

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1. Kajian Pustaka

##### 2.1.1. Organisasi

Organisasi adalah sarana untuk mencapai tujuan karena organisasi terdiri dari unsur manusia yang selalu aktif dan bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian organisasi, menurut **Siagian (2007)**, yaitu sebagai berikut :

**“Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang mana terdapat seseorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut dengan bawahan.”**

Pendapat **Robbins (1994:4)** mengemukakan pengertian organisasi sebagai berikut :

**“Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.”**

Menurut **Soekarno K** yang dikutip oleh **Hasibuan (2005:24)** bahwa:

**“Organisasi sebagai fungsi manajemen adalah organisasi yang memberikan kemungkinan bagi manajemen bergerak dalam batas-batas tertentu. Organisasi dalam arti dinamis berarti organisasi itu mengadakan pembagian kerja.”**

Pendapat **Hasibuan (2005:25)** mengemukakan :

**“Organisasi adalah suatu system perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu. Organisasi hanya merupakan alat dan wadah saja”.**

Pendapat **Miles** yang dikutip oleh **Gomes (2005:23)** :

**“Organisasi tidak lebih daripada sekelompok orang yang berkumpul bersama di sekitar suatu teknologi yang di pergunakan untuk mengubah input-input dari lingkungan menjadi barang dan jasa-jasa yang dapat di pasarkan.”**

Berdasarkan teori-teori diatas maka pada dasarnya didalam suatu organisasi terdapat pola-pola hubungan yang saling berkaitan satu sama lain dan setiap individu dalam organisasi tersebut harus mampu menyambungkan usahanya dalam proses pencapaian tujuan organisasi. Dalam organisasi setiap individu dituntut untuk memiliki kemampuan sumber daya manusia karena faktor utama dalam organisasi adalah sumber daya manusia.

### **2.1.2. Administrasi**

Administrasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan secara kerjasama untuk mencapai suatu tujuan bersama yang telah ditentukan sebelumnya. Apabila diterapkan secara formal dalam organisasi

maka proses kerjasama tersebut adalah dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi.

Beberapa pendapat para ahli tentang administrasi, menurut **William H. Newman** dalam **Handyaningrat (2002:2)**, yaitu :

**“Administrasi adalah sebagai bimbingan, kepemimpinan dan pengawasan dari pada usaha-usaha kelompok individu-individu terhadap tercapainya tujuan bersama”.**

Pendapat **Simon** dalam **Handyaningrat (2002:2)**, mengemukakan bahwa :

**“Administrasi yaitu sebagai kegiatan dari pada kelompok yang mengadakan kerjasama untuk menyelesaikan suatu pekerjaan berdasarkan tujuan bersama yang telah ditetapkan”.**

Selanjutnya ada beberapa pakar administrasi mengenai definisi administrasi, yaitu sebagai berikut : Menurut **Simon (1999:3)**, mendefinisikan administrasi sebagai **“kegiatan-kegiatan kelompok kerjasama mencapai tujuan”.**

Kemudian **White** dalam **Syafiie (1999)**, mendefinisikan administrasi sebagai :

**“Suatu proses yang umum ada pada usaha kelompok-kelompok, baik pemerintah maupun swasta, baik sipil maupun militer, baik dalam ukuran besar ataupun kecil”.**

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara berkelompok dengan menjunjung

kerjasama yang tinggi untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan yang telah ditentukan sebelumnya berupa tujuan dari suatu organisasi.

### **2.1.3. Administrasi Publik**

Administrasi publik merupakan ilmu sosial yang dinamis, setiap saat senantiasa mengalami perubahan sejalan dengan perubahan zaman, peradaban dan teknologi. Dimana Administrasi Publik suatu pelayanan untuk melayani masyarakat umum. Namun berbalik menjadi pelayanan terhadap negara, kendati negara sebenarnya diadakan untuk kepentingan orang banyak, memang publik dapat diartikan sebagai negara disatu sisi kepentingan masyarakat umum yang dilayani pemerintah, sepanjang sesuai dengan kaidah moral dan agama.

Menurut **Pfiffner dan Presthus** yang dikutip **Syafei (2003:31)** memberikan penjelasan mengenai administrasi negara sebagai berikut:

- a. Administrasi Negara meliputi implementasi kebijaksanaan pemerintah yang ditetapkan oleh badan-badan perwakilan politik.**
- b. Administrasi Negara dapat didefinisikan sebagai koordinasi usaha-usaha perorangan dan kelompok untuk melaksanakan kebijaksanaan pemerintahan. Hal ini terutama meliputi pekerjaan sehari-hari pemerintah.**
- c. Secara ringkas, Administrasi Negara adalah suatu proses yang bersangkutan dengan kebijaksanaan-kebijaksanaan pemerintah, pengarahan kecakapan dan teknik-teknik yang tidak terhingga jumlahnya, memberikan arah dan maksud terhadap sejumlah orang.**

