

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. **Muhammad said sarnubi, Program studi Administrasi Amuntai Tahun 2023 judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Camat Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungan utara”** pada kantor camat amuntai tengah, masih belum maksimal dalam memeberikan suatu palayanan. Masih ada fenomena masalah yang ditemukan oleh peneliti yaitu kurangnya perhatian dan kemampuan pegawai dalam bentuk memberikan informasi kepada pengunjung, sehingga seringkali terjadinya kesalahpahaman antara pengunjung dengan pegawai pelayanan, kurangnya ketepatan dan kesadaran dalam memberikan pelayanan yang baik serta membantu pengunjung yang membutuhkan bantuan, serta kurangnya sosialisasi kepada masyarakat yang membuat ketidaksesuaian harapan pengunjung dengan pelayanan yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan tipe asosiatif sebab akibat serta menjelaskan secara sistematis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kousioner dan dokumentasi. Sumber data diambil menggunakan rumus slovin dan teknik sampling yang berjumlah 75 orang responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil varabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan masyarakat (Y) pada kantor Camat Amuntai Tengah Kabupaten HSU.

Ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan masyarakat yaitu berpengaruh sebesar 55%, kemudian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat dibuktikan dengan analisis regresi linear $Y=22,294 + 0,089 X$, yang berarti setiap satu kenaikan dari kualitas pelayanan maka berpengaruh sebesar 0,089 kepada kepuasan masyarakat, sehingga terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. sedangkan dari hasil perhitungan Uji t yaitu t_{hitung} sebesar 2,438 dibandingkan dengan t_{tabel} (db=73) yaitu 2,379 dengan taraf signifikan 0,01, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a dan H_o ditolak serta H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Camat Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

2. **Ahmad Safarin, Program studi Administrasi Amuntai tahun 2023**
judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Batang Alai Utara Kabupaten Hulu Sungai Tengah” Kantor kecamatan Batang Alai Utara melayani pengurusan perizinan dan non perizinan, namun dalam hal non perizinan seperti pengurusan perekaman pembuatan KTP, KK, Surat keterangan, dsb pelayanan belum maksimal. Beberapa fenomena yang tampak yaitu pegawai kurang disiplin, sarana dan prasarana yang belum memadai, dan kurangnya penguasaan petugas dalam menggunakan computer. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat dan seberapa besar pengaruhnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan tipe kuantitatif diskriptif, teknik pengambilan data yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Populasi penelitian berjumlah 426 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji normalitas, hipotesis diuji dengan uji regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan koefisien regresi sederhana menghasilkan nilai $Y = 0,27 X - 1,983$ setiap satu kenaikan kualitas berpengaruh sebesar 0,27 kepada kepuasan, berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. perhitungan uji T yaitu t_{hitung} sebesar 9,400 dibandingkan dengan t_{tabel} (db=79) yaitu 1,664 dengan taraf signifikan 5% maka H_a diterima dan H_o ditolak. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada kantor kecamatan Batang Alai Utara adalah kuat dengan koefisien Determinan (r^2) 52,8% . faktor pendorong kualitas pelayanan yaitu kesadaran pegawai akan kebersihan dan kenyamanan kantor serta letak kantor camat yang strategis. Faktor penghambat kualitas pelayanan yaitu kurangnya sarana dan prasarana, sumber daya manusia yang kurang dan kedisiplinan pegawai.

Novelty (Kebaruan) penelitian ini terletak pada pengkajian empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada tingkat pemerintahan kecamatan di wilayah pedesaan, khususnya Kecamatan

Halong Kabupaten Balangan, yang masih relatif jarang diteliti secara mendalam.

Penelitian ini tidak hanya mengadopsi indikator kualitas pelayanan menurut model SERVQUAL (Parasuraman), tetapi juga menyesuaikannya dengan karakteristik pelayanan publik di tingkat kecamatan, seperti pelayanan administrasi kependudukan dan non-perizinan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat desa.

