

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menyertakan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai referensi untuk mendukung, melengkapi, dan membandingkan hasil penelitian. Tujuannya adalah untuk memberikan dasar yang kuat dalam penyusunan skripsi serta mengembangkan materi yang akan diteliti dengan lebih mendalam.

1. **Lisa Amelia Sari (2023).** Dalam Penelitian yang berjudul “**Kualitas Pelayanan Di Kantor Desa Muara Uya Kecamatan Muara Uya Kabupaten Tabalong**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Kualitas Pelayanan Di Kantor Desa Muara Uya Kecamatan Muara Uya Kabupaten Tabalong. Menggunakan tipe penelitian Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan Teknik pengumpulan data yang dinyatakan oleh Miles Huberman yaitu Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi, dengan pihak-pihak yang terlibat dalam Kualitas Pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kantor Desa Muara Uya secara umum dapat dikategorikan berkualitas, meskipun masih terdapat beberapa kendala. Pada indikator bukti fisik (*tangibles*), fasilitas kantor dan penampilan aparat sudah cukup baik, namun informasi pelayanan yang tersedia masih terbatas sehingga masyarakat kesulitan memahami persyaratan dan mekanisme. Pada aspek keandalan (*reliability*), pelayanan diberikan sesuai prosedur, tetapi konsistensi kehadiran aparat masih menjadi masalah

sehingga masyarakat harus menunggu lebih lama. Indikator daya tanggap (*responsiveness*) memperlihatkan aparat desa cukup tanggap dalam membantu masyarakat, meski kecepatan penyelesaian dokumen belum optimal. Aspek jaminan (*assurance*) menunjukkan adanya sikap sopan santun dan pengetahuan aparat yang menumbuhkan rasa percaya masyarakat. Sedangkan pada indikator empati (*empathy*), aparat berusaha memahami kebutuhan masyarakat, tetapi komunikasi dan keterbukaan informasi masih perlu ditingkatkan.

2. **Wardi, Munawarah, dan Arpandi (2024).** Dalam penelitian berjudul **“Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Desa Hakurung Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan”**. Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang di ambil menggunakan teknik *porposive sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di kantor Desa Hakurung masih belum berkualitas. Pelayanan yang sudah berkualitas dapat di lihat pada variabel ketelitian, kewajiban petugas, jumlah petugas, permintaan khusus, kebersihan ruang tunggu, kebersihan lingkungan. Adapun aspek yang cukup berkualitas yaitu, bebas dari kesalahan, fasilitas ruangan, peralatan keamanan, dan fleksibel. Lalu yang belum berkualitas yaitu waktu tunggu, waktu proses, keramahan, kesopanan, kesiapan petugas, cara dalam memberikan pelayanan, kebaragaman pelayanan, pembaharuan pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi terdiri dari faktor pendorong yaitu sarana

dan prasarana yang memadai, dan SDM yang merujuk pada jumlah petugas kantor Desa Hakurung. Adapun faktor penghambat yaitu Sikap aparat yang kurang memadai yang mana bersikap kurang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat, komunikasi dan informasi terkait dengan tidak adanya papan informasi dan juga kotak saran ini sangat berpengaruh pada kualitas pelayanan yang di berikan kepada masyarakat. Saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan di kantor Desa Hakurung untuk aparat lebih memperhatikan kinerjanya saat melayani masyarakat, agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

B. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Kualitas

Kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu tingkat baik buruk sesuatu. Adapun pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi – definisi yang berbeda pula.

Menurut Kotler dan Muhtosim (Meithiana Indrasari, 2019:55) Mendefinisikan kualitas adalah Keseluruhan ciri atau serta sifat produk atau pelaynan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pengertian kualitas lebih luas dikatakan oleh Daviddow & Uttal (Hardiyansyah, 2019:49) yaitu “Merupakan usaha apa saja yang digunakan untuk mempertinggi kepuasan pelanggan (*whatever enhances customer satisfaction*).”

Menurut Kotler (Hardiyansyah 2018:49) mengatakan bahwa *“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.”* Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas merupakan kunci bagi penyedia jasa layanan untuk bertahan di persaingan yang semakin kompetitif antara dunia jasa layanan. Bagi pihak penyedia jasa/layanan dalam mencapai kepuasan konsumen, kualitas menjadi hal penting dan layak untuk ditingkatkan dan diperbaiki terus-menerus, dengan dilakukan inovasi yang berkelanjutan. Kualitas adalah sesuai dengan spesifikasi dan yang konsumen inginkan.