Sedangkan menurut **Chander dan Plano dalam Keban (2004:3)** mengemukakan bahwa:

**“Administrasi Publik adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola (manage) keputusan-keputusan dalam publik”**

**Henry dalam Mulyadi (2015 :34)** mendefinisikan Administrasi Publik sebagai berikut:

**“Administrasi publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik dengan tujuan mempromosi pemahaman terhadap pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial. Administrasi publik berusaha melembagakan praktik-praktik manajemen agar sesuai dengan nilai efektifitas dan efisiensi”**

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah suatu usaha implementasi kebijakan pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan, kebijakan publik di tuntun resonsif terhadap kebutuhan sosial (pelayanan publik) atau apa saja yang di janjikan sebelumnya.

#### **2.1.4. Manajemen**

Manajemen berasal dari kata *“to manage”* yang artinya mengatur peraturan yang dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Adapun unsur-unsur

manajemen itu terdiri dari : *man, money, method, machines, materials dan market.*

**Hasibuan (2012:2)** mengemukakan: **“Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.**

Pendapat diatas dapat diartikan bahwa manajemen merupakan tatacara mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan secara bersama-sama.

**T. Hani Handoko (2000:10)** mengemukakan: **“Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan”.**

Pendapat di atas dapat di artikan bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan kepemimpinan yang dilaksanakan dengan orang-orang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

**Stoner (2006:94)** mengemukakan: **“Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan sumberdaya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya”.**

Pendapat di atas dapat diartikan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan untuk mengendalikan sumberdaya yang ada untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, peneliti dapat memberikan batasan mengenai unsur-unsur yang terkandung dalam manajemen sebagai berikut:

1. Manajemen dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan
2. Manajemen tercakup koordinasi serta pengaturan yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengendalian
3. Pencapaian tujuan melibatkan orang lain serta memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya diluar sumber daya manusia. Peneliti akan mengemukakan pengertian sumber daya manusia.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebagai “ilmu pengetahuan, manajemen juga bersifat universal dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis, mencakup kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang cenderung benar dalam semua situasi manajerial. Ilmu pengetahuan manajemen dapat diterapkan dalam semua organisasi manusia, perusahaan, pemerimah, pendidikan, sosial, keagamaan, dan lain-lainnya.

### 2.1.5. Kualitas

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah di berikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula.

**Goesth dan Davis** yang di kutip **Tjiptono (2004 : 51)** mengemukakan bahwa kualitas di artikan :

**“sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.**

Kemudian **(Triguno,1997:76)** juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang di maksud kualitas adalah

**“Suatu standar yang harus di capai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kuitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa”**

Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang di harapkan. Berbeda dengan **Lukman (2000 : 11)** yang mengartikan kualitas adalah “sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa di untungkan”.

Kemudian **Ibrahim (1997:l)** 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.”



Menurut **ISO-8402 (Loh, 2001:35)**, Kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat.

**Kadir (2001 :19)**, Menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

**Tjiptono (2004:11)**, Mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (fitness untuk digunakan). Definisi lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan.

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 di kemukakan terhadap konsep kualitas, definisi-definisi kualitas menurut **Tjiptono (1992:2)** tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan ;**
2. **Kecocokan untuk pemakai ;**
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.**

Dari pengertian tersebut tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

#### **2.1.6. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan publik atau umum merupakan salah satu fungsi utama dari pemerintah berkedudukan sebagai lembaga yang wajib memberikan atau memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut **Kloter** yang di kutip **Tjiptono (2004:6)**, yaitu :

**“Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.**

Kemudian **Sutopo dan Sugiyanti (1998:25)** mengemukakan bahwa pelayanan mempunyai Pengertian sebagai “membantu menyiapkan (atau mengurus) apa yang diperlukan seseorang”.

Sebagai suatu produk, pelayanan, (*service*) mempunyai sifat yang khas, yang menyebabkan berbeda dengan produk yang lain. Menurut **Martiani (1995:1)** Pelayanan mempunyai lima sifat dasar sebagai berikut :

##### **1. Tidak berwujud (*intangible*)**

2. Tidak dapat di pisah pisahkan (*inseparability*)
3. Berubah-ubah/beragam (*variability*)
4. Tidak tahan lama (*perishability*)
5. Tidak ada kepemilikan (*unownership*)

Dalam kaitannya dengan pelayanan umum **Sedarmayanti (2009:195)** mengungkapkan bahwa yang di maksud dengan pelayanan umum adalah “melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang”.

Hal senada juga diungkapkan oleh **Saefullah (1999:5)** 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”.