Selain itu, penelitian ini menyajikan data empiris terbaru yang menggambarkan kondisi aktual kualitas pelayanan di Kantor Kecamatan Halong, sehingga dapat menjadi rujukan praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan peningkatan pelayanan publik berbasis kebutuhan masyarakat lokal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan kajian administrasi publik, khususnya pada konteks pelayanan publik di daerah.

1. Pengertian Manajemen Pelayanan Publik

Rusdiana (2015:23), mendefinisikan manajemen sebagai usaha pencapaian tujuan yang diinginkan dengan membangun suatu lingkaran atau suasana yang cocok terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh orang-orang dalam sekelompok yang telah terorganisasi. Tindakan manajemen nampak dalam berbagai usaha administrator untuk mengatur individu-individu yang terlibat dalam suatu organisasi, sehingga para pekerja dapat memberikan tenaga dan pikiran seoptimal mungkin demi tercapainya tujuan bersama.

Zaenal mukarom (2015:80). Manajemen merupakan seni dan ilmu perencanaan pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia (SDM) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Sementara Gibson, Donelly dan Ivancevich mendefinisikan manajemen sebagai proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas

lain untuk mencapai hasil yang tidak bisa di capai apabila satu individu bertindak sendiri

Gronroos (2015:80) menjelaskan, bahwa pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Dari pengertian di atas, manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan.

2. Pengertian Pelayanan

Pada hakekatnya suatu pelayanan publik memiliki suatu ruang lingkup yang sangat luas, tidak hanya terbatas pada pelayanan dalam arti sempit, yakni pada proses pelayanan tatap muka (bertemu) antara unsur yang melayani (pegawai pemerintah) dengan orang yang dilayani (publik) akan tetapi juga terletak pada seluruh proses pemenuhan kebutuhan dari masyarakat (pelayanan dalam arti luas), seperti pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan jembatan, pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap jalan yang baik, pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap sarana pendidikan dan sarana kesehatan, kebutuhan masyarakat terhadap sarana dan prasarana perekonomian, kebutuhan masyarakat akan rasa aman, tertip dan tentram dalam segala bentuk proses pemenuhan kebutuhan masyarakat lainnya dalam kehidupan dalam suatu Negara.

Pelayanan sebagai fungsi dasar dari suatu pemerintah sampai saat ini menjadi diskursus yang memiliki nilai urgensi yang sangat tinggi seiring dengan permasalahan-permasalahan yang masih sangat banyak dikeluhkan oleh sebagian anggota masyarakat dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik.

menurut Sinambela dalam Harbani Pasolong (2017:148) adalah sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Agung Kurniawan dalam Harbani pasolong (2017:148) mengatakan bahwa pelayanan public adalah pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Chapman dan Cowdell dalam Amy Y.S. Rahayu dkk (2020:12) menyatakan bahwa pelayanan publik merupakan pelayanan yang dijalankan oleh institusi-institusi public, yang didirikan dan didanai Negara, untuk kepentingan Negara dan melalui cara kenegaraan, serta tujuannya ditentukan secara politis oleh Negara.

Ivancevich et. al. dalam mulyawan (2016:47) berpendapat bahwa pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Dalam dimensi ini, Gronroos berpendapat : Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan pendapat dan uraian, tugas utama atau fungsi dasar dari setiap instansi birokrasi pemerintah adalah untuk memberikan suatu

proses penyelenggaraan pelayanan public (public services) agar terwujudnya suatu bentuk kesejahteraan bagi rakyat (public welfare). Berkaitan dengan pernyataan di atas, maka pengertian dari konsep pelayanan adalah suatu proses rangka untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan dari manusia sesuai dengan hak manusia atau masyarakat itu sendiri.

