

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Tjiptono (2007), Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Berdasarkan teori diatas bahwa kualitas tersebut yang berkaitan dengan produk, jasa dan yang lainnya yang melebihi suatu harapan tertentu.

Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang sama terhadap kualitas, yang di maksud oleh kualitas yaitu adalah “Sesuatu yang standar dan harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas Cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa.” (Triguno, 1997:76). Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Ibrahim melihat bahwa kualitas itu “sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit.” (Ibrahim, 1997:1). Berdasarkan pengertian di atas, dapat

ditinjau bahwa kualitas adalah strategi untuk menghasilkan suatu barang dan jasa yang berbobot dan memenuhi keinginan dan kepuasan masyarakat.

Kualitas juga mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang dilayani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan tuntutan pelanggan atau masyarakat.

Pengertian yang lebih rinci tentang kualitas diberikan oleh Tjiptono, setelah melakukan evaluasi dari definisi kualitas beberapa pakar, kemudian Tjiptono menarik 7 (tujuh) definisi yang sering dikemukakan terhadap konsep kualitas, definisi-definisi kualitas menurut Tjiptono tersebut, adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan;
 2. Kecocokan untuk pemakaian;
 3. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan;
 4. Bebas dari kerusakan atau cacat;
 5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat;
 6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal; dan
 7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.
- (Tjiptono, 1997:2).

Dari pengertian diatas bahwa disamping kualitas menunjuk tentang pengertian kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan yang berakti kualitas adalah prasyarat yang harus dipenuhi. Kemudian kualitas itu harus ada kecocokan. Selanjutnya perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, berarti bahwa kualitas itu harus mengalami perbaikan demi terwujudnya suatu kesempurnaan.

Kemudian bebas dari kerusakan atau cacat, yang berakti kualitas itu terjamin dari kerusakan. Pemenuhan kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat, kualitas itu harus memenuhi kebutuhan masyarakat. Melakukan sesuatu secara benar sejak awal, maksudnya kualitas tersebut dalam prosesnya tidak boleh

melakukan kesalahan sesuatu yang bisa membahagiakan masyarakat maksudnya bisa memuaskan masyarakat.

2.1.2 Pelayanan Publik

2.1.2.1 Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain atas barang dan jasa. Kata pelayanan sering diikuti oleh kata “Publik”, yang memiliki makna umum, masyarakat ramai, atau kepentingan orang banyak. Hal itu terjadi, karena pelayanan yang disediakan oleh pemerintah bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan orang banyak, yaitu seluruh masyarakat Indonesia. Dengan demikian, pelayanan membuat kebutuhan orang lain terpenuhi Akan apa yang mereka butuhkan.

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memberikan kepuasan kepada yang menerima pelayanan. Pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Harbani Pasolong dalam bukunya *Kepemimpinan Birokrasi* menjelaskan pelayanan adalah aktivitas seseorang, kelompok dan atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan, (Pasolong, 2008:198). Berdasarkan pengertian tersebut bahwa suatu pelayanan itu yang dilakukan oleh suatu instansi dalam melayani masyarakatnya untuk menjalankan kewajibannya dalam pelayanan terhadap masyarakat.

Hakikat dari suatu pelayanan publik adalah meningkatkan mutu atau kualitas dan kuantitas/produktifitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi

pemerintah di bidang pelayanan umum. Selanjutnya, hakikatnya adalah mendorong segenap upaya untuk mengefektifkan dan mengefesienkan sistem dan tata laksana pelaksanaan, sehingga pelayanan umum dapat diselenggarakan dengan berdayaguna dan berhasilguna. Kemudian, mendorong tumbuhnya kreativitas, parakarsa dan peran serta masyarakat dalam pembangunan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas. Saefullah berpendapat bahwa.

Pelayanan publik (*public service*) adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat umum yang menjadi warga negara atau secara sah menjadi penduduk negara yang bersangkutan. Karenanya birokrasi publik (pemerintah) berkewajiban untuk memberikan layanan publik yang baik dan professional. (Saefullah, 1999: 5).

Saefullah berpendapat yang berhak dalam mendapatkan pelayanan publik dari pemerintah merupakan mereka yang menjadi warga Negara atau secara sah menjadi penduduk Negara yang bersangkutan oleh karena itu pemerintah dalam hal ini yang memberikan pelayanan harus dapat memberikan pelayanan yang baik dan juga professional sehingga pelayanan publik dapat menjadi optimal dan efektif.

Pengertian pelayanan juga dikemukakan oleh Paimin Napitupulu dalam bukunya yang berjudul *Pelayanan Publik dan Customer Satisfaction* mengartikan pelayanan sebagai berikut:

”Serangkaian kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada memiliki, dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut” (Napitupulu, 2007: 164).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009, ada tiga kebutuhan pelayanan yang disediakan, yaitu barang, jasa dan administratif. Ketiga hal kebutuhan tersebut, negara atau institusi, korporasi dan lembaga pemerintah

berkewajiban untuk memenuhi kebutuhan tersebut, apabila masyarakatnya ingin mendapatkan pelayanan akan ketiga kebutuhan tersebut. Pendapat tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ratminto dan Winarsih, menurut Ratminto dan Atik Septi Winarsih pelayanan publik adalah:

Segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di pusat, daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam pelaksanaan peraturan perundang-undangan. (Ratminto dan Atik, 2007:4).