Menurut **Koetler** yang dikutip oleh **Tjiptono (2006:6)**, dalam bukunya Manajemen Jasa menyatakan bahwa :

**“Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produksi fisik maupun tidak”.**

Kemudian Pelayanan Publik menurut **Pamudji (1994:21)** adalah “berbagai kegiatan pemerintah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang barang dan jasa”. Adapun yang dimaksud pelayanan publik menurut **Ndaraha (2004:58)** yaitu “proses produksi barang dan jasa yang ditujukan kepada publik”. Lebih jelas lagi yang dimaksud dengan

pelayanan umum, telah disebutkan dalam keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993 tentang Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum, adalah sebagai berikut :

**“Segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan jasa baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.**

Beberapa pengertian pelayanan umum diatas mengemukakan bahwa pelayanan umum atau pelayanan public merupakan berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh pemerintah baik di pusat, di daerah, dan BUMN/BUMD untuk memenuhi kebutuhan yang menjadi tuntutan dari masyarakat. Kebutuhan tersebut meliputi produk pemerintah yang berupabarang dan jasa yang tergolong sebagai jasa public dan layanan sipil.

Pelayanan umum dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lancer, tepat, lengkap, wajar dan terjangkau sehingga pelayanan umum harus mengandung unsur-unsur seperti yang telah disebutkan dalam Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 1993 yaitu sebagai berikut :

- 1. Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun penerima pelayanan umum harus jelas dan diketahui secara pasti oleh masing masing pihak.**

2. **Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar berdasarkan ketentuan Perundang undangan yang berlaku dengan tetap berpegang pada efesiensi dan efektivitas.**
3. **Mutu proses dan hasil pelayanan umum harus diusahakan agar dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kelancaran, dan kepastian hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.**
4. **Apabila pelayanan umum yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah terpaksa harus mahal, maka instansi pemerintah yang bersangkutan berkewajiban memberi peluang kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakan sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.**

Menurut Nisjar ada beberapa ciri ciri atau kriteria dari pelayanan umum, sebagaimana yang dikutip oleh (Sedarmayanti, 2009:195) yaitu sebagai berikut :

1. **Prosedur pelayanan harus mudah dimengerti dan mudah dilaksanakan, sehingga terhindar dari prosedur birokratik yang sangat berlebihan, berbelit belit.**
2. **Pelayanan diberikan secara jelas dan pasti, sehingga ada suatu kejelasan dan kepastian bagi pelanggannya dalam menerima pelayanan tersebut. diusahakan agar**
3. **Pemberian pelayanan senantiasa pelayanan dapat dilaksanakan secara efektif dan efesien.**
4. **Pelayanan harus senantiasa memperhatikan kecepatan dan ketepatan waktu yang sudah ditentukan.**
5. **Pelanggan setiap saat dapat dengan mudah memperoleh yang berkaitan dengan pelayanan berbagai informasi secara terbuka.**
6. **Dalam berbagai kegiatan pelayanan, baik teknis maupun administrasi pelanggan selalu diperlakukan dengan motto :*customer is king and customer is always right.***

Pelayanan kepada masyarakat merupakan perwujudan dari fungsi aparatur pemerintah sebagai abdi negara dan abdi masyarakat, sehingga terus di ingatkan sesuai dengan sasaran penyelenggaraannya harus

pembangunan. Dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993 telah ditetapkan 8 (delapan) sendi pelayanan yang harus dapat dilaksanakan oleh instansi atau satuan kerja dalam suatu departemen yang berfungsi sebagai unit pelayanan umum. Kedelapan sendi yang dimaksud dijelaskan lebih lanjut oleh **Sedarmayanti (2009:200-201)** sebagai berikut :

1. **Keserhanaan berarti bahwa tata / cara prosedur pelayanan umum dapat diterapkan secara lancar, cepat, tidak berbelit belit mudah dipahami dan mudah dilakukan. Ada informasi pelayanan yang dapat berupa loket informasi, layanan pengaduan disertai petunjuk pelayanan.**
2. **Kejelasan dan kepastian, artinya tertera dengan jelas waktu pelayanan, berapa dan bagaimana syarat pelayanan, dicantumkan jam kerja kantor untuk pelayanan masyarakat, jadwal dan pelaksanaan pelayanan, pengaturan tarif, dan terdapat pengaturan tugas dan penunjukan petugas sesuai dengan keahlian yang dimiliki pegawai.**
3. **Keamanan, berarti hasil produk pelayanan memenuhi kualitas teknis (aman) dan dilengkapi dengan jaminan pelayanan secara administratif (pencatatan, dokumentasi, tagihan), dilengkapi dengan sarana dan prasarana pelayanan (peralatan) yang dimanfaatkan secara optimal. Penataan ruang dan lingkungan kantor yang diupayakan rapi, bersih dan memberi rasa aman.**
4. **Keterbukaan adanya upaya publikasi atau penyebaran informasi, yang dilakukan melalui media atau bentuk penyuluhan tentang adanya pelayanan yang dimaksud.**
5. **Efisiensi, berarti bahwa persyaratan pelayanan ditujukan langsung dengan pencapaian sasaran.**
6. **Ekonomis, berarti adanya kewajaran dalam penetapan biaya, harus disesuaikan dengan nilai barang atau jasa pelayanan.**
7. **Keadilan yang merata, berarti pelayanan harus diupayakan untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui distribusi yang adil dan merata, juga tidakmemperbolehkan adanya diskriminasi.**

