

**Pelayanan Perizinan Pemasangan Iklan  
di Kota Malang  
(Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu/DISNAKER)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Administrasi Publik



OLEH:

IVONIA BUPU REDO

2018210163

**KOMPETENSI MANAJEMEN PUBLIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
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 pepadatan. 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

# **BAB 1**

## **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**”

**1.1. 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 perizinan 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. Dapat mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat perizinan jasa periklanan.

**1.3. 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 perijinan jasa periklanan di Malang.

b) Manfaat Praktis

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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryawan, Dewa Gede Soni. 2020. *Pelayanan Publik Dan Standar Pelayanan Publik*. .
- Basuki, Johannes. 2012. *Budaya Pelayanan Publik*: Hartomo Media Pustaka.
- Hartanto, Wahyu Tri. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan Di Badan Penanaman Modal Dan Pelayanan Perizinan Terpadu*. *Journal Of Public Policy And Management Review* 6 No.3.
- Jakki, Muhamad Jadid. 2015. *Kualitas Pelayanan Perizinan Reklame Kota Malang*. *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya* 3 No.7.
- Jonsa, Alimas. 2018. *Analisis Mekanisme Izin Pemasangan Reklame Dikantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Meulaboh*. *Jurnal Ilmu Komunikasih* 3 No.2.
- Menteri Negara Pemberdayaan Aparatur Negara no.63 Tahun 2003 Tentang Penyelenggaraan Umum Pelayanan.
- Moleong, Lexyi J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubaraq, Syahrul. 2017. *Rancamg Bangus System Perizinan Pemasangan Reklame Berbasis Website Kabupaten Gowa*. UIN Alaudin Makassar.
- Mukarom, Zaenal H. 2016. *Membangun Kinerja Pelayanan Publik*. Bandung:
- Ngelita, Paath.dkk. 2019. *Manajemen Pelayanan Public Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Manado*. *Jurnal Eksekutif* 3 No.3.
- Nurdin, Nani Harlinda. 2019. *Optimalisasi Pelayanan Public Dalam Perspektif New Public Service Pada Badan Pendapatan Derah Kota Makasar*. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu* 1No.1.

Santosa, Pandj. 2009. *Administrasi Publik, Teory Dan Aplikasi Good Governance*: Bandung. Refika Aditama.

Sinambela, Lijan Poltak. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik: Teory, kebijakan, Dan Implementasinya*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.

Sugiyono. 2015. *Metode Kualitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Suteedi, Andrian. 2015. *Hukum Perizinan: Dalam Sector Pelayanan Publik*

Undang Undang no.25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Public.

Wicaksono, Kristian Widya. 2018. *Tipologi Inovasi Sektor Public Pada Tiga Program Inovatif Pemerintah Daerah Kota Surabaya*. Jurnal Manajemen Pelayanan Public 1 No.2.

Yusat, Krishna Santosa.2011. *Periklanan Dalam Perspektif Pemasaran*. Probisnis 4.No.1.