Pemerintah merupakan subjek penyedia pelayanan, yang harus menyediakan banyak kebutuhan para masyarakat yang dilayaninya, melalui suatu badan instansi pemerintah atau kerjasama dengan swasta, dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keperluan para masyarakatnya. Pemerintah sebagai pemberi layanan baik barang maupun jasa harus betul-betul memperhatikan dari segi kualitas penyediaan pelayanan, melalui proses dan akuntabilitasnya, sehingga menciptakan kepuasan terhadap masyarakatnya dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Menurut Sadu Wasistiono pelayanan publik adalah Pemberian jasa baik pemerintah, pihak swasta atas Nama pemerintah, maupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat. (Wasistiono, 2001:51).

Pemberian jasa yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta atas Nama pemerintah dan pihak swasta ini lebih mengutamakan kepentingan masyarakat dari pada kepentingan pribadi atau kelompok. Walaupun pemberian ini tidak dipungut biaya atau gratis dari pihak penyedia layanan. Pelayanan publik diberikan oleh penyedia layanan agar masyarakat terpenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi ataupun perorangan kepada konsumen (kustomer atau yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Norman (1991:14) mengenai karakteristik tentang pelayanan, yakni sebagai berikut:

1. Pelayanan tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan dengan barang jadi;
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial;
3. Produksi atau konsumen dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

(Norman, 1991:14)

Berdasarkan pengertian pelayanan di atas, dapat ditinjau bahwa pelayanan yang dilaksanakan oleh Negara atau pemerintah melibatkan seluruh aparat Pegawai Negeri makin terasa dengan peningkatan kesadaran bernegara dan bermasyarakat, maka pelayanan telah meningkat kedudukannya dimata masyarakat menjadi suatu hak, yaitu hak untuk mendapatkan pelayanan. Dengan demikian, pelayanan dapat diartikan sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara Negara untuk masyarakat.

Betul memperhatikan dari segi kualitas penyediaan pelayanan, melalui proses dan akuntabilitasnya, sehingga menciptakan kepuasan terhadap masyarakatnya dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Menurut Sadu Wasistiono pelayanan publik adalah:

Pemberian jasa baik pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah, maupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat. (Wasistiono, 2001:51).

Pemberian jasa yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah dan pihak swasta ini lebih mengutamakan kepentingan masyarakat daripada kepentingan pribadi atau kelompok. Walaupun pemberian ini tidak dipungut biaya atau gratis dari pihak penyedia layanan. Pelayanan publik diberikan oleh penyedia layanan agar masyarakat terpenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi ataupun perorangan kepada konsumen (kustomer atau yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Norman (1991:14) mengenai karakteristik tentang pelayanan, yakni sebagai berikut:

1. Pelayanan tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan dengan barang jadi;
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial;
3. Produksi atau konsumen dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

(Norman, 1991:14)

Berdasarkan pengertian pelayanan di atas, dapat ditinjau bahwa pelayanan yang dilaksanakan oleh Negara atau pemerintah melibatkan seluruh aparat Pegawai Negeri makin teras dengan peningkatan kesadaran bernegara dan bermasyarakat, maka pelayanan telah meningkat kedudukannya dimata masyarakat menjadi suatu hak, yaitu hak untuk mendapatkan pelayanan. Dengan demikian, pelayanan dapat diartikan sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara Negara untuk masyarakat.

Pengertian pelayanan juga tidak selalu melibatkan pemerintah dan masyarakat saja namun dapat terjadi pada hubungan instansi swasta dan masyarakat

umum seperti yang dikemukakan oleh Harbani Pasolong, “pelayanan adalah aktivitas seseorang, kelompok dan atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan” (Pasolong, 2008:198). Pengertian di atas mengungkapkan menjelaskan bahwa pelayanan suatu bentuk interaksi seseorang ataupun kelompok tertentu yang dilakukan dengan dua cara, yaitu pelayanan langsung dan pelayanan tidak langsung. Interaksi seseorang ataupun kelompok harus dilakukan dengan komunikasi yang baik agar pelayanan menjadi berkualitas. Pelayanan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang ingin dicapai.

Berkaitan dengan pendapat di atas Kemudian Lukman mengemukakan bahwa pelayanan merupakan “Kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan” (Lukman, 2007:6). Penyelenggaraan pelayanan yang didasarkan atas aturan harus dapat memenuhi keinginan masyarakat, dan meminimalkan keluhan dan kritik dari masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan. Sehingga pelayanan umum yang diberikan oleh instansi yang terkait, harus memperhatikan prinsip-prinsip pelayanan publik.

Dengan demikian pelayanan adalah layanan dari pemberi layanan kepada penerima baik dari pemerintah kepada masyarakat maupun swasta kepada umum, pelayanan tersebut akan timbul karena beberapa faktor, ada 3 faktor dasar yang dikemukakan oleh H.A.S Moenir adalah sebagai berikut :

1. Adanya rasa cinta dan kasih sayang
2. Adanya keyakinan untuk saling tolong menolong sesamanya
3. Adanya keyakinan (Moenir, 2006:24)

Dari ketiga faktor di atas menimbulkan bahwa pelayanan yang terjadi pada setiap manusia disekitar ruang lingkup lingkungannya dan merupakan suatu hal yang perlu dikaji sendiri dari segi kemanusiaan. Faktor tersebut merupakan proses awal sebagai pelayanan berlangsung dan secara rutin berkesenambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Berdasarkan definisi di atas disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan organisasi atau instansi yang ditunjukan untuk kepentingan masyarakat yang berbentuk barang, jasa, ide atau gagasan untuk memuaskan masyarakat yang melakukan pelayanan.

