal.fisip-uwp.ac.id Internet Source	1%
7	id.scribd.com Internet Source	1%
8	www.scribd.com Internet Source	1%
9	adoc.pub Internet Source	1%

10 digilib.unila.ac.id 1 %
Internet Source

11 ejournal.ipdn.ac.id 1 %
Internet Source

12 iruelnazzalbus.blogspot.com 1 %
Internet Source

13 eprints.walisongo.ac.id 1 %
Internet Source

14 media-infoiklan.blogspot.com 1 %
Internet Source

15 online-journal.unja.ac.id 1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Ivonia Bupu Redo

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