Oleh karena itu, kata “umum” dalam “pelayanan” menunjukkan kepada unsur masyarakat, orang banyak, yang punya kepentingan, terjemahan dari bahasa inggris “*public*” kalau hubungan dengan kata pelayanan maka menjadi pelayanan umum “*public service*) atau pelayanan public. Pelayanan berasal dari kata “*service*” yang berarti “melayani”. Pengertian lain dari konsep pelayanan adalah suatu bentuk dari aktivitas/manfaat yang ditawarkan oleh unsur organisasi atau perorangan kepada seluruh unsur kinsmen (yang dilayani), yang dalam hal ini lebih bersifat tidak terwujud atau yang tidak dapat dimiliki.

Dengan demikian, pelayanan dapat berarti suatu rangkaian dari aktivitas/kegiatan untuk melakukan sesuatu yang baik untuk orang lain atau masyarakat, baik yang bersifat dapat diraba maupun yang bersifat tidak dapat diraba yang diberikan oleh unsur pemberi pelayanan (pemerintah) kepada unsur penerima pelayanan yakni masyarakat, atau pengertian pelayanan lainnya adalah suatu aktivitas/manfaat yang ditawarkan oleh unsur organisasi atau perorangan pada unsur konsumen (yang layani), yang bersifat tidak berwujud.

Beberapa jenis pelayanan yang terdapat pada Kantor Camat Halong sebagai berikut :

A. Pelayanan Non Perzinan

- a) Dispensasi Nikah
- b) Perekaman E-KTP
- c) Pengantar surat permohonan santunan kematian
- d) Pemberian legalisasi proposal
- e) Rekomendasi Proposal
- f) Legalisasi izin keramaian
- g) Legalisasi E-KTP dan Kartu keluarga
- h) Surat keterangan / pengantar

B. Pelayanan perizinan

- a) izin tempat usaha (SITU)
- b) izin usaha perdagangan
- c) izin gangguan (HO)
- d) izin mendirikan bangunan (IMB)
- e) izin keramaian

3. Pengertian Pelayanan Publik

Definisi berikutnya berasal dari Farnham dan Horton dalam Amy Y.S Rahayu dkk (2020:12) yang menjelaskan bahwa pelayanan publik didefinisikan secara luas sebagai organisasi sektor public yang pengeluaran dan belanja modalnya didanai oleh perpajakan, dibandingkan dengan meningkatkan pendapatan melalui penjualan layanan kepada pelanggan individual maupun korporasi Organisasi sektor publik ini memiliki pengertian yang beragam, di antaranya yaitu organisasi pemerintah itu sendiri maupun organisasi swasta yang menjadi patner pemerintah dalam menyediakan barang-jasa public. Demikian pelayanan publik didefinisikan, termasuk di dalamnya seperti layanan sipil (NHS), layanan pendidikan dan layanan keamanan oleh kepolisian.

Pelayanan publik menurut Waworuntu dalam Rohanisah (2017:14) adalah pendekatan seorang pegawai instansi kepada masyarakat yang dilayaninya dengan menunjukkan sikap menolong, bersahabat, dan profesional, sehingga masyarakat yang dilayaninya cenderung memiliki keinginan untuk kembali pada pelayanan berikutnya, karena masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyangkut arti relative karena bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Bila persyaratan atau spesifikasi itu terpenuhi berarti kualitas sesuatu hal yang dimaksud dapat dikatakan baik, sebaliknya jika persyaratan tidak terpenuhi maka dapat dikatakan tidak baik. Dengan demikian, untuk menentukan kualitas diperlukan indikator. Karena spesifikasi yang merupakan indikator harus dirancang berarti kualitas secara tidak langsung merupakan hasil rancangan yang tidak tertutup kemungkinan untuk diperbaiki atau ditingkatkan.