2.1.2.2 Pelayanan Publik

Pelayanan publik atau umum merupakan salah satu fungsi utama dari pemerintah. Pemerintah berkedudukan sebagai lembaga yang wajib memberikan atau memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler yang dikutip Tjiptono, yaitu berarti “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu” (Tjiptono, 2004:6). Dari pengertian tersebut, bahwa menawarkan suatu layanan kepada masyarakat dan saling menguntungkan.

Dalam kaitannya dengan pelayanan umum Sedarmayanti mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan umum adalah “melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang” (Sedarmayanti, 1999:195). Dari

pengertian tersebut, bahwa menawarkan suatu layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam berbagai hal. Hal senada juga diungkapkan oleh Saefullah, yang menyatakan bahwa “pelayanan umum (*public service*) adalah pelayanan yang diberikan pada masyarakat umum yang menjadi warga negara atau yang secara sah menjadi penduduk negara yang bersangkutan” (Saefullah, 1999:5). Berdasarkan pengertian tersebut, bahwa kewajiban pemerintah dalam memberikan pelayanan terhadap rakyatnya dalam melaksanakan kewajibannya yaitu pelayanan publik.

Kemudian pelayanan publik menurut Pamudji adalah “berbagai kegiatan pemerintah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang barang dan jasa” (Pamudji, 1994:21). Adapun yang dimaksud pelayanan publik menurut Ndraha, yaitu “Proses produksi barang dan jasa yang ditujukan kepada publik” (Ndraha, 2000:58). Dari pengertian-pengertian diatas bahwa pemerintahan memberikan layanan kepada masyarakat berupa barang dan jasa.

Lebih jelas lagi yang dimaksud dengan pelayanan umum, telah disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, adalah sebagai berikut:

“Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundangundangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa dan pelayanan *administrative* yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik” (Undang-Undang No.25 Tahun 2009: Ketentuan Umum).

Beberapa pengertian pelayanan umum diatas mengemukakan bahwa pelayanan umum atau pelayanan publik merupakan berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh pemerintah baik di Pusat, di Daerah, dan BUMN atau BUMD untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menjadi tuntutan kebutuhan tersebut

meliputi produk pemerintah yang berupa barang dan jasa yang tergolong sebagai jasa publik dan layanan sipil.

Pelayanan umum dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lancar, tepat, lengkap, wajar, dan terjangkau sehingga pelayanan umum harus mengandung unsur-unsur seperti yang telah disebutkan dalam Pasal 12 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan, dapat dilakukan kerjasama antar penyelenggara.
2. Kerjasama antar penyelenggara meliputi kegiatan yang berkaitan dengan teknis operasional pelayanan dan pendukung pelayanan.
3. Dalam hal penyelenggara yang memiliki lingkup kewenangan dan tugas pelayanan publik tidak dapat dilakukan sendiri karena keterbatasan sumber daya dan dalam keadaan darurat, penyelenggara dapat meminta bantuan kepada penyelenggara lain yang mempunyai kapasitas memadai.
4. Dalam keadaan darurat, permintaan penyelenggara lain wajib dipenuhi oleh penyelenggara pemberi bantuan sesuai dengan tugas dan fungsi organisasi penyelenggara yang bersangkutan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

(Pasal 12 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009)

Mengenai hak dan kewajiban pemberi maupun penerima pelayanan umum telah dijelaskan dalam pasal 18 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Pemerintah sebagai pemberi pelayanan umum harus memperhatikan hak-hak masyarakat sebagai pengguna layanan, yaitu sebagai berikut:

1. Hak untuk mengetahui kebenaran isi standar pelayanan.
2. Hak untuk mengawasi pelaksanaan standar pelayanan.
3. Hak untuk mendapat tanggapan terhadap pengaduan yang diajukan.
4. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan pemenuhan pelayanan.

5. Hak memberitahukan kepada pimpinan penyelenggara untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan.
6. Hak memberitahukan kepada pelaksana untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan.
7. Hak mengadukan pelaksana yang melakukan penyimpangan standar pelayanan atau tidak memperbaiki pelayanan kepada penyelenggara dan ombudsman.
8. Hak mengadukan penyelenggara yang melakukan penyimpangan standar pelayanan dan tidak memperbaiki pelayanan kepada Pembina penyelenggara dan ombudsman, dan
9. Mendapat pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan.

(Pasal 18 Undang-Undang No.25 Tahun 2009)

Hak dan kewajiban masyarakat dalam menerima pelayanan merupakan hak yang mutlak didapatkan oleh setiap masyarakat. Pasal 18 Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 dijelaskan bahwa setiap masyarakat berhak mendapatkan perhatian atas pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh pemerintah tanpa terkecuali.

Paradigma Perspektif *New Public Service* dalam pelayanan publik yang dikembangkan oleh Denhardt (2003:28-29), sebagai bentuk perkembangan ketiga dari ilmu administrasi, setelah *Old Public Administration* (Wilson, Taylor, Gullick dan Simon) dan *New Public Management* (Savas, Flynn, Osborne, dan Gaebler). *New Public Service* memberikan pengertian bahwa Pemerintah bergerak bukan layaknya sebuah bisnis, tetapi sebagai sebuah Demokrasi. Aparatur pelayanan publik bertindak atas dasar prinsip-prinsip dan memperbaharui komitmen dalam mengekspresikan prinsip dan kepentingan publik, proses pemerintahan dan mencurahkannya dalam prinsip kewarganegaraan yang Demokratis. Disini warga negara harus dipandang sebagai pemilik pemerintahan dan mampu bertindak secara bersama-sama mencapai sesuatu yang lebih baik. Kepentingan publik tidak lagi

dipandang sebagai agregasi kepentingan pribadi, melainkan sebagai hasil dialog dan keterlibatan publik dalam mencariniilai bersama dan kepentingan bersama.