Gaspar (Sulistiyowati, 2018:14), secara konvensional kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, sedangkan secara strategis bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Menurut Susatyo, dalam (Pawisari, 2024:10) kualitas tidak harus berupa layanan atau barang-barang yang mahal. Namun kualitas merupakan sebuah produk atau layanan yang memadai, mudah dijangkau, efisien, efektif dan aman sehingga harus terus-menerus dievaluasi dan ditingkatkan. Kualitas dapat diketahui apabila sebelumnya telah dilakukan penilaian baik terhadap tingkat kesempurnaan, sifat, wujud serta ciri-ciri pelayanan, dan ataupun terhadap kepatuhan terhadap standar pelayanan.

Wijaya (Sulistiyowati, 2018:15) menyatakan bahwa produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Jadi, kualitas dari sebuah produk baik berupa barang maupun jasa harus dapat memenuhi apa yang konsumen harapkan dan butuhkan.

Sunyoto (Haerana & Burhanuddin, 2022:55) menyatakan bahwa kualitas merupakan ukuran untuk menilai bahwa suatu barang/jasa telah memiliki nilai guna seperti yang diinginkan atau dengan kata lain suatu barang/jasa dinilai berkualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Goetsch dan Davis (Nurdin, 2019:15-16) mendefinisikan kualitas secara lebih luas cakupannya : “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Selanjutnya Triguno (Nurdin, 2019:16) mengartikan kualitas sebagai standar yang harus dicapai oleh seorang, sekelompok, lembaga organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan kepada yang dilayani atas tuntutan/persyaratan pelanggan/masyarakat.

Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa/layanan tergantung pada kemampuan penyediaan jasa/layanan dalam memenuhi harapan masyarakat/pelanggan secara konsisten dan berakhir pada persepsi masyarakat/pelanggan.

2. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakikatnya pelayanan adalah kerangkaiana kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambung meliputi seluruh kehidupan orang lain dalam masyarakat.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut bersaing dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Salah satu cara agar penjualan jasa lebih unggul dibandingkan para pesaing adalah dengan memberikan

pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan pelanggan.

Menurut R.A Supriyono (Meithiana Indrasari, 2019:57) Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi mengangkat kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang diperlukan.

Menurut Munir (Meithiana Indrasari 2019:57) Pelayanan adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui system, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lainnya sesuai dengan hak nya.

Menurut Kotler (Meithiana Indrasari, 2019:58) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan siapapun.

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

Selanjutnya Moenir (Marwiyah, 2023:43) menyatakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Dari uraian tersebut, maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Istilah lain yang

sejenis dengan pelayanan itu adalah pengabdian dan pengayoman. Dari seorang administrator diharapkan akan tercermin sifat-sifat memberikan pelayanan publik, pengabdian kepada kepentingan umum dan memberikan pengayoman kepada masyarakat lemah dan kecil.

Sehubungan dengan pelayanan Kasmir (dalam Firmansyah *et al.*, 2022:14) mengemukakan bahwa pelayanan yang baik harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Sarana dan prasarana yang baik tersedia karena masyarakat menginginkan pelayanan yang prima, maka untuk melayani masyarakat salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah ketersediaan sarana dan prasarana.
- b. Ada pegawai yang baik, kenyamanan masyarakat tergantung petugas yang melayaninya. Itu membutuhkan petugas yang ramah, sopan dan menarik, selain responsif, pandai bicara, lucu dan pengertian.
- c. Tanggung jawab kepada masyarakat yang dilayani dari awal sampai akhir. Dalam melakukan kegiatan pelayanan, setiap pegawai harus dapat melayani dari awal sampai akhir.
- d. Kemampuan melayani dengan cepat dan tepat, dalam melayani masyarakat perlu dilakukan pegawai sesuai prosedur. Tentunya pelayanan tersebut sesuai dengan jadwal dan pekerjaannya, dan tidak ada kesalahan dalam artian pelayanan yang ditawarkan memenuhi keinginan masyarakat.
- e. Pegawai dengan kemampuan komunikasi harus dapat berbicara dengan setiap masyarakat dan memahami keinginan masyarakat, artinya pegawai harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami tanpa menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami masyarakat.
- f. Untuk memahami kebutuhan masyarakat, pejabat harus cepat tanggap terhadap kebutuhan masyarakat, memahami dan memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, definisi dari pelayanan umum adalah: Segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut Bab I Pasal

1 Ayat 1 Undang- Undang No. 25/2009, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/ atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Mengikuti definisi di atas, pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Chandra, *et al.* (2020:82) Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima.