8. Ketepatan waktu, artinya organisasi harus dapat melayani dengan cepat dan tepat sesuai dengan aturan yang berlaku, petugas harus tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan, termasuk disiplin dan kemampuan melaksanakan tugas. Dari segi etika, keramahan, dan sopan santun juga perlu diperhatikan.

#### 2.1.7. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image organisasi sehingga citra organisasi di mata masyarakat terus meningkat. Adanya citra organisasi yang baik, maka segala yang dilakukan oleh organisasi akan dianggap baik pula.

Menurut **Kasmir (2005:3)** :

**“Faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah sumber daya manusia. Artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani masyarakat merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka”.**

Menurut **Barata (2013:37)** “Kualitas pelayanan terbagi menjadi dua bagian yaitu kualitas pelayanan internal dan eksternal”. Masing-masing bagian tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang cukup penting, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal (interaksi pegawai organisasi), yaitu pola manajemen umum organisasi, penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya

manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja, serta pola insentif.

2. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan eksternal (pelanggan eksternal), yaitu pola layanan dan tata cara penyediaan layanan, polalayanan distribusi jasa, pola layanan penjualan jasa, dan pola layanan dalam penyampaian jasa.

Menurut **Vincent Gaspersz (2011: 41)** terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan, yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan.
2. Pengalaman masalalu ketika menggunakan jasa dari perusahaan.
3. Pelanggan dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan tentang kualitas pelayanan yang akan diterimanya.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran jua mempengaruhi persepsi dari pelanggan terhadap jasa yang akan diterimanya.

Berasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan banyak faktor yang mempengaruhi 15 antara lain sumber daya manusia, kesadaran, aturan, organisasi, keterampilan, dan kemampuan, sarana pelayanan, serta pengalaman pelanggan. Selain itu faktor internal dan eksternal juga menjadi penting dan berpengaruh dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas bagi setiap pengguna.



### 2.1.8. Pengertian Kualitas Pelayanan

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 (2004: 59)**

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*) 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”.**

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat di indikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan. ‘

Menurut **Lukman (2016:10)** menyatakan bahwa :

**“Kualitas pelayanan adalah sebagian kegiatan pelayanan yang diberikan kepada seseorang atau orang lain atau organisasi pemerintahan sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.”**

Lebih jelas lagi **Gasperz** yang dikutip **Lukman, (2016:7)** mengungkapkan sejumlah pengertian pokok dari kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut :

- 1. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan aktraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu.**
- 2. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari segala kekurangan atau kerusakan.**

Pengertian pokok kualitas pelayanan seperti yang dijelaskan diatas menunjukan bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat tersebut.

Pendapat diatas ditegaskan oleh **(Boediono, 2003:63)** 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 system 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.**

Hakekat pelayanan umum berkualitas yang diartikan Budiono adalah berdasrakan pada hakekat yang memprioritaskan peningkatan mutu pelayanan dan kemampuan dari penyedia pelayanan kepada penerima layanan agar pelayanan yang diberikan lebih berdaya dan berhasil guna.

Pelayanan umum baru dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan harapan/keinginan atau kebutuhan penerima layanan, untuk dapat mengetahui apakah pelayanan umum yang diberikan pemerintah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan, maka kualitas pelayanan umum harus diukur dan dinilai oleh masyarakat pengguna layanan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat **Lukman dan Sugiyanto (2001:12)** yang menyatakan bahwa :

**“Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak – pihak yang dilayani. Pengakuan terhadap keprimaan sebuah pelayanan, bukan datang dari aparaturnya yang memberikan pelayanan, melainkan datang dari pengguna jasa layanan.”**

Adapun kualitas pelayanan menurut **Goetsch dan Davis** dalam **Hardiyansyah (2011:36)** menyatakan bahwa:

**“Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang baik, yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan”**

Hal senada pun diungkapkan oleh **Tjiptono, (2004:61)** yang menyebutkan :

**“Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan**

sudut atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan umum. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan”.

Berkenaan dengan hal tersebut, Zeithaml dalam Hardiansyah (2011:40) mengatakan bahwa:

“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”.

