

Manajemen Birokrasi Pendekatan Manajemen Pemasaran Terhadap Organisasi Pemerintahan : Studi Kasus Kepolisian Republik Indonesia

Agus Munawar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184931&lokasi=lokal>

Abstrak

Situasi krisis moneter disusul krisis ekonomi dan akhirnya berubah menjadi krisis politik yang bermula pada tahun 1997 dan berlanjut pada tahun 1998 telah menyebabkan banyaknya tekanan yang dialamatkan kepada pemerintah. Salah satu institusi pemerintah yang paling banyak disorot adalah Polri. Masyarakat telah kehilangan kepercayaan pada Polri sebagai institusi yang seharusnya mampu memberikan public service. Dalam hal ini ketidakpercayaan masyarakat terhadap Polri telah demikian besarnya akibat akumulasi kesalahan dan disorientasi tujuan organisasi Polri. Ini ditandai dengan makin bencinya masyarakat terhadap personil polisi yakni dengan berbagai penyerangan-penyerangan yang dilakukan baik terhadap individu maupun kantor-kantor polisi. Untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap Polri maka mau tidak mau Polri harus memperbaiki kualitas pelayanannya dan mengganti metode dan pendekatan yang sering digunakan selama ini yaitu pendekatan represif dengan pendekatan pelayanan. Pada tanggal 1 April 1999 salah satu perubahan besar yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan dikeluarkannya Polri dari tubuh ABRI. Hal tersebut merupakan langkah awal untuk menyikapi tuntutan perbaikan pelayanan atas jasa atau public goods yang disediakan oleh pemerintah. Terutama jasa pelayanan keamanan yang telah menjadi tugas dan tanggung jawab Polri untuk menyediakannya. Selama ini dirasalkan bahwa Polri tidak memberikan pelayanan (public service) terbaiknya kepada masyarakat. Polri tidak berlaku sebagai 'public servant' sebagaimana layaknya anggota-anggota polisi di negara-negara yang memiliki kepolisian terbaik seperti Jepang, Inggris, Singapura, AS dan sebagainya. Pelayanan oleh Polri sering dijumpai sangat lamban. Baik ketika terjadi suatu kasus, proses penyidikan, maupun dalam melayani masyarakat di tempat-tempat umum atau di kantor-kantor polisi. Belum lagi perilaku oknum (kalau tidak ingin dikatakan sebagian besar) aparat Polri yang sering kurang menghargai masyarakat, sewenang-wenang, kasar, arogan, perilaku yang koruptif, identik dengan pungli, ataupun seringnya dijumpai petugas Polri yang justru penyalahgunaan wewenang (abusive police power). Sehingga timbul praktik-praktik pungli, beking, ataupun anggota Polri yang justru menjadi pelaku kejahatan. Dalam hal ini etika profesi kepolisian perlu ditegakkan secara konsekuen, sebagai salah satu instrumen standar nilai dan norma. Untuk mengembangkan orientasi pelanggan/masyarakat maka mutlak diperlukan sebuah upaya social marketing, dengan bekerja sama dengan pekerja sosial, LSM, universitas dan anggota masyarakat lainnya untuk menggali lebih dalam input-input yang diperlukan bagi perbaikan di tubuh Polri, serta perbaikan sistem pemolisian masyarakat. Disamping merupakan upaya melibatkan masyarakat agar turut bertanggung jawab di dalam perbaikan Polri. Upaya pemasaran jangan hanya yang bersifat humas (public relation) saja. Sebab tidak akan berhasil dan efektif mencapai tujuan yaitu mengembalikan citra positif Polri, tanpa melakukan perbaikan internal organisasi terlebih dahulu. Dan akhirnya Polri dapat mejadikan model Inggris dan Jepang sebagai contoh sistem kepolisian yang terbaik dan mapan, modern, dengan ciri pendekatan yang humanistic dan kekeluargaan. Saat ini Polri telah berupaya mengarahkan sistem pemoliannya kearah pemolisian yang bersifat community approach.