Zeithaml *et. al.* (Hardiyansyah 2018:55-56) Mengatakan bahwa: *SERVQUAL is an empirically derived method that may be used by a services organization to improve service quality. The method involves the development of an understanding of the perceived service needs of target customers. These measured perceptions of service quality for the organization in question, are then compared against an organization that is "excellent." The resulting gap analysis may then be used as a driver for service quality improvement.*

SERVAQUAL 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.

Kualitas pelayanan atau *customer service* merupakan elemen penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara umum, kualitas pelayanan dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu pelayanan yang berkualitas baik dan pelayanan yang buruk. Kualitas yang baik mencerminkan responsivitas, empati, keandalan, dan ketanggapan dari penyedia layanan terhadap kebutuhan pelanggan. Sebaliknya, kualitas yang buruk mencerminkan kelalaian dalam memenuhi ekspektasi pelanggan dan berdampak negatif pada reputasi organisasi.

Menurut Parasuraman *et al.* (Azam dkk, 2025:118). Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh kesenjangan antara harapan dan pengalaman aktual.

Menurut Goetsch & Davis dalam Menurut Tjiptono (Meithiana Indrasari, 2019:61) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan.

Hardiyansyah (2018:49) Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (Meithiana Indrasari, 2019:61) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

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

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

Kotler (Meithiana Indrasari 2019:62-63) menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti:

- a. Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- b. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
- c. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
- d. Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
- e. Kredibilitas, yaitu kantor instansi atau pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat di hati masyarakat.
- f. Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
- g. Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan masyarakat atau permasalahan yang dihadapi masyarakat.
- h. Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
- i. Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan.
- j. Memahami konsumen, yaitu pegawai yang benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu.

Menurut Tjiptono (dalam Tanjung, *et al* (2022:119), kualitas suatu pelayanan jasa dapat diukur dari aspek berikut ini:

1. *Tangibles* (bukti fisik), adalah fasilitas fisik yang diberikan pada konsumen seperti: fisik layanan, kelengkapan alat, dan tampilan pegawai.
2. *Empathy* (empati), terkait dengan kemudahan berkomunikasi, perhatian secara personal dan pemahaman akan apa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan), sebagai bagian dari konsistensi yang ditawarkan, kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, tepat dan menciptakan kepuasan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu sigap dan cepat dalam menyelesaikan masalah oleh pemberi jasa.
5. *Assurance* (jaminan), adalah kemampuan dan keterampilan karyawan, keramahan, kepercayaan dan keamanan yang dirasakan konsumen.

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 survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan.

Sampara dalam Lailul Mursyidah dan Ilmi Usrotin Choriayah (2020:32-33) mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan publik adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditentukan dalam memberikan pelayanan sebagai acuan baku pelayanan yang baik”.

Sementara Ibrahim dalam Lailul Mursyidah dan Ilmi Usrotin Choriayah (2020:33) mendefinisikan “Kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadi pemberian pelayanan publik tersebut”.

Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh aparat pemerintah, perlu ada kriteria yang menunjukkan

apakah suatu pelayanan publik yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk, berkualitas atau tidak.

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Tunggal Prasotjdo, 2023:66) bahwa “evaluasi yang berasal dari pengguna pelayanan merupakan elemen pertama dalam analisis kualitas pelayanan publik. Sedangkan elemen kedua adalah kemudahan suatu pelayanan dikenali baik sebelum dalam proses atau setelah pelayanan itu diberikan”. Artinya bahwa meskipun terdapat dua aspek yang menjadi perhatian dalam menentukan kualitas pelayanan publik, tetap saja elemen pertama itulah yang sangat penting yaitu bagaimana masyarakat sebagai pengguna layanan menilai pelayanan yang diberikan oleh organisasi yang memberikan pelayanan tersebut.

4. Etika Pelayanan

Penyelenggaraan pelayanan publik di Indonesia saat ini masih belum mencapai standar pelayanan yang memuaskan, banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi dan dapat saja hambatannya bersumber dari petugas pelaksana, harapan pengguna pelayanan yang terlalu tinggi dan atau berasal dari sarana dan prasarana.

Etika pelayanan akan berkaitan pada sikap dan perilaku dari penyelenggara pelayanan. Sebagai aparatur negara maka terdapat sejumlah peraturan perundang-undangan yang akan mengatur etika pelayanan mengingat bahwa negara adalah satu-satunya penyedia pelayanan (*service provider*). Sebagai yang pernah berkunjung ke amerika serikat maka dapat saya katakan bahwa petugas pelayanan publik sangat mengedepankan kepuasan pengguna pelayanan.

Kode etik yang termuat dalam ASPA (*America Society for Public Administration*) menyebutkan nilai dasar kode etik adalah integritas, kebenaran, kejujuran, ketabahan, respek, penuh perhatian, ramah, responsif, fokus pada kepentingan masyarakat, menjaga kerahasiaan pekerjaan, menganut *system merit* dan *affirmative action* (Wachs dalam Haerena & Burhanuddin, 2022:70).

Penerapan etika pelayanan di Indonesia sebenarnya dapat dikatakan belum terimplementasi dengan baik, dimana saat ini banyak terdengar pelanggaran etika yang dilakukan justru pejabat yang berada pada lini atas, yang seharusnya menjadi role model bagi para bawahannya agar tidak melakukan pelanggaran etika berat misalnya terlibat pada kasus korupsi, kolusi dan nepotisme.

Kementerian pendayagunaan aparatur negara dan reformasi birokrasi merumuskan penetapan kode etik pelayanan prima yang mencakup diantaranya :

- a) Kedisiplinan.
- b) Akuntabel.
- c) Menolak setiap bentuk suap atau gratifikasi.
- d) Transparan.
- e) Sopan dan ramah.
- f) Adil, netral dari kepentingan politik dan mengutamakan kepentingan masyarakat.
- g) Profesional.

Jika setiap penyelenggara pelayanan mampu menerapkan kode etik pelayanan prima tersebut diatas maka percepatan peningkatan kualitas pelayanan publik dapat diwujudkan dengan cepat.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml *et. al.* (Hardiyansyah 2018:56) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh dua hal, yaitu: *expected service* dan *preceived service*. *Expected service* dan *preceived service* ditentukan oleh *dimention of service quality* yang terdiri dari sepuluh dimensi, yaitu: (1) *Tangibles. Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication, materials*; (2) *Reliability. Ability to perform the promised*

service dependably and accurately; (3) Responsiveness. Willingness to help customers and provide prompt service; (4) Competence. Possession of required skill and knowledge to perform service; (5) Courtesy. Politeness, respect, consideration and friendliness of contact personnel; (6) Credibility. Trustworthiness, believability, honesty of the service provider; (7) Feel secure. Freedom from danger, risk, or doubt; (8) Access. Approachable and easy of contact; (9) Communication. Listens to its costumers and acknowledges their comments. Keeps customers informed. In a language which they can understand; and (10) Understanding the customer. Making the effort to know customers amd their needs.

Berdasarkan uraian diatas dijelaskan bahwa ukuran kualitas pelayanan memiliki sepuluh dimensi, yaitu *Tangible* (terlihat/terjamah), terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunika; *Realiable* (kehandalan), terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat; *Responsiveness* (tanggap), kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan; *Competence* (kompeten), tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan pelayanan; *Courtesy* (ramah), sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi; *Credibility* (dapat dipercaya), sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat; *Security* (merasa aman), jasa pelayanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya dan resiko; *Access* (akses), terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan; *Communication* (komunikasi), kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat; dan *Understanding the customer* (memahami pelanggan), melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut, kemudian Zeithaml *et. al.* (Hardiyansyah 2018:57) menyederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu dimensi *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) sebagai berikut: (1) *Tangibles*. *Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials*; (2) *Reliability*. *Ability to perform the promised service dependably and accurately*; (3) *Responsiveness*. *Willingness to help customers and provide prompt service*; (4) *Assurance*. *Knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence*; and (5) *Empathy*. *The firm provides care and individualized attention to its customers*.

Menurut Zeithaml *et. al.* dalam Hardiyansyah (2018:63), Kualitas Pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangibel* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Masing-masing dimensi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a) Untuk Dimensi *Tangibel* (Berwujud), terdiri atas indikator:
 - 1) Penampilan Petugas/aparatur dalam melayani pelanggan.
 - 2) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
 - 3) Kemudahan dalam proses pelayanan.
 - 4) Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan.
 - 5) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.
 - 6) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- b) Untuk Dimensi *Reliability* (Kehandalan), terdiri atas indikator:
 - 1) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan.
 - 2) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
 - 3) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
 - 4) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses Pelayanan.
- c) Untuk Dimensi *Responsiviness* (Respon/ketanggapan), terdiri atas indikator:
 - 1) Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.
 - 2) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat.
 - 3) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat.
 - 4) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat.
 - 5) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat.
 - 6) semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
- d) Untuk Dimensi *Assurance* (Jaminan), terdiri atas indikator:
 - 1) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
 - 2) Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan.
 - 3) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
 - 4) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
- e) Untuk Dimensi *Empathy* (Empati), terdiri atas indikator:
 - 1) Mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan.
 - 2) Petugas melayani dengan sikap ramah.
 - 3) Petugas melayani dengan sikap sopan santun.

- 4) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan)..
- 5) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

Menurut Kolter dalam Meithiana Indrasari, (2019:66) menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa/layanan yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Bukti Fisik, Penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
- b. Empati, Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada penerima pelayanan.
- c. Kehandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya.
- d. Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberikan layanan bagi masyarakat penerima layanan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan masyarakat.
- e. Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan”.

Menurut Moenir dalam Muhammad Sawir (2020:90-91), “bahwa di mata masyarakat, Kualitas pelayanan meliputi ukuran-ukuran sebagai berikut:

- a. *Reability*, yaitu kemampuan untuk memproduksi jasa sesuai yang diinginkan secara cepat.
- b. *Assurance*, yaitu pengetahuan dan kemampuannya untuk meyakinkan.
- c. *Empathy*, yaitu tingkat perhatian dan atensi individual yang diberikan kepada penerima pelayanan.
- d. *Responsiviness*, yaitu kemampuan untuk membantu penerima pelayanan dalam memberikan pelayanan yang tepat.
- e. *Tangibel*, yaitu penyediaan fasilitas fisik dan kelengkapan serta penampilan pribadi.

6. Model kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang dilakukan *Groongos* mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut :

a. *Profesionalisme and Skills*

Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, pegawai sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan untuk memecahkan adalah mereka secara professional.

b. *Attitudes and Behavior*

Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*Customer contact personel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.

c. *Accecbility and Flexibility*

Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.

d. *Reliability and Trustworthiness*

Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.

e. *Recovery*

Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak diproduksi, maka jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.

f. *Reputation and Credibility*

Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Standar Pelayanan Minimal Desa. Objek utama dalam penelitian ini adalah Kantor Desa Telaga Sari Kecamatan Amuntai Selatan. Untuk menganalisis kualitas pelayanan tersebut, digunakan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml *et. al.* dalam (Hardiyansyah 2018:63) yaitu:

1. *Tangible* (Bewujud)
2. *Reliability* (Kehandalan)
3. *Responsiviness* (Ketanggapan)
4. *Assurancce* (Jaminan)
5. *Empaty* (Empati)

Kelima dimensi ini menjadi indikator dalam mengukur kualitas pelayanan pada Kantor Desa Telaga Sari. Namun, di lapangan ditemukan beberapa fenomena permasalahan yang memengaruhi kualitas pelayanan tersebut, yaitu:

1. Pegawai sering datang terlambat, meskipun jam kerja dimulai pukul 09.00, ada yang baru hadir mendekati pukul 10.00 sehingga masyarakat harus menunggu lebih lama dan merasa tidak puas.
2. Pada jam kerja masih sering dijumpai pegawai meninggalkan kantor tanpa adanya petugas pengganti. Kondisi tersebut mengakibatkan pelayanan

administrasi terhenti sementara dan menimbulkan kesan bahwa pelayanan belum berjalan sesuai standar yang diharapkan.

3. Ketidaksiplinan penggunaan baju dinas, meskipun baju dinas tersedia lengkap dengan jadwal penggunaan yang jelas, sebagian pegawai tidak selalu mengenakannya sesuai ketentuan, bahkan ada yang melepas seragam saat jam kerja karena alasan kenyamanan.
4. Informasi mengenai prosedur dan persyaratan administrasi juga belum tersedia dalam bentuk papan pengumuman atau brosur. Ketiadaan media informasi ini membuat masyarakat kesulitan memahami alur pelayanan, sehingga ketergantungan pada penjelasan langsung dari petugas menjadi tinggi.
5. Tidak Tersedianya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang seharusnya menjadi pedoman kerja bagi pegawai. Ketiadaan SOP ini menyebabkan pelayanan tidak memiliki acuan yang jelas, sehingga setiap pegawai cenderung bekerja berdasarkan kebiasaan masing-masing.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah Peneliti, 2026