Menurut Zeithaml dalam Satibi (2012:80) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 indikator mengenai pelayanan publik:

1. **Bukti Langsung (*Tangibles*)**

Yaitu kualitas pelayanan terlihat dari faktor yang tampak dengan mata. Tampak secara fisik atau sesuatu yang kelihatan dan terbukti langsung tampak seperti tampilan kantor (fasilitas fisik) yang terlihat mulai dari lokasi, gedung, pekarangan, tempat parkir, kenyamanan ruangan pelayanan, bahan komunikasi penyedia jasa, kelengkapan fasilitas yang disediakan dan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

2. **Kehandalan (*Realibity*)**

Yaitu kemampuan dalam kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah ditawarkan dapat diandalkan, dengan syarat layanan harus akurat dan konsisten, serta dijamin baik produknya maupun pelayanan petugasnya atau memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan serta tepat waktu.

3. **Daya tanggap (*Responsiveness*)**

Kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak sesuai dengan kebutuhan. *Responsiveness* juga adanya keinginan para petugas pemberi pelayanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konsumennya.

**4. Jaminan (*Assurance*)**

Kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keragu-raguan timbulnya kesalahan dalam pemberian pelayanan. Bahwa petugas pemberi layanan adalah orang yang kompeten, dapat dipercaya dan memiliki identitas sebagai petugas pelayanan dan sebagai petugas memiliki kemampuan untuk menjaga kepercayaan dan kerahasiaan.

**5. Empati (*Empaty*)**

Merasakan apa yang oranglain rasakan, mereka benar-benar memberikan perhatian yang besar dan khusus dan berusaha untuk mengerti dan memahami apa keinginan, kemauan dan kebutuhan pelanggan atau memiliki sikap tegas, tetapi penuh perhatian terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas mengenai pengertian kualitas pelayanan publik, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik adalah totalitas dari kemampuan pihak penyelenggara pelayanan dalam memberikan layanan akan produk (barang atau jasa) maupun layanan administrasi kepada pelanggan atau masyarakat, yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan berdasarkan kesesuaian dengan harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan atau masyarakat.

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan. Jika suatu kepuasan tercipta maka persepsi suatu pelayanan yang berkualitas akan tumbuh.

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat konsumen/pelanggan dalam hal ini selalu berada pada posisi yang diinginkan, hal tersebut diperkuat dengan telah di berlakukannya Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak – hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakannya. Sehingga dengan demikian tidak ada alternatif lain bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan maupun pelayanan publik (*publik service*) untuk berupaya memperbaiki tingkat pelayanannya yang lebih baik kepada konsumennya. **(Kirom 2015 : 27)**

Berdasarkan pengertian – pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada oranglain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan

tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin dirasakan penting karena masyarakat semakin kritis terhadap produk jasa yang diperolehnya. Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kaitannya dengan pelayan publik, kualitas pelayanan merupakan indikator penting yang dapat menentukan keberhasilan pemenuhan aspek – aspek pelayanan publik.

**Tjiptono dan Chandra (2005:115)** menyebutkan bahwa terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan, yaitu :

1. **Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.**
2. **Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer – driven*.**
3. **Kualitas dapat mengurangi biaya. Biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas.**

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efesiensi kerja organisasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 2.1.9. Manfaat Kualitas Pelayanan

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin dirasakan penting karena masyarakat semakin kritis terhadap produk jasa yang diperolehnya. Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kaitannya dengan pelayan publik, kualitas pelayanan merupakan indikator penting yang dapat menentukan keberhasilan pemenuhan aspek aspek pelayanan publik. **Tjiptono dan Chandra (2005:115)** menyebutkan bahwa terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan, yaitu :

1. **Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.**
2. **Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer-driven*.**
3. **Kualitas dapat mengurangi biaya. Biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas.**

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja organisasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.



### 2.1.10. Kepuasan

Menurut **Koetler (2005)** secara umum definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan **Jacobalis dalam Suprptono (1998)** menyatakan bahwa kepuasan adalah ras alega atau senang karena harapan tentang sesuatu terpenuhi.

Berdasarkan dua pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Menurut **Zeithaml, Bitner & Gremler (2006:75)** definisi kepuasan adalah

**“Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.”**

Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ketidakpuasan pelanggan. **Day dalam Tse dan Wilton (2001)** menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah :

**“respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya**

**(atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainnya”.**

Selanjutnya pengertian kepuasan pelanggan dikemukakan oleh **Lele** dalam **Satibi (2012:89)** yang menyatakan bahwa:

**“Kepuasan pelanggan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan dengan membandingkan unjuk kerjanya dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah mereka ciptakan atau telah terdapat di dalam pikiran mereka”.**

Pandangan diatas mengandung makna bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari hasil perbandingan antara tingkat kinerja yang dicapai oleh para penyelenggara pelayanan dengan harapan pengguna layanan. Dengan bahasa lain, tingkat kinerja layanan yang tinggi akan berbanding lurus dengan harapan pengguna layanan, sehingga kepuasan pengguna layanan dapat terwujud.