Kualitas menurut Fandy Tjiptono dalam Harbani Pasolong (2017:152), adalah (1) kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, (2) kecocokan untuk pemakaian, (3) perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, (4) bebas dari kerusakan, (5) pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, (6) melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, (7) sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan, Kualitas (*quality*) menurut Montgomery dalam Harbani Pasolong (2017:152), “*the extent to which products meet the requirement of people who use them*” jadi suatu produk, apakah itu bentuknya barang atau jasa, dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Adapun dalam definisi strategi bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan/masyarakat Sinambela dalam Sawir (2020:90)

Menurut Tjiptono dalam sawir (2020:90) “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produ, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” Sedangkan menurut Rambat

Kualitas adalah keseluruhan layanan dan karakteristik produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan. Kemampuan produk atau jasa yang diberikan sangat menentukan kepuasan pelanggan baik yang dinyatakan secara jelas mampu tersirat. Kualitas produk atau jasa, kepuasan pelanggan, profitabilitas organisasi merupakan tiga hal yang saling berkaitan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat yang nantinya menghasilkan biaya yang rendah. Beberapa studi telah menjelaskan mengenai korelasi antara kualitas produk relative dan profitabilitas organisasi (Kotler & Keller) dalam Rohanisah (2017:18)

Pengertian pelayanan public terdapat di dalam Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MEMPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, Keputusan MENPAN ini memberikan pengertian terhadap pelayanan publik, pelayanan publik yaitu; segala bentuk dari kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh institusi penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya dalam proses pemenuhan dari segala bentuk kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Fungsi dari suatu pelayanan publik adalah; sebagai salah satu bentuk dari fungsi fundamental yang harus diemban oleh unsur institusi pemerintah baik di tingkat pusat maupun unsur pada Pemerintah di daerah. Fungsi dari pelayanan publik ini juga diemban oleh unsur BUMN/BUMD dalam memberikan dan menyediakan layanan jasa dan atau layanan barang Publik Dalam konsep pelayanan publik ini, dikenal dengan adanya dua jenis pelaku dalam suatu proses penyelenggaraan pelayanan publik, yaitu unsur dari penyedia layanan publik dan unsur penerima pelayanan publik.

4. Pengertian Kualitas Pelayanan

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survey dan observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan.

Menurut pandangan Albrecht dan Zemke dalam Mulyawan (2016:47) kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, SDM pemberi layanan, strategi dan pelanggan.

Menurut Ibrahim (2008) dalam Amy Y.S. Rahayu dkk (2020:172), kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat pemberian pelayanan publik tersebut dilakukan.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Amy Y.S. Rahayu dkk (2020:172), kualitas layanan merupakan suatu evaluasi yang berfokus, yang mencerminkan persepsi pengguna terhadap dimensi kualitas itu sendiri, yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Fitzsimmons and Fitzsimmons dalam Amy Y.S. Rahayu dkk (2020:173) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari perspektif pengguna layanan atau dalam hal ini warga masyarakat.

Wyckof dalam Mulyawan (2016:47-48) Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan.

Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan mengenai kualitas pelayanan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan usaha untuk berhubungan lingkungan, memenuhi segala dengan produksi, jasa, yang sesuatu manusia, yang proses, menjadi kebutuhan secara keinginan dan

konsume baik itu berupa barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagai pelanggan. Kualitas pelayanan secara harapan-harapan pelanggan dan umum harus memenuhi memuaskan kebutuhan-kebutuhan mereka. Namun, demikian meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus memenuhi semua keinginan konsumen.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Pelayanan yang baik akhirnya akan mampu memberikan kepada kepuasan kepada masyarakat. Adanya citra organisasi akan dianggap baik pula,. Faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah sumber daya manusia. Artinya peranan manusia (pegawai) yang melayani masyarakat merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat secara langsung dan terbuka.

Menurut Moenir dalam Khairunnisa Amelia (2021:18), terdapat enam faktor yang mendukung terlaksananya pelayanan publik yang baik dan memuaskan

1) Faktor Kesadaran

Suatu proses berpikir melalui metode renungan, pertimbangan dan perbandingan, sehingga menghasilkan keyakinan, ketenangan, ketetapan keseimbangan hati dan dalam jiwanya sebagai pangkal tolak untuk perbuatan dan tindakan yang akan dilakukan kemudian.