2.1.2.3 Kualitas Pelayanan

Pemberian pelayanan yang baik merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Jika konsumen merasa telah mendapatkan pelayanan yang baik berarti perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik pula. Demikian pula sebaliknya, pelayanan tidak dapat diuraikan secara obyektif seperti sebuah produk, melainkan merupakan interaksi social dengan subyektivitas, lebih tergantung pada nilai, parasaan dan perilaku.

Sebagai salah satu fungsi utama pemerintah maka pelayanan tersebut sudah seharusnya dapat diselenggarakan secara berkualitas oleh pemerintah. Kualitas pelayanan umum menurut Wyckof yang dikutip Tjiptono, yaitu sebagai berikut:

“Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.” (Dalam Tjiptono, 2004:59).

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan di atas oleh Tjiptono maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapakan tingkat pelayanan yang baik dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan masyarakat. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka

kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang baik dari para penerima pelayanan. Jika menurut Tjiptono hanya meliputi jasa saja berbeda dengan pendapat Sinambela pada dasarnya pelayanan merupakan usaha memuaskan masyarakat. Agar masyarakat merasa puas, dituntut kualitas pelayanan prima, yang tercermin dari:

1. Transparansi
2. Akuntabilitas
3. Kondisional
4. Partisipatif
5. Kesamaan hak
6. Keseimbangan hak dan kewajiban (Sinambela, 2011:5)

Transparansi, yaitu pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Akuntabilitas, yaitu pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kondisional, yaitu pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas. Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apa pun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian pokok kualitas

pelayanan seperti yang dijelaskan diatas menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan baik secara langsung maupun atraktif dan juga terbebas dari segala kerusakan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat tersebut. Pendapat diatas ditegaskan oleh Boediono, bahwa pada hakekatnya pelayanan umum yang berkualitas itu adalah:

1. Meningkatkan mutu dan produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi pemerintah dibidang pelayanan umum.
 2. Mendorong upaya mengefektifkan sistem dan tata laksana pelayanan, sehingga pelayanan umum dapat diselenggarakan secara lebih berdaya guna dan berhasil guna.
 3. Mendorong tumbuhnya kreativitas, prakarsa, dan peran serta masyarakat dalam membangun serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.
- (Boediono, 1999:63).

Hakekat pelayanan umum berkualitas yang diartikan oleh boediono adalah berdasarkan pada hakekat yang memprioritaskan peningkatan mutu pelayanan, mendorong upaya mengefektifkan sistem pelayanan dan kemampuan dari penyedia pelayanan kepada penerima layanan agar pelayanan yang diberikan lebih berdaya dan berhasil guna.

Menurut Karniawati dan Apriati kualitas pelayanan yang baik dapat tercermin dengan adanya transparansi atau keterbukaan dan mudah diakses oleh semua masyarakat, jadi masyarakat dapat merasakan akses pelayanan yang memadai dan mudah dimengerti. Pelayanan yang baik juga pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan peraturan yang berlaku, peraturan tersebut dapat melindungi masyarakat sebagai nilai kepercayaan yang didapat oleh masyarakat. (Karniawati & Apriati, 2017:4).

Berdasarkan pemaparan diatas tentang pelayanan yang dikemukakan Karniawati N dan Apriati menjelaskan kualitas pelayanan yang baik dapat tercermin dengan adanya transparansi atau keterbukaan dan mudah diakses oleh masyarakat agar masyarakat merasakan akses yang memadai dan mudah.

2.1.2.4 Dimensi Kualitas pelayanan

Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Dalam studinya Zeithaml *et.al.* Mengemukakan terdapat 5 (Lima) dimensi *SERVQUAL* (dimensi kualitas pelayanan):

<i>“Tangibles ;</i>	<i>Appearance of physical facilities, equipment, personel, and communication materials.</i>
<i>Reliability ;</i>	<i>Ability to perform the promised service dependably and accurately.</i>
<i>Responsiveness;</i>	<i>Willingness to help customers and provide prompt service.</i>
<i>Assurance ;</i>	<i>Knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence.</i>
<i>Empathy ;</i>	<i>Caring, individualized attention the firm providers its customers.”</i>

(Zeithaml *et. al.*, 1990:26).

Faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 aspek dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, *tangible* menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1990:26) adalah *Appearance of physical facilities, quipment, personnel, and communication materials*. Mengatakan bahwa *tangible* adalah suatu *service* yang dapat dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. *Tangible* adalah bukti langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kedua, *reliability* menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990:26) adalah *Ability to perform the promised service dependably and accurately*. Penjelasan selanjutnya mengenai *reliability* bahwa *reliability* adalah keadaan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kehandalan (*Reliability*) yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya.

Ketiga, *responsiveness* menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1990:26) adalah *Willingness to help customers and provide prompt service*. *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan Akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

Keempat, *assurance* menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1990:21) adalah *Knowledge and courtesy of employess and their ability to convey trust and confidence*. *Assurance* yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Penjelasan selanjutnya dari Lupiyoadi mengemukakan bahwa *assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu

pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Kelima, *emphaty* menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman adalah *Caring, individualized attention the farm provides its customers. Empathy* (empati) adalah kemampuan untuk memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara fisik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa kelima dimensi tersebut yaitu Tangibles yaitu pelayanan dilihat dari segi fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi yang digunakan aparatur dalam melakukan pelayanan. Reliability dilihat dari kesigapan aparatur dan pelayanan yang akurat. Responsiveness yaitu dilihat dari kesediaan aparatur dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat atau tepat waktu. Assurance dilihat dari pengetahuan dan kemampuan aparatur. Empathy dilihat dari segi kesopanan dan keramahan aparatur. Dari 5 dimensi merupakan faktor yang menentukan bagi pemberi pelayanan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, kualitas pelayanan yang diberikan untuk mendapatkan kepuasan dari penerima pelayanan. Kelima dimensi tersebut harus dapat diperhatikan atau dapat dijalankan oleh penyedia, penyelenggara pelayanan.

Lima dimensi diatas tersebut dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, selain itu adapun ciri-ciri pelayanan yang kualitas, menurut Tjiptono adalah:

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.

2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan.
 3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
 4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.
 5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain.
 6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber-AC, Kebersihan dan lain-lain.
- (Tjiptono, 1995: 51).

Pelayanan yang berkualitas memiliki ciri- ciri yaitu waktu pelayanan yang tepat. Pelayanan dengan waktu yang singkat, sehingga pelanggan atau konsumen tidak merasa bosan dengan menunggu terlalu lama selama proses pelayanan itu selesai, untuk itu akurasi pelayanan harus diperhatikan. Pelayanan harus selesai sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan atau direncanakan. Untuk menunjang selama proses pelayanan berlangsung, maka penyedia layanan harus mendukung pelayanan tersebut dengan fasilitas- fasilitas penunjang. Hal itu, perlu dilakukan agar penerima layanan merasa nyaman, tidak terlalu merasa bosan disaat menunggu proses layanan itu berlangsung. Fasilitas- fasilitas penunjang itu seperti kursi tunggu, dan fasilitas pendukung lainnya. Selanjutnya, kesopanan penyedia atau pemberi layanan merupakan salah satu ciri dari pelayanan yang berkualitas. Sikap pemberi layanan yang ramah dan sopan Akan membuat penerima layanan merasa nyaman dan puas Akan layanan yang diberikan. Untuk itu, setiap lembaga penyedia layanan harus menekankan perilaku ramah dan sopan kepada setiap karyawannya. Kemudian, layanan yang mudah tidak perlu persyaratan yang berbelit. Untuk itu, penyedia layanan harus membuat persyaratan pelayanan semudah mungkin tanpa mengabaikan keamanan pelayanan. Rancangan

persyaratan secara matang sangat diperlukan agar pelayanan yang diberikan mudah dan praktis, tanpa mengabaikan keamanan pelayanan.

Unsur-unsur yang dapat digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi kepuasan pengguna jasa terhadap produk atau jasa dari instansi pemerintahan atau organisasi yang bergerak dibidang jasa tertentu dapat diketahui dari perilaku pengguna jasa. Menurut Zeithaml wujud dari perilaku pengguna jasa yang puas sebagai berikut:

1. *Loyalty* (kesetiaan)
 2. *Paymore* (membayar lebih)
 3. *External response* (respon luar)
 4. *Internal response* (respon dalam)
- (Zeithaml, 1996:37)

Sebuah kepuasan juga di dukung dengan adanya kesetiaan sebagai bentuk rasa terima kasih, hal tersebut merupakan cermin respon dari dalam ataupun luar sebuah lembaga atau instansi yang memberikan pelayanan.

2.1.3 Kepuasan Masyarakat

Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Kotler, 2000:47). Tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang diberikan mampu menciptakan kepuasan pengguna layanan. Konsep kepuasan diperoleh dengan jalan mengukur kesenjangan antara yang diharapkan pengguna jasa dengan prestasi yang dirasakan atas jasa pelayanan yang diterimanya. Kepuasan dikatakan tercapai apabila tidak ada kesenjangan antara keinginan pengguna jasa dengan pemenuhan penyedia

layanan jasa dan sebaliknya jika kesenjangan tersebut cukup besar maka berarti pengguna jasa mengalami kekecewaan.

Lebih lanjut Menurut Tse dan Wilton (dalam Tjiptono, 2004:146) disebutkan Kepuasan atau ketidak puasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja. Oliver (dalam Tjiptono, 2004:146) memberikan pendapat bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Berdasarkan penjelasan di atas kepuasan pelanggan merupakan tanggapan pelanggan terhadap hasil kinerja yang dirasakan oleh pelanggan dan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja (pemberi layanan) yang dirasakan dengan harapan (pelanggan) yang melakukan pelayanan.

Kotler (dalam Tjiptono, 2004:147) memberikan definisi kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap sehingga nantinya secara riil dapat diketahui atribut yang memiliki hubungan kuat dengan kepuasan masyarakat Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui kepuasan masyarakat antara lain adalah:

1. Tanggapan masyarakat yang meliputi tingkat kinerja dan tingkat harapan dari kualitas pelayanan

2. Tanggapan masyarakat yang meliputi tingkat kinerja dan tingkat harapan dari semangat kerja pegawai

Berdasarkan penjelasan dari Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan masyarakat dapat dilihat berdasarkan tanggapan masyarakat yang meliputi tingkat kinerja dan tingkat harapan dari pemberi layanan. Selanjutnya untuk mengukur kepuasan masyarakat peneliti mengembangkan pengukuran kepuasan pelanggan merujuk pada Kenedy dan Young dalam Supranto dengan indikator sebagai berikut:

1. Keberadaan pelayanan (*availability of service*) Tingkatan dimana pelanggan dapat kontak langsung dengan pemberi jasa.
2. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*) Tingkatan di mana pemberi jasa beraksi dengan cepat terhadap permintaan pelanggan.
3. Ketepatan waktu pelayanan (*timeliness of service*) Tingkatan dimana pekerjaan di selesaikan dalam kerangka waktu, sesuai dengan perjanjian.
4. Profesionalisme pelayanan (*professionalism of service*) Tingkatan dimana pemberi jasa menggunakan perilaku dan gaya profesional yang tepat selama bekerja dengan pelanggan.
5. Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (*over all satisfaction with service*) Tingkatan di mana pemberi jasa memperlakukan pelanggan dengan baik.
6. Kepuasan keseluruhan dengan barang (*over all satisfaction with product*) Tingkatan di mana hasil kinerja pemberi jasa sangat baik.
(dalam Supranto 2006: 20)

Konsep kepuasan pengguna layanan dalam industri jasa adalah suatu konsep yang sangat subyektif di mana yang menjadi tolok ukur dalam kepuasan pengguna layanan itu sendiri adalah persepsi dan harapan pengguna layanan terhadap produk jasa dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna layanan berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Lebih lanjut Lovelock (1994:111) memformulasikan kepuasan pengguna layanan dalam bentuk rumus matematik semu sebagai berikut:

$$\text{Skor Kepuasan Pelanggan} = \frac{\text{Skor Persepsi}}{\text{Skor Harapan}} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan. Dengan demikian, pengguna layanan dapat merasakan hal-hal sebagai berikut ini:

1. Kalau kinerja (hasil) dibawah, pengguna layanan akan merasa kecewa
2. Kalau kinerja (hasil sesuai harapan, pengguna layanan akan merasa puas
3. Kalau kinerja (hasil) melalul harapan, pengguna layanan akan sangat puas, senang dan gembira.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka Lovelock (1994:111) mengemukakan lebih lanjut bahwa kepuasan pengguna layanan merupakan fungsi harapan dan kinerja (hasil) yaitu evaluasi pengguna layanan terhadap kinerja produk layanan yang sesuai atau melampaui harapan pengguna layanan. Kepuasan pengguna layanan secara keseluruhan mempunyai 3 (tiga) antecedent atau harapan, yaitu:

1. Kualitas yang dirasakan
2. Nilai yang dirasakan
3. Harapan pengguna layanan

Harapan pengguna layanan merupakan perkiraan akan keyakinan pengguna layanan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau menerima suatu jasa. Hal tersebut senanda dengan pendapat Parasuraman yang dikutip oleh Kotler, 2007:56 mengemukakan bahwa pelayanan dapat berkualitas apabila masyarakat merasa puas, baik saat terjadi suatu proses pelayanan maupun pasca melakukan pelayanan harus terjadi kepuasan masyarakat.

Menurut Lupiyoadi (2001:139), terdapat Lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna layanan yaitu:

1. Kualitas Produk.
2. Kualitas Pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Pertama, kualitas produk merupakan penggunaan layanan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pengguna layanan rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut.

Kedua, kualitas pelayanan merupakan pemberian layanan terutama dibidang jasa pengguna layanan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pengguna layanan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pengguna layanan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

Ketiga, emosional merupakan pengguna layanan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pengguna layanan menjadi puas terhadap merk tertentu.

Keempat, harga merupakan produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengguna layanannya.

Kelima, biaya merupakan pengguna layanan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Berdasarkan beberapa faktor di atas Lupiyoadi mengemukakan bahwa, faktor yang harus diperhatikan untuk menentukan kepuasan adalah kualitas produk yang menunjukkan bahwa masyarakat selalu menginginkan produk maupun jasa yang berkualitas, selain itu kualitas pelayanan yang baik harus selalu dilakukan agar masyarakat merasa senang ketika melakukan pelayanan. Kepuasan masyarakat terukur apabila kualitas barang atau jasa berkualitas baik, maka akan mampu menimbulkan emosional bagi masyarakat berupa rasa bangga. Masyarakat Akan merasa senang apabila pelayanan yang diberikan oleh masyarakat tidak membutuhkan biaya yang mahal atau tidak memerlukan biaya tambahan oleh pemberi pelayanan.

2.1.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh masyarakat selama ia menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan (Rangkuti, 2002:12). Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja yang baik yang dirasakan setelah mendapatkan pelayanan.

Berdasarkan penjelasan di atas kepuasan pelanggan merupakan tanggapan pelanggan dari hasil kinerja yang di rasakan pelanggan dan di tentukan oleh ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya antara kinerja pemberi pelayanan yang dirasakan dengan harapan pelanggan.

Pelayanan yang baik merupakan hak masyarakat, sehingga pelayanan yang berkualitas berdampak positif bagi masyarakat, untuk itu pelayanan harus diberikan berdasarkan standar tertentu yang merupakan ukuran atau persyaratan baku yang harus dipenuhi oleh penyelenggara pelayanan, serta wajib ditaati oleh pemberi layanan atau pengguna layanan sendiri (masyarakat), karena seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan yang baik bertujuan akan memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, pada sebuah pelayanan harus mencapai tujuan dari pelayanan adalah memberikan kepuasan masyarakat pengguna pelayanan tersebut dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan masyarakat.

Menurut Kurniati dan Fidowaty hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pelanggan dan pelayanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa untuk memenuhi keinginan/ harapan konsumen (pelanggan) secara konsisten. (Kurniati & Fidowaty, 2014:6).

Berdasarkan pemaparan diatas tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang dikemukakan Kurniati dan Fidowaty menjelaskan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat di pengaruhi oleh pelanggan

dan pelayanan yang beriakn melalui pelayanan publik penyedia jasa untuk memenuhi keinginan/ harapan kansumen.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kualitas Pelayanan merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Ini diukur dari persepsi kualitas layanan bagi organisasi yang bersangkutan, kemudian dibandingkan terhadap sebuah organisasi yang “sangat baik”. Analisis kesenjangan yang dihasilkan kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk peningkatan kualitas layanan.

Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparatur pemerintah, perlu ada kriteria yang menunjukkan apakah suatu pelayanan publik yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk, berkualitas atau tidak. Pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya berdasarkan ketepatan dalam proses pelayanan tanpa ada kekeliruan dalam segala hal pelayanan Pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan target yang dicanangkan oleh pemilik kebijakan dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Selanjutnya peneliti menggunakan teori Zeithaml yang memberikan indikator ukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada Lima dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

Pertama, Bukti Fisik yaitu suatu hal yang dibutuhkan untuk menunjang pelayanan yang Akan dilakukan seperti fasilitas fisik dalam penelitian ini yaitu ruang

pelayanan pembuatan paspor seperti gedung yang kurang luas sehingga kualitas pelayanan berdampak pada kenyamanan masyarakat, peralatan dalam penelitian ini yaitu ruang pelayanan pembuatan paspor yang memiliki 8 komputer dan 8 kamera tidak cukup melayani masyarakat pembuatan paspor, dan sarana komunikasi masyarakat dalam mengsosialisasikan cara pembuatan paspor dan pendaftaran secara online.

Kedua, Kehandalan yaitu kemampuan suatu instansi pemerintahan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya berdasarkan ketepatan dalam proses pelayanan tanpa ada kekeliruan dalam segala hal pelayanan oleh Kantor imigrasi Kota Bandung dalam pembuatan paspor dan Pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan target yang dicanangkan oleh pemilik kebijakan dan sesuai dengan harapan masyarakat. Kesigapan aparatur dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat di Kantor imigrasi Kota Bandung. Dituntut kesigapan Kantor imigrasi dalam memberikan pelayanan pembuatan paspor kepada masyarakat agar tidak timbul ketidakpercayaan dari masyarakat.

Ketiga, Daya Tanggap yaitu Kesiediaan membantu masyarakat merupakan rasa tanggap pegawai imigrasi terhadap situasi dan kondisi masyarakat yang dirasa membutuhkan bantuan mengenai pembuatan paspor. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat merupakan kemampuan pegawai untuk memberikan pelayanan pembuatan paspor. Paspor yang terbit cepat dan tepat yang dapat menumbuhkan persepsi yang positif dari masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Kantor imigrasi di Kota Bandung.

Keempat, Jaminan meliputi Pengetahuan pegawai imigrasi adalah keterampilan yang diperoleh atau yang dimiliki oleh pegawai Kantor imigrasi di

Kota Bandung melalui pengalaman atau pendidikan untuk mendukung pelaksanaan pelayanan pembuatan paspor. Kemampuan yang dimiliki imigrasi dalam memberikan pelayanan pembuatan paspor kepada masyarakat. Dalam hal ini dituntut pegawai imigrasi memiliki kemampuan khusus dalam melaksanakan pelayanan pembuatan paspor.

Kelima Empati meliputi Keramahan pegawai Kantor imigrasi di Kota Bandung dalam memberikan pelayanan mengetahui benar apa yang dibutuhkan masyarakat dalam pembuatan paspor. Kesamaan hak merupakan tindakan pegawai imigrasi dalam memberikan pelayanan tidak membedakan status sosial sehingga terwujudnya keadilan dalam pelayanan dalam pelayanan pembuatan paspor.

Faktor kualitas pelayanan merupakan suatu senjata ampuh dalam keunggulan bagi perusahaan ataupun organisasi, terutama dalam bidang pelayanan. Keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi pelayanan sangat dipengaruhi, bagaimana perusahaan tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggan, baik internal ataupun eksternal, artinya perusahaan ataupun organisasi sebagai individu dalam suatu sistem memfokuskan kegiatan kepada pelanggan sebagai konsumen jasa (eksternal), agar dapat lebih efektif dan efisien untuk menjalankan kegiatan pemberian dan menyediakan jasa maupun produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Pihak organisasi sebagai suatu sistem juga harus memberikan kesejahteraan kepada pelanggan internal dalam hal ini aparaturnya sebagai produsen jasa.

Indikator untuk mengukur kepuasan masyarakat terkait pelayanan pembuatan paspor di Kota Bandung peneliti menggunakan teori pengukuran

kepuasan masyarakat yang dikemukakan oleh (Lupiyoadi, 2001:139), yaitu: “1. Kualitas Produk, 2. Kualitas Pelayanan, 3. Emosional, 4.Harga, dan Biaya.

Pertama, Kualitas produk, pelayanan menjadikan titik pusat untuk tujuan dan pencapaian pelayanan yang lebih berkualitas. Mutu dalam produk pelayanan tidak mungkin ada tanpa mutu dalam proses. Mutu didalam proses tidak mungkin ada tanpa organisasi yang tepat. Kualitas pelayanan pembuatan paspor di Kantor imigrasi Kota Bandung cenderung relatif rendah. Pelayanan pembuatan papor di Bandung belum ada ketetapan waktu dalam penyelesai pembuatan paspor.

Kedua, Kualitas pelayanan, dapat mewujudkan kebutuhan masyarakat dalam jasa pelayanan pembuatan paspor, khususnya di Kantor imigrasi Kota Bandung dalam meningkatkan kinerja pelayanan yang baik terhadap masyarakat. Kualitas pelayanan pembuatan paspor di Kantor imigrasi Kota Bandung masih terdapat beberapa masalah, contohnya lamanya proses pembuatan paspor di Kantor imigrasian seperti misalnya pembuatan paspor yang masih memerlukan waktu yang cukup lama.

Ketiga, Emosional, sangat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat mengenai jasa layanan pembuatan paspor di Kota Bandung yang berkualitas. Seperti kemudahan untuk masyarakat dalam sistem pembuatan paspor di Kantor imigrasi Kota Bandung. Kemudahan untuk memperoleh penyelesaian pembuatan paspor dalam waktu yang tidak terlalu lama di Kantor imigrasi Kota Bandung. Tujuan yang direncanakan Kantor imigrasi Bandung yaitu pendaftaran secara online dengan no antrian yang tertera agar masyarakat tidak lama melakukan pengantrian pembuatan paspor.

Keempat, Harga, dalam layanan pembuatan paspor di Kota Bandung sangat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, bagi sebagian orang harga merupakan faktor utama dalam pembuatan paspor. dalam pembuatan paspor pelayanan yang diberikan oleh suatu pegawai imigrasi kota bandung, Pelayanan dalam hal memberikan segala perizinan keimigrasian berupa visa, izin masuk ke luar negeri, pendaftaran orang asing, izin masuk kembali, izin keluar tidak kembali, Surat Perjalanan RI, tanda bertolak, tanda masuk, surat keterangan keimigrasian dan perubahan keimigrasian.

Kelima, Biaya, dalam pelayanan pegawai imigrasi khususnya pembuatan paspor di Kota Bandung tidak Akan berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan Dana atau modal yang tersedia. Sarana dan prasarana di Kantor imigrasi Bandung seperti komputer, kamera untuk layanan pembuatan paspor di Kantor imigrasi kelas 1 Kota Bandung membutuhkan modal atau anggaran yang cukup serta kualitas pelayanan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah digariskan.

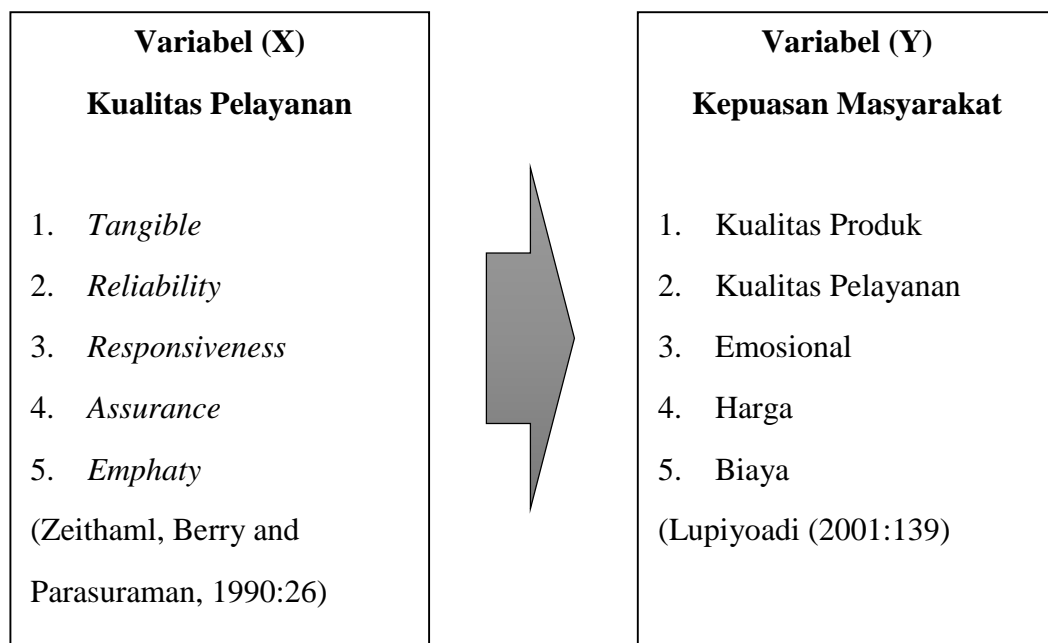
Teori pengukuran kepuasan masyarakat dari Lupiyoadi ini merupakan perspektif kualitas pelayanan. Hal ini senada dengan kajian permasalahan peneliti terkait dengan kepuasan masyarakat dari kebijakan diadakannya pembuatan paspor di Kota Bandung, sehingga peneliti tertarik untuk menggunakan teori pengukuran kepuasan masyarakat dari Lupiyoadi. Kemudahan lain dari teori ini adalah penjabaran dimensi yang tidak terlalu rumit dan mudah dipahami serta mempermudah peneliti dalam penyusunan angket.

Selanjutnya untuk mempermudah peneliti dalam memahami pokok-pokok pikiran dari setiap teori yang digunakan maka dibuatlah kerangka pemikiran yang

didasarkan atas pola pikir peneliti dalam menyikapi pengaruh kualitas pelayanan pembuatan paspor terhadap kepuasan masyarakat di Kantor imigrasi klas 1 Bandung.

Berdasarkan dari model kerangka pemikiran dibawah, tanda panah yang mengarah pada kotak bagian kanan, berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Pada tabel variabel (X) atau variabel kualitas pelayanan terdiri dari sub variabel yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Variabel (X) merupakan variabel bebas dan berpengaruh pada variabel terikat yaitu variabel (Y) yang terdiri dari sub variabel kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga serta biaya.

Gambar 2.2
Model Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Dalam penelitian ini diberikan hipotesis dimana hipotesis ini merupakan dugaan yang mungkin benar atau salah, hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan pembuatan paspor terhadap kepuasan masyarakat di Kantor imigrasi kelas 1 Kota Bandung.