Hal senada dikemukakan oleh **Bean** dalam **Satibi (2012:89)** yang mengemukakan sebagai berikut:

**“Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan merasakan kinerja di bawah harapan, pelanggan akan kecewa; kinerja sesuai harapan pelanggan akan sangat senang atau gembira”.**

Menurut **Kotler** dalam **Tjiptono & Chandra (2011:314)**, alat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan:

1. **Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)**  
Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggannya perlu memberikan kesempatan kepada pelanggan sebebaskan dalam memberikan saran ataupun keluhan terkait produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Media yang dapat digunakan berupa kotak saran, komentar pelanggan melalui angket, atau jalur khusus seperti *customer call service*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa dan bagaimana produk atau jasa yang diinginkan konsumen, juga untuk mengetahui kesulitan-kesulitan dan keluhan apa yang dihadapi konsumen untuk informasi bagi perusahaan dalam menyusun strategi perbaikan yang berkelanjutan.
2. **Survey kepuasan konsumen (*customer satisfaction survey*)**  
Survey kepuasan konsumen dilakukan untuk mengetahui feedback langsung dari tamu sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada pelanggan.
3. **Berbelanja Terselubung (*ghost shopping*)**  
*Ghost Shopping* atau yang biasa disebut dengan *Mystery Guest* adalah orang yang dengan diam-diam menilai kinerja atau pelayanan dari perusahaan dengan menyamar sebagai pembeli dan menilai aspek-aspek kelemahan dan kelebihan perusahaan tersebut. *Mystery Guest* ini juga dapat melakukan hal yang sama kepada perusahaan pesaing untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki pesaing sebagai tolak ukur penyusunan strategi perusahaan dan perbaikan perusahaan.
4. **Analisis Konsumen yang Hilang (*lost customer analysis*)**  
Metode ini bertujuan untuk mencari tahu penyebab dari berhentinya pelanggan mengonsumsi produk atau jasa perusahaan, dapat dilakukan dengan cara menghubungi kembali pelanggan yang lama tidak melakukan transaksi, wawancara, atau mengamati tingkat menurunnya pelanggan. Metode ini baik bagi perusahaan untuk menyusun strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk memperhatikan bisnis dan memenangkan pesaing diantara perusahaan yang sejenis, meskipun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh walaupun setiap perusahaan mengharapkan agar pelanggan tidak ada yang merasa tidak puas. Namun setiap perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan sistem pelayanan sebaik mungkin.

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan suatu badan usaha karena masyarakat adalah konsumen dari produk yang dihasilkannya. Hal ini didukung oleh pernyataan **Hoffman dan Bateson (1997:270)**, yaitu : *“without customers, the service form has no reason to exist”*. Definisi kepuasan masyarakat menurut **Mowen (1995:511)** *“Consumers satisfaction is defined as the overall attitudes regarding goods or services after its acquisition and use”*. Oleh karena itu, badan usaha harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi kedepannya 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.

Menurut **Dutton** dalam **Suprptono (1998)** ukuran kepuasan masyarakat yang tinggi mencakup kecakapan petugas, keramahan pelayanan, suasana lingkungan yang nyaman, waktu tunggu yang singkat, dan aspek pelayanan lainnya. Menurut **Selnes** dalam **Endah (2008)** kepuasan masyarakat mencakup tingkat kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*), kesesuaian pelayanan dengan harapan masyarakat (*expectation*), dan tingkat kepuasan masyarakat selama menjalin hubungan dengan instansi (*experience*).

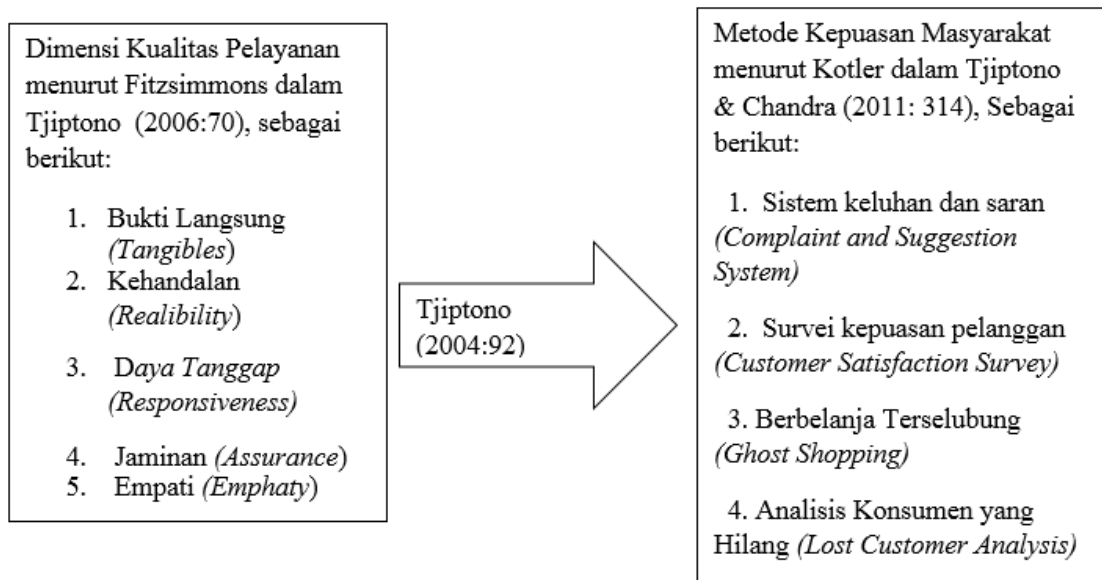
#### **2.1.11. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Masyarakat**

Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan dikemukakan **Tjiptono (2006:92)**, bahwa:

**“Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai hal, seperti dari pengalaman layanan sebelumnya, teman, dan informasi layanan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas atau citra yang tinggi pelanggan. Dalam konteks kualitas pelayanan dan kepuasan, telah tercapai Konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan”.**

Berikut ini merupakan konstruksi paradigma penelitian yang di uraikan pada Gambar 2.1 :

**Gambar 2. 1**  
**Konstruksi Paradigma Penelitian**



**Sumber : Fitzsimmons (Tjiptono, 2006:70) dan Kotler (Tjiptono & Chandra, 2011:314) diolah oleh peneliti.**

Berdasarkan gambar di atas, maka jelaslah bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang erat dengan kepuasan masyarakat. Pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat yaitu bahwa pegawai perlu meningkatkan kualitas pelayanan (berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati) agar mencapai kepuasan masyarakat.

Berkaitan dengan ini **Kotler** dalam **Tjiptono (2004:148)** mengatakan kualitas pelayanan dapat dihubungkan dengan kepuasan masyarakat dalam sebuah pelayanan yang prima untuk menunjukan bahwa keandalan, ketanggapan dan empati di bangkitkan oleh suatu pelayanan yang prima yang perlu di terapkan oleh setiap pegawai di Kecamatan Cimahi Utara. Pada

akhirnya, kepuasan masyarakat menjadi tolak ukur untuk menerapkan pelayanan yang lebih baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan masyarakat, jika kualitas pelayanan baik, maka akan menghasilkan kepuasan masyarakat.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Bertitik tolak dari latar belakang serta perumusan masalah penelitian ini yang mempunyai judul Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-service* Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Utara, peneliti menggunakan kerangka pikir yang dapat dijadikan landasan teori, dalil, dan pendapat dari para pakar yang berhubungan dengan fokus dan lokus dari penelitian juga berhubungan dengan variabel yang menjadi tinjauan dalam melaksanakan penelitian, yakni: Kualitas Pelayanan (variabel bebas) dan Kepuasan Masyarakat (variabel terikat).

Definisi kualitas menurut **Tjiptono (2004:51)**, dalam bukunya menyatakan bahwa:

**“Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.**

Definisi kualitas pelayanan menurut **Wyckof** yang dikutip oleh **Tjiptono (2006:59)** menyatakan bahwa:

**“Kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”.**

Definisi kualitas pelayanan public menurut **Zeithaml** dalam **Hadiansyah (2011:40)** menyatakan bahwa:

**“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”.**

Menurut **Zeithaml** dalam **Satibi (2012:80)** menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi:

1. **Bukti Langsung (*Tangibles*)**  
Yaitu kualitas pelayanan terlihat dari factor yang tampak dengan mata. Tampak secara fisik atau sesuatu yang kelihatan dan terbukti langsung tampak seperti tampilan kantor (fasilitas fisik) yang terlihat mulai dari lokasi, gedung, pekarangan, tempat parkir, kenyamanan ruangan pelayanan, bahan komunikasi penyedia jasa, kelengkapan fasilitas yang disediakan dan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.
2. **Kehandalan (*Realibity*)**  
Yaitu kemampuan dalam kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah ditawarkan dapat diandalkan, dengan syarat layanan harus akurat dan konsisten, serta dijamin baik produknya maupun pelayanan petugasnya atau memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan serta tepat waktu.
3. **Daya tanggap (*Responsiveness*)**  
Kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak sesuai dengan kebutuhan. *Responsiveness* juga adanya keinginan para petugas pemberi pelayanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konseumennya.
4. **Jaminan (*Assurance*)**  
Kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keragu-raguan



timbulnya kesalahan dalam pemberian pelayanan. Bahwa petugas pemberi layanan adalah orang yang kompeten, dapat dipercaya dan memiliki identitas sebagai petugas pelayanan dan sebagai petugas memiliki kemampuan untuk menjaga kepercayaan dan kerahasiaan.