2) Faktor Aturan

Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan

aturan dan dapat dikatakan orang yang tidak dapat hidup layak dan tenang tanpa aturan. Pertimbangan pertama manusia sebagai subjek aturan ditujukan kepada hal-hal yang penting yaitu:

- a) Kewenangan
- b) Pengetahuan dan pengalaman
- c) Kemampuan bahasa
- d) Pemahaman oleh pelaksana
- e) Disiplin dalam pelaksana

3) Faktor Organisasi

Organisasi pelayanan pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya tetapi ada sedikit perbedaan dalam penerapannya, karena sasaran pelayanan ditunjukkan secara khusus kepada manusia yang mempunyai watak dan kehendak multi kompleks.

4) Faktor Pendapatan

Pendapatan ialah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan/atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan/organisasi, baik dalam bentuk uang, natura maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu.

5) Faktor Kemampuan Dan Keterampilan

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan tugas/pekerjaan berarti dapat (kata sifat/keadaan) melakukan tugas/pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan.

6) Faktor sarana pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud disini ialah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan tersebut antara lain.

- a) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu.
- b) Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa. Kualitas produk yang lebih baik atau terjamin.
- c) Ketetapan susunan dan stabilitas ukuran terjamin. Lebih mudah atau sederhana dalam gerak para pelakunya.
- d) Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- e) Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan faktor yang mempengaruhi, antara lain sumber daya manusia, kesadaran, aturan, organisasi, keterampilan dan kemampuan, serta sarana pelayanan.

5. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas pelayanan menurut Zaithaml-Parasuraman-Berry dalam Dr. Harbani Pasolong (2017:155)

- a) *Tangibles* (Berwujud), Deinsi ini adalah bukti kongkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik untuk pelanggan.

Mulai dari sisi fisik tampilan, bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampillan karyawan.

- b) *Reliability* (Kehandalan), dimensi ini mengemukakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik dan lain sebagainya
- c) *Responsiveness* (Ketanggapan), Dimensi ini adalah para penyedia tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif, serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.
- d) *Assurance* (Jaminan), Dimensi yang berkaitan dengan kepastian. Kepastian yang dimaksud di sini adalah yang didapatkan oleh pelanggan dari perilaku pelaku usaha.
- e) *Empathy* (Empati), Berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan.

6. Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Meithiana Indrasari (2019:90), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung

untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kualitas pelayanan (jasa) merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari pelayanan (jasa). Kepuasan lebih inklusif, yaitu kepuasan ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi.

7. Pengertian Kepuasan Pelanggan/Masyarakat

Pelanggan atau masyarakat adalah pihak yang memaksimumkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan itu. Pembeli akan membeli dari perusahaan yang memberikan nilai pelanggan tertinggi, yang didefinisikan sebagai selisih antara total nilai pelanggan dan total biaya pelanggan. Hal ini berarti bahwa para penjual harus menentukan total nilai pelanggan dan total nilai biaya bagi pelanggan yang ditawarkan oleh masing-masing pesaing untuk mengetahui bagaimana posisi tawaran mereka sendiri.

Lukman (Pasolong:2017:144) menyatakan bahwa kepuasan sebagaimana tingkat persamaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan dengan harapannya, Gibson, Wexley dan Yulk menjelaskan bahwa kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebetulan seseorang. Artinya, jika kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang tersebut merasa puas, demikian pula sebaliknya. Kemudian Djiptono menambahkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Menurut Simanora dalam Winarsih (2007:22) kepuasan adalah istilah yang menggambarkan suka atau tidak suka.

Kotler (Pasolong:145) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kesa-kinerja dan harapan, jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan merasa puas.

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik karena masyarakat adalah konsumen dari produk layanan yang dihasilkannya. Hal ini didukung oleh pernyataan Hoffman dan Beteson (1997, p.270) dalam Taufiqurokhman (2018:184), yaitu: *without customers, the service firm has no reason to exist*. Definisi kepuasan masyarakat menurut Mowen (1995, p511): *'customers satisfaction is defined as the overall attitudes regarding goods or services after its acquisition and uses*.

Menurut tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:90) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Engel, Roger & Miniard dalam Meithiana Indrasari (2019:87) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan.

Oleh karena itu, penyelenggara pelayanan publik harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi ke depannya dapat dicapai kesetiaan masyarakat. Sebab, bila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat sehingga menyebabkan ketidakpuasan masyarakat

mengakibatkan kesetiaan masyarakat akan suatu produk menjadi luntur dan beralih ke produk atau layanan yang disediakan oleh badan usaha yang lain.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka terdapat kesamaan definisi mengenai kepuasan, yaitu yang menyangkut komponen kepuasan (harapan dan kinerja hasil yang dirasakan). Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan.

Prinsip kepuasan masyarakat dalam proses pelayanan jasa public oleh pemerintah sangat penting karena hanya dengan memenuhi kebutuhan masyarakat secara memuaskan, keberadaan pemerintah itu diakui dan mendapatkan legitimasi serta kepercayaan dari rakyat.

8. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan/masyarakat

a. kepuasan

Menurut Kotler dalam Meithiana Indrasari (2019:87-88), dalam menentukan tingkat kepuasan public, terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh organisasi pelayanan yaitu :

- 1) Kualitas produk/jasa, public akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, publik akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

- 3) Emosional, public akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk/jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mempunyai harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, public tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

b. Ukuran Kepuasan masyarakat

Menurut Tjiptono dikutip dalam Meithiana Indrasari (2019:92) indikator kepuasan secara umum terdiri dari:

- 1) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja pegawai yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

- 2) Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa yang terkait.

- 3) Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepuasan yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Untuk mengukur kepuasan masyarakat digunakan atribut yang berisi tentang bagaimana masyarakat menilai suatu produk atau layanan yang ditinjau dari sudut pandang pelanggan. Menurut Dulka dalam Taufiqurakman (2018:185-186), kepuasan masyarakat dapat diukur melalui atribut-atribut pembentuk kepuasan yang terdiri atas:

- 1) *Value to price relationship*. Hubungan antara harga yang ditetapkan oleh badan usaha untuk dibayar dengan nilai/manfaat yang diperoleh masyarakat.
- 2) *Product value* adalah penilaian dari kualitas produk atau layanan yang dihasilkan badan usaha.
- 3) *Product benefit* adalah manfaat yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh badan usaha.
- 4) *Product feature* adalah ciri-ciri atau karakteristik tertentu yang mendukung fungsi dasar dari suatu produk sehingga berbeda dengan F 201/283 ditawarkan pesaing.
- 5) *Product design* adalah proses untuk merancang tampilan dan fungsi produk.
- 6) *Product reliability and consistency* adalah keakuratan dan keandalan produk yang dihasilkan oleh suatu badan usaha.
- 7) *Range of product or service* adalah macam dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu badan usaha

9. Indikator Kepuasan Masyarakat

menurut pendapat Tjiptono dalam Meinthiana Indrasari (2019:92)

- a) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat keesuaian antara kinerja dan harapan

b) Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa yang terkait.

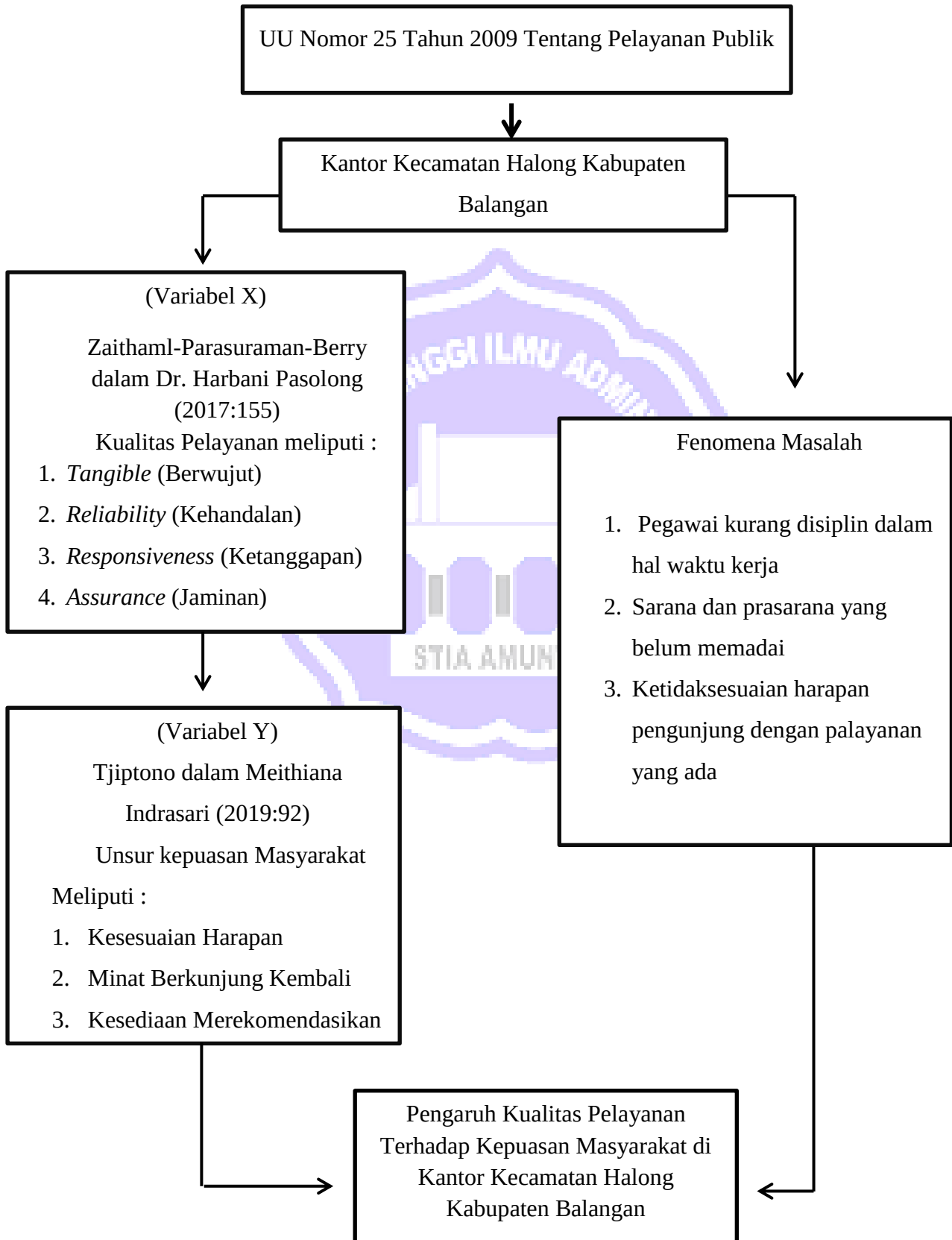
c) Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepuasan yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

B. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan masyarakat pelayanan terhadap pelayanan publik yang diberikan oleh penyelenggara maka kerangka pemikiran yang diajukan sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan oleh Zaithaml-Parasuraman-Berry dalam Dr. Harbani Pasolong (2017:155) dan unsur Kepuasan masyarakat oleh Tjiptono dalam Meinthiana Indrasari (2019:92). Model penelitian yang diajukan dalam penelitian sesuai dengan konteks penelitian ini terdiri dari variable independent yaitu (X) = Kualitas pelayanan dan variable dependent yaitu (Y) = Kepuasan Masyarakat.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



C. Hepotesis

Hipotesis ialah pernyataan bersifat sementara yang harus diuji kebenarannya. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan kepada fakta-fakta yang empiris dari prngumpulan data. Maka hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan kerangka pemikiran diatas ialah :

1. Hepotesis Alternatif (H_a) : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Pada Kantor Camat Halong.
2. Hipotesis Nol (H_0) : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Halong