5. **Empati (*Empaty*)**

Merasakan apa yang oranglain rasakan, mereka benar-benar memberikan perhatian yang besar dan khusus dan berusaha untuk mengerti dan memahami apa keinginan, kemauan dan kebutuhan pelanggan atau memiliki sikap tegas, tetapi penuh perhatian terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

Menurut **Tjiptono (2012:301)** definisi kepuasan konsumen adalah

**“Situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”.**

Menurut **Kotler dalam Tjiptono & Chandra (2011:314)**, alat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan:

1. **Sistem keluhan dan saran (*Complaint and Suggestion System*)**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggannya perlu memberikan kesempatan kepada pelanggan sebeb-bebasnya dalam memberikan saran ataupun keluhan terkait produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Media yang dapat digunakan berupa kotak saran, komentar pelanggan melalui angket, atau jalur

khusus seperti *customer call service*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa dan bagaimana produk atau jasa yang diinginkan konsumen, juga untuk mengetahui kesulitan-kesulitan dan keluhan apa yang dihadapi konsumen untuk informasi bagi perusahaan dalam menyusun strategi perbaikan yang berkelanjutan.

2. **Survey kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Survey*)**  
Survey kepuasan konsumen dilakukan untuk mengetahui feedback langsung dari tamu sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada pelanggan.
3. **Berbelanja Terselubung (*Ghost Shopping*)**  
*Ghost Shopping* atau yang biasa disebut dengan *Mystery Guest* adalah orang yang dengan diam-diam menilai kinerja atau pelayanan dari perusahaan dengan menyamar sebagai pembeli dan menilai aspek-aspek kelemahan dan kelebihan perusahaan tersebut. *Mystery Guest* ini juga dapat melakukan hal yang sama kepada perusahaan pesaing untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki pesaing sebagai tolak ukur penyusunan strategi perusahaan dan perbaikan perusahaan.
4. **Analisis Konsumen yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)**  
Metode ini bertujuan untuk mencari tahu penyebab dari berhentinya pelanggan mengonsumsi produk atau jasa perusahaan, dapat dilakukan dengan cara menghubungi kembali pelanggan yang lama tidak melakukan transaksi, wawancara, atau mengamati tingkat menurunnya pelanggan. Metode ini baik bagi perusahaan untuk menyusun strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

### 2.3. Hipotesis

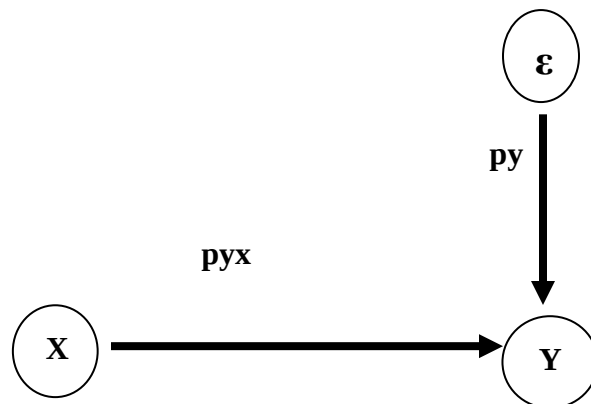
Sebagaimana kerangka pemikiran yang dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

**“Ada pengaruh Kualitas Pelayanan *E-service* terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Utara”**

Hipotesis diatas adalah hipotesis penelitian yang sifatnya verbal dan substatif artinya belum bias di uji, oleh karena itu harus diterjemahkan kedalam hipotesis statistik yang sudah operasional sebagai berikut :

1. **H<sub>0</sub>:  $\rho_s = 0$** , pengaruh Kualitas Pelayanan Eservice: Kepuasan Masyarakat = 0, Kualitas Pelayanan Eservice (X) Kepuasan Masyarakat (Y) artinya pengaruh Kualitas Pelayanan Eservice terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Utara tidak ada pengaruh yang signifikan
2. **H<sub>1</sub>:  $\rho_s \neq 0$** , pengaruh Kualitas Pelayanan Eservice: Kepuasan Masyarakat = 0, Kualitas Pelayanan Eservice (X) Kepuasan Masyarakat (Y) artinya pengaruh Kualitas Pelayanan Eservice terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Utara ada pengaruh yang signifikan

Berikut ini peneliti uraikan paradigma penelitian :



**Gambar 2. 2**

**Paradigma Pengaruh X terhadap Y**

$X$  = Variabel Kualitas Pelayanan *E-service*

$Y$  = Variabel Kepuasan Masyarakat

$\varepsilon$  = Pengaruh Variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian.

$py_x$  = Besarnya pengaruh dari Variabel Kualitas Pelayanan *E-service*

$py$  = Besarnya pengaruh dari variable lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian.