

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN PROPOSISI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan sekumpulan penjelasan dari berbagai ilmu pengetahuan yang digunakan sebagai panduan dan informasi dalam melakukan penelitian. Kajian Pustaka juga merupakan bahan bacaan yang secara khusus berkaitan dengan fokus penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi ilmiah berupa teori-teori, metode, atau pendekatan dalam bentuk buku maupun jurnal.

Dalam penelitian ini juga telah dilakukan kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu dan mengambil tiga penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan.

##### 2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama Peneliti   | Judul Penelitian  | Persamaan dan Perbedaan  |             |  |   |
|-----|---|---|--|-------------|--|---|
|     |   |   | Teori yang Dipakai   | Pendekatan  | Metode   | Teknik Analisis   |
| 1   | Nanna Sari (2019) – Universitas Muhammadiyah Makassar | Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Camat Lappariaja | Teori Kualitas Pelayanan dari Zeithaml dan Teori Kepuasan Masyarakat | Kuantitatif | Metode analisis regresi sederhana dengan uji hipotesis yaitu uji T | a. Analisis regresi linear<br>b. Uji hipotesis<br>c. Uji realibilitas |

|   |   |  |  |            |            |  |
|---|---|--|--|------------|------------|--|
|   |   | Kabupaten Bone   | dari Riadi dan Irawan  |            |            |  |
| 2 | Ramadhana et.al (2022) – Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya                       | Optimalisasi Kualitas Pelayanan Publik Program E-Government di Kantor Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal Kota Surabaya                | Teori Kualitas Pelayanan dari Zeithaml dan Teori Electronic Government dari Richardus Eko Indrajid | Kualitatif | Deskriptif | Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan |
| 3 | Kleo Patra Mandiri (2021) – Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari | Kualitas Pelayanan dalam Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (E-KTP) di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Barito Selatan | Teori Kualitas Pelayanan dari Zeithaml   | Kualitatif | Deskriptif | Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan                   |

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat beberapa penelitian yang memiliki jenis penelitian yang sama dengan penelitian saat ini. Yang pertama penelitian yang

dilakukan oleh Sari (2019). Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan publik dengan mengukur kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan. Terdapat perbedaan yang signifikan dengan penelitian ini yang terletak pada metode penelitian. Dimana penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan melakukan teknik analisis data statistik untuk menguji hipotesis yang menyatakan validitas suatu masalah. Sedangkan pada penelitian saat ini tidak mencari ataupun menjelaskan hubungan dan tidak menguji prediksi atau membuat hipotesis.

Pada penelitian kedua meneliti mengenai bagaimana optimalisasi pelayanan publik pada program *e-government* dan apa saja hambatan dalam mengoptimalisasikan penggunaan *website* dalam upaya meningkatkan pelayanan. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada tiga (3) faktor pendukung dalam pelaksanaan *e-government* yaitu *Support*, *Capacity*, dan *Value*. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian saat ini yang terletak pada pendekatan yang menggunakan kualitatif, metode yang menggunakan deskriptif, dan teknik analisis data menggunakan reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Pada penelitian ketiga memiliki kesamaan dengan penelitian saat ini yang terletak pada fokus penelitian dan persoalan yang sama yaitu lambatnya pengurusan administrasi pada pelaksanaan pelayanan publik. Hal ini dikarenakan terbatasnya jumlah pegawai pada Kantor Administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Barito Selatan yang hanya memiliki 29 pegawai. Persamaan lain yaitu pada kajian teori mengenai kualitas pelayanan yang menjadi landasan teori kualitas

pelayanan yang dikemukakan oleh Zeithaml. Sementara perbedaan dengan penelitian ini terletak pada metode analisis dimana penelitian tersebut melakukan analisis mendalam terkait kualitas pelayanan dengan menjelaskan secara rinci sumber pokok permasalahan yaitu terkait aspek sumber daya manusia dan aspek sarana dan prasarana. Sedangkan pada penelitian ini hanya menjelaskan secara umum mengenai kualitas pelayanan publik berdasarkan indikator kualitas pelayanan.

### **2.1.2 Kajian Administrasi**

Menurut White (dalam Mariane, 2017: 112) administrasi adalah suatu proses yang biasanya terdapat pada semua usaha kelompok, baik usaha pemerintah ataupun swasta, sipil atau militer, baik secara besar-besaran ataupun kecil-kecilan. Lalu Simon (dalam Mariane, 2017: 112) mengartikan administrasi sebagai kegiatan dari kelompok orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Selanjutnya Pfiffner (dalam Mariane, 2017: 112) mendefinisikan administrasi sebagai pengorganisasian dan pengarahan sumber-sumber tenaga kerja dan materi untuk mencapai tujuan akhir yang dihendaki. Kemudian administrasi menurut Newman (dalam Mariane, 2017: 113) adalah membimbing, memimpin dan mengontrol usaha-usaha sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Sedangkan administrasi menurut Siagian (dalam Mariane, 2017: 113) didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Dari beberapa definisi administrasi dapat ditarik kesimpulan

bahwa administrasi merupakan suatu proses kerja sama antara dua orang atau lebih secara rasional dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

### **2.1.3 Kajian Organisasi**

Organisasi menurut Siagian (dalam Mariane, 2017: 106) ialah setiap bentuk 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 terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut bawahan.

Manulang (2009 dalam Kresna, 2021) mengemukakan bahwa perkataan organisasi berasal dari istilah Yunani organon dan istilah Latin organum yang berarti alat, bagian, anggota, atau badan. Organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Adapun Hasibuan (2007 dalam Kresna, 2021) mengemukakan, bahwa organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

### **2.1.4 Kajian Manajemen**

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. (Mariane, 2018: 1)

Menurut Hasibuan (dalam Mariane, 2018: 3), manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Adapun Stoner (1982: 4 dalam Satibi, 2012: 2) menterjemahkan manajemen sebagai:

“proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi yang telah ditetapkan.”

Pengertian tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang komprehensif tentang bagaimana mengelola suatu organisasi, baik terkait dengan penentuan desain perencanaan, pengorganisasian, pengendalian maupun terkait dengan sumber daya organisasi lainnya. Dengan demikian, semua pemangku kepentingan dalam organisasi tersebut diharapkan dapat mencapai tujuan organisasi sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

### **2.1.5 Kajian Administrasi Publik**

Chandler & Plano dalam Keban (2004: 3 dalam Pasolong, 2019: 8), mengatakan bahwa Administrasi Publik adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola (*manage*) keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Chandler & Plano menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan seni dan ilmu (*art and science*) yang ditujukan untuk mengatur “*public affairs*” dan melaksanakan berbagai tugas yang ditentukan.

Marshall E. Dimock, Gladys O. Dimock dan Louis W. Koenig (1960 dalam Pasolong, 2019: 8), mengatakan bahwa administrasi publik adalah kegiatan pemerintah di dalam melaksanakan kekuasaan politiknya.

Pfiffner dan Presthus (1960: 4 dalam Pasolong, 2019: 8-9), mendefinisikan administrasi publik adalah:

(1) meliputi implementasi kebijakan pemerintah yang telah ditetapkan oleh badan-badan perwakilan politik, (2) Koordinasi usaha-usaha perorangan dan kelompok untuk melaksanakan kebijakan pemerintah. Hal ini meliputi pekerjaan sehari-hari pemerintah. (3) Suatu proses yang bersangkutan dengan pelaksanaan kebijakan-kebijakan pemerintah, pengarahannya, kecakapan dan teknik-teknik yang tidak terhingga jumlahnya, memberikan arah dan maksud terhadap usaha sejumlah orang.

Felix A. Nigro dan L. Loyd G. Nigro (1970: 21 dalam Pasolong, 2019: 9) mendefinisikan administrasi publik adalah:

(1) suatu kerjasama kelompok dalam lingkungan pemerintahan, (2) Meliputi tiga cabang pemerintahan: eksekutif, legislatif dan serta hubungan di antara mereka, (3) Mempunyai peranan penting dalam perumusan kebijakan pemerintah, dan karenanya merupakan sebagian dari proses politik, (4) Sangat erat berkaitan dengan berbagai macam kelompok swasta dan perorangan dalam menyajikan pelayanan kepada masyarakat. (5) Dalam beberapa hal berbeda pada penempatan pengertian dengan administrasi perorangan.

Waldo (1971 dalam Pasolong, 2019: 9), mendefinisikan administrasi publik adalah manajemen dan organisasi dari manusia-manusia dan peralatannya guna mencapai tujuan pemerintah. Henry (1988 dalam Pasolong, 2019: 9), mendefinisikan 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 efektivitas, efisiensi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara lebih baik. Rosenbloom (2005 dalam Pasolong, 2019: 9), menunjukkan bahwa administrasi publik merupakan pemanfaatan teori-teori dan proses-proses manajemen, politik dan hukum untuk memenuhi keinginan pemerintah di bidang legislatif, eksekutif, dalam rangka fungsi-fungsi pengaturan dan pelayanan terhadap masyarakat secara keseluruhan atau sebagian.

#### **2.1.6 Kajian Manajemen Pelayanan Publik**

Manajemen publik menurut Overman (dalam Keban, 2004; Safroni, 2012; Hayat, 2018), adalah suatu studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen, yaitu *planning*, *organizing*, dan *controlling* dengan sumber daya manusia, keuangan, fisik, informasi dan politik. Tentunya manajemen publik berkaitan dengan fungsi sistem yang dibangun dalam organisasi publik yang saling keterkaitan satu sama lainnya dalam kerangka membangun pola kerja sama yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Mukarom dan Laksana (2020: 80) manajemen pelayanan adalah sebagai proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan.

Savas (2000 dalam Kumalasari, 2023) mengemukakan bahwa sektor publik, terminologi pelayanan pemerintah (*government service*) diartikan sebagai pemberian pelayanan oleh agen pemerintah melalui pegawainya (*the delivery of service by a government agency using its own employees*).

Negara dalam sistem pemerintahan menjadi tumpuan pelayanan warga negara dalam memperoleh jaminan atas hak-haknya, maka peningkatan kualitas pelayanan (*quality of service*) akan semakin penting, sebab manajemen publik sejak tahun 1980-an telah berubah oleh fenomena internasional, yang antara lain lahirnya kompetisi tingkat global (*global competitiveness*) dalam sektor pelayanan (Silalahi, 1992: 5 dalam Pasolong, 2019: 127).

Davidow (dalam Lovelock, 1988: 18; Pasolong, 2019: 127) menyebutkan bahwa pelayanan adalah hal-hal yang jika diterapkan terhadap sesuatu produk akan meningkatkan daya atau nilai terhadap pelanggan (*service is those thing which when added to a product, increase its utility of value to the customer*). Lebih lanjut Lovelock (1988: 19; Pasolong, 2019: 127) menyebutkan bahwa pelayanan yang baik membutuhkan instruktur pelayanan yang sangat baik pula. Hal yang paling penting adalah membuat setiap orang dalam organisasi berorientasi pada kualitas.

Crosby, Lethimen dan Wyckoff (dalam Lovelock, 1988: 217; Pasolong, 2019: 128) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah:

“penyesuaian terhadap perincian-perincian (*conformance to specification*) dimana kualitas ini dipandang sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai.

Dilakukannya kontrol terus-menerus dalam mencapai keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan pengguna jasa”.

Pelayanan merupakan respon terhadap kebutuhan manajerial yang hanya akan terpenuhi kalau pengguna jasa itu mendapatkan produk yang mereka inginkan (Lovelock, 1988: 5; Pasolong, 2019: 128). Jika demikian halnya maka apa yang menjadi perumpamaan bahwa pembeli adalah raja (*the customer is always right*) menjadi sangat penting dan menjadi konsep yang mendasar bagi peningkatan manajemen pelayanan.

Groonros (dalam Lovelock, 1988: 9; Pasolong, 2019: 128) menyebutkan bahwa manajemen pelayanan yang efektif memerlukan perubahan fokus dari menciptakan produk berkualitas dan daya manfaat yang meliputi aspek hubungan dengan pengguna jasa. Vrye (1994: 5 dalam Pasolong, 2019: 128) menyebutkan bahwa “pelayanan yang baik merupakan bisnis yang menguntungkan (*good service is good business*)”.

Pada tingkat kompetisi yang akan semakin terbuka di era globalisasi, maka dorongan untuk membangun pemerintahan yang digerakkan oleh pelanggan (*building a customer driven government*) dengan semakin memperbaiki manajemen pelayanan, semakin strategis dan menjadi variabel penentu dalam memenangkan kompetisi ini. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan perspektif manajemen pelayanan yang mengubah fokus manajemen baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Perubahan perspektif yang dimaksud menurut Groonros (dalam Lovelock, 1988: 10; Pasolong, 2019: 128) adalah sebagai berikut:

- a. Dari berdasarkan daya manfaat produk menjadi daya manfaat total dalam hubungan dengan pengguna jasa (*from the product based utility in the customer relationship*).
- b. Dari transaksi jangka pendek menjadi hubungan jangka panjang (*from short-form to long form relationship*).
- c. Dari kualitas inti (baik barang maupun jasa) kualitas teknis dari suatu produk pada kualitas yang diharapkan dan dipersepsikan para pengguna jasa dalam mempertahankan hubungan dengan pengguna jasa (*from care product, good or service, quality the technical quality of the outcome to total customer perceived quality in enduring customer relations*).
- d. Dari menghasilkan solusi teknis sebagai proses kunci dalam organisasi menjadi pengembangan daya manfaat dan kualitas keseluruhan sebagai proses kuncinya. (*from production of the technical correlation as the key process in the organization to developing total utility and total quality as the key process*).

### **2.1.7 Kajian Kualitas Pelayanan Publik**

Menurut Hardiyansyah (2018: 40):

“kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut”.

Tjiptono (2006: 2 dalam Satibi 2012: 58) mengemukakan bahwa :

“kualitas merupakan (a) kesesuaian dengan persyaratan, (b) kecocokan pemakai, (c) perbaikan atau penyempurnaan keberlanjutan, (d) bebas dari

kerusakan, (e) pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, (f) melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, (g) sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Berangkat dari pendapat di atas, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan mencerminkan adanya upaya yang sistematis dari penyelenggara pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat yang dilayani, sehingga mereka memperoleh kebahagiaan dan kesenangan.

Pengertian lain dikemukakan oleh Sampara (2000: 76 dalam Satibi 2012: 59) yang menterjemahkan kualitas sebagai berikut:

“Standar yang harus dicapai oleh seorang/ kelompok/ lembaga/ organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti merumuskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan/ persyaratan pelanggan/ masyarakat.”

Hal senada dikemukakan oleh Goetsh dan Davis dalam Arif (2006: 117 dalam Satibi 2012: 59-60) yang menterjemahkan kualitas sebagai berikut:

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

Pendapat tersebut mencerminkan bahwa kualitas memiliki keterkaitan dengan sangat erat dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan manusia tidak saja menyangkut produk dan jasa semata, tetapi juga menyentuh pada aspek proses dan lingkungan.

Pendapat lain dikemukakan oleh Juran dalam Tjiptono dan Chandra (2007: 11 dalam Satibi 2012: 60) yang menterjemahkan kualitas sebagai:

“keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”

Berpijak pada berbagai pandangan pakar di atas, dapat dipahami bahwa istilah kualitas yang dimaksud sesungguhnya sangat inheren dengan pelayanan prima yang berikan oleh penyedia layanan sehingga masyarakat yang dilayani merasa akan terpuaskan atas layanan yang diberikan. Dalam konteks ini, Tjiptono dan Chandra (2007: 58 dalam Satibi 2012: 60) mengemukakan bahwa:

“pelayanan yang unggul secara garis besar mengandung empat unsur pokok, yakni : kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan”.

Hal senada dikemukakan oleh Sampara (2000: 76 dalam Satibi 2012: 60) yang menandakan bahwa:

“pelayanan yang terbaik, adalah melayani setiap saat secara cepat dan memuaskan, berlaku sopan, yaitu ramah dan menolong serta profesional dan mampu”.

Pendapat lain dikemukakan oleh Juran dalam Tjiptono dan Chandra (2007: 11 dalam Satibi 2012: 60) yang menterjemahkan kualitas sebagai:

“keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”

Pada posisi lain, Gronroos dalam Arief (2006: 118 dalam Satibi 2012: 61-62) menandakan bahwa kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yakni:

1. *Technical quality*, yakni komponen yang berkaitan dengan kualitas *out put* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et.al, technical quality dapat diperinci sebagai berikut:
  - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga
  - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contoh, ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil
  - c. *Gredence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa
3. *Corporate image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, daya tarik khusus suatu perusahaan

Gronroos dalam Alma (2007: 216 dalam Satibi 2012: 70) mengemukakan bahwa pada dasarnya kualitas jasa dari sudut penilaian pelanggan dibedakan atas tiga dimensi berikut.

1. *Outcome dimension*, yaitu berkaitan dengan apa yang diterima konsumen.
2. *Process related dimension*, yaitu berkaitan dengan cara jasa disampaikan atau disajikan.

3. *Corporate image*, yaitu berkaitan dengan citra perusahaan di mata konsumen. Dimensi ini sama pengertiannya dengan kredibilitas (*credibility*) dalam pengertian Parasuraman.

Sementara Garvin dalam Mahmudi (2007: 124 dalam Satibi 2012: 72-74) mengemukakan dimensi kualitas jasa pelayanan sebagai berikut.

1. *Performance*, yaitu ciri-ciri pengoperasian pokok dari suatu produk inti (*core product*), seperti kecepatan, penggunaan bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan lain-lain.
2. *Features*, yaitu ciri khusus atau keistimewaan tambahan berupa karakteristik pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior, seperti *dashboard*, *AC*, *sound system*, *door lock system*, *power steering*, dan sebagainya.
3. *Reliability*, yaitu kehandalan produk mobil, seperti kemungkinan kecil untuk rusak atau mengalami beberapa kegagalan dalam pemakaiannya, tidak sering mogok atau rewel.
4. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik rancangan dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya, standar keamanan, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya lebih besar daripada mobil biasa.
5. *Durability* (daya tahan), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan, yang mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

6. *Serviceability*, yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan layanan reparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan tidak hanya terbatas sampai pada saat sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan sampai purnajual, termasuk pelayanan reparasi atau tersedianya suku cadang.
7. *Esthetic* (estetika), yaitu daya Tarik produk melalui panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
8. *Perceived quality*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap kedua hal tersebut. Biasanya, karena pembeli kurang mengetahui mengenai atribut-atribut produk tertentu, maka mereka mempersepsikan nilai kualitas produk itu dari aspek-aspek lain, seperti harga, merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara asal produk itu dijual. Misalnya, kualitas mobil dari Eropa dan Amerika dianggap lebih baik dari mobil buatan Jepang dari sudut tahan lama.

Sedangkan pandangan yang lebih rinci dikemukakan oleh Johnston dalam Tjiptono (2005: 127-128 dalam Satibi 2012: 74-75) yang mengusulkan delapan belas dimensi kualitas jasa sebagai berikut:

1. *Access*, yaitu lokasi yang mudah dijangkau, termasuk kemudahan untuk menemukan jalan-jalan di sekitarnya dan kejelasan rute.
2. *Aesthetics*, yaitu berkaitan dengan sampai sejauh mana paket jasa (*service package*) tersedia untuk memuaskan konsumen.

3. *Attentiveness/ helpfulness*, yaitu berhubungan dengan kontak personel, sampai sejauh mana mereka berkeinginan untuk membantu konsumen.
4. *Availability*, yaitu berkaitan dengan ketersediaan fasilitas jasa, staf, dan barang-barang bagi konsumen.
5. *Care*, yaitu kepedulian, perhatian, simpati, dan kesabaran yang diperlihatkan kepada konsumen.
6. *Cleanliness/ tidiness*, yaitu kebersihan, kerapian, dan keteraturan produk-produk fisik dalam paket jasa (*the service package*).
7. *Comfort*, yaitu berkaitan dengan kenyamanan lingkungan dan fasilitas jasa.
8. *Commitment*, yaitu komitmen pekerja terhadap tugas.
9. *Communication*, yaitu kemampuan penyedia jasa untuk berkomunikasi dengan konsumen.
10. *Competence*, yaitu berkaitan dengan keahlian dan profesionalisasi dalam penyampaian jasa.
11. *Courtesy*, yaitu kesopanan, respek dalam penyedia jasa, terutama berkenaan dengan kontak staf dalam berhubungan dengan konsumen dan hak miliknya.
12. *Flexibility*, yaitu berkaitan dengan keinginan dan kesanggupan pekerja untuk mengubah pelayanan jasa atau produk, menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
13. *Friendliness*, yaitu kehangatan dan keakraban penyedia jasa, terutama kontak staf.

14. *Functionality*, yaitu kemampuan jasa atau kesesuaian ‘kualitas produk’, baik berupa fasilitas jasa maupun barang-barang.
15. *Integrity*, yaitu kejujuran, keadilan, dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumen.
16. *Reliability*, yaitu kehandalan dan konsistensi dari kinerja fasilitas jasa, barang-barang, dan staf.
17. *Responsiveness*, yaitu kecepatan dan ketepatan penyampaian jasa.
18. *Security*, yaitu keselamatan dan keamanan konsumen serta peranan mereka dalam proses jasa.

Tangkilisan (2005: 222-223 dalam Satibi 2012: 78-79) mengemukakan 4 parameter untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Responsivitas, yaitu berkaitan dengan kecepatan tanggapan yang dilakukan oleh aparatur atau petugas terhadap kebutuhan pengguna jasa, yang dalam hal ini masyarakat yang membutuhkan pelayanan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan yang berlaku. Jika kecepatan tanggap yang diberikan oleh petugas tidak optimal, maka akan menjadi preseden buruk bagi masyarakat, karena akan timbul persepsi negatif terhadap kelambatan, yang berakibat pada keengganan masyarakat untuk berhubungan dengan birokrat publik.
2. Kesopanan, yaitu berkaitan dengan keramahan yang ditampilkan oleh aparatur dalam proses pemberian pelayanan publik, dimana faktor ini secara tidak langsung memberikan iklim organisasi yang sejuk dan kondusif ketika proses pemberian pelayanan berlangsung.

3. Akses, yaitu berkaitan dengan kesediaan aparatur atau para petugas untuk memberikan pelayanan kepada pengguna jasa pelayanan secara merata tanpa adanya sikap diskriminatif. Jika kondisi ini berlangsung, maka akan ada kesenjangan atau gap dalam pemberian pelayanan, sehingga pemerataan pelayanan tidak akan tercapai dan berdampak pada rendahnya kualitas pelayanan publik.
4. Komunikasi, yaitu berkaitan dengan kelancaran hubungan verbal maupun fisik, antara aparatur (petugas) dan pengguna jasa dalam proses pemberian pelayanan.

Pada sisi lain, Zeithaml et.al (1990: 19 dalam Satibi 2012: 79-82) mengemukakan

10 (sepuluh) dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

(1) *access*, (2) *communication*, (3) *competence*, (4) *courtesy*, (5) *credibility*, (6) *reability*, (7) *responsiveness*, (8) *security*, (9) *understanding* dan (10) *tangibles*. Namun demikian, dalam perkembangannya kesepuluh dimensi tersebut disederhanakan menjadi 5 (lima) dimensi, yaitu: *Tangibles*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* disingkat dengan TERRA.

Adapun uraian lengkap mengenai kelima dimensi yang merupakan penyederhanaan

dari 10 dimensi kualitas pelayanan ialah sebagai berikut:

1. *Tangible* yaitu kualitas pelayanan terlihat dari faktor yang tampak dengan mata. Tampak 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

penampilan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

2. *Reliability* yaitu kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah yang 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. *Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Responsiveness juga adanya keinginan para petugas pemberi layanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konsumennya.
4. *Assurance* yaitu kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keragu-raguan timbulnya kesalahan dalam pemberian layanan. 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. *Empathy* adalah merasakan apa yang orang lain 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 yang tegas, tetapi penuh perhatian (atensi) terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.

Brady dan Cronin (2001 dalam Bagasworo, 2020) mengembangkan model kualitas jasa berbasis rancangan hierarkis yaitu *Perceived Service Quality A Hierarchical Approach*. Dalam model tersebut, dimensi utama kualitas jasa terdiri dari 3 komponen yaitu kualitas interaksi (*Interaction Quality*), kualitas lingkungan fisik (*Physical Environment*), dan kualitas hasil (*Outcome Quality*).

#### A. Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Jasa karena bersifat *inherent*, *intangible* dan memiliki karakteristik *inseparability*, interaksi personal selama pemberian jasa sering memiliki pengaruh terbesar dalam persepsi kualitas jasa. Interaksi personal diartikan sebagai pertemuan antara petugas dan pelanggan. Melalui *study Brady and Cronin* mengidentifikasi 3 faktor dalam kualitas interaksi yaitu sikap, perilaku dan keahlian.

##### 1. Sikap (*attitude*)

Sikap dalam pengertian ini diartikan sebagai sikap yang ditunjukkan oleh seluruh komponen penyedia jasa selama proses pemberian jasa berlangsung.

## 2. Perilaku (*behavior*)

Perilaku dalam pengertian ini diartikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh seluruh komponen penyedia jasa selama proses pemberian jasa dalam hal komunikasi petugas saat memberikan pelayanan.

## 3. Keahlian (*expertise*)

Keahlian dalam pengertian ini diartikan sebagai kemampuan dan tingkat pengetahuan serta pemahaman para pemberi jasa kepada pekerjaan yang dilakukannya.

## B. Kualitas Lingkungan Fisik (*Physical Environment Quality*)

Jasa bersifat *intangible* dan melibatkan konsumen selama proses, keberadaan lingkungan dan sekitarnya dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi keseluruhan kualitas jasa yang dirasakan. Ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap lingkungan fisik yaitu *ambient condition*, desain fasilitas, dan faktor sosial.

### 1. *Ambient condition*

*Ambient conditions* mengacu pada aspek nonvisual, seperti temperature, musik, aroma.

### 2. Desain (*Design*)

Desain fasilitas meliputi *layout* atau penataan atau fasilitas yang ada di lingkungan jasa yang biasa bersifat fungsional maupun estetis.

### 3. Faktor sosial (*social factors*)

Faktor sosial dalam konsep ini berupa jumlah dan tipe orang yang berada dalam lingkungan jasa, beserta perilaku mereka.

## C. Kualitas Hasil (*Outcome Quality*)

Mendefinisikan kualitas hasil sebagai “produk jasa” dan menyarankan agar menjadi evaluasi pelanggan setelah pemberian jasa. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan kualitas hasil adalah hasil dari proses pelayanan yang baik berupa produk atau jasa yang diperoleh pelanggan untuk menjadi evaluasi dan penentu persepsi terhadap kualitas pelayanan. Ada 2 faktor yang berpengaruh terhadap lingkungan fisik yaitu waktu tunggu dan valensi.

### 1. Waktu tunggu (*Waiting time*)

Pelanggan mengidentifikasi pelayanan yang tepat pada waktunya sebagai bagian dari penilaian mereka terhadap kualitas jasa secara keseluruhan.

### 2. Valensi (*Valence*)

Valensi merupakan faktor yang mengacu pada atribut yang mempengaruhi keyakinan pelanggan bahwa hasil dari suatu jasa itu baik buruk terlepas dari evaluasi mereka terhadap aspek lain dari pengalaman.

Kurniawan (2005: 6 dalam Satibi 2012) mengartikan bahwa pelayanan publik adalah:

“pemberian pelayanan keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan”.

Pengertian ini menunjukkan bahwa pelayanan publik diproyeksikan kepada masyarakat yang mempunyai kepentingan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur dan peraturan yang telah ditetapkan.

Pandangan yang menyentuh kepada institusi publik, dikemukakan oleh Sinambela (2006: 5 dalam Satibi 2012) yang menterjemahkan pelayanan publik sebagai berikut:

“pelayanan publik adalah 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”.

Dari pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa pelayanan publik esensinya tidak hanya melakukan proses layanan semata, tetapi juga tercermin adanya kepuasan bagi pihak-pihak atau masyarakat yang dilayani. Itulah sebabnya, kemudian aktivitas pelayanan publik yang diberikan sejatinya tidak hanya mendasarkan pada aturan atau prosedur layanan semata, tetapi juga harus mempertimbangkan, apakah pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan pada masyarakat atau tidak.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Merujuk pada tinjauan pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka pelayanan prima dapat menentukan kualitas pelayanan yang baik. Pada kualitas pelayanan di Puskesmas Harjamukti Kota Depok, peneliti melakukan kajian atau penelitian berlandaskan indikator dimensi kualitas pelayanan menurut teori dari Zeithaml et.al (1990: 19 dalam Satibi 2012: 79-82), yang terdiri dari 5 dimensi:

1. *Tangible* yaitu kualitas pelayanan terlihat dari faktor yang tampak dengan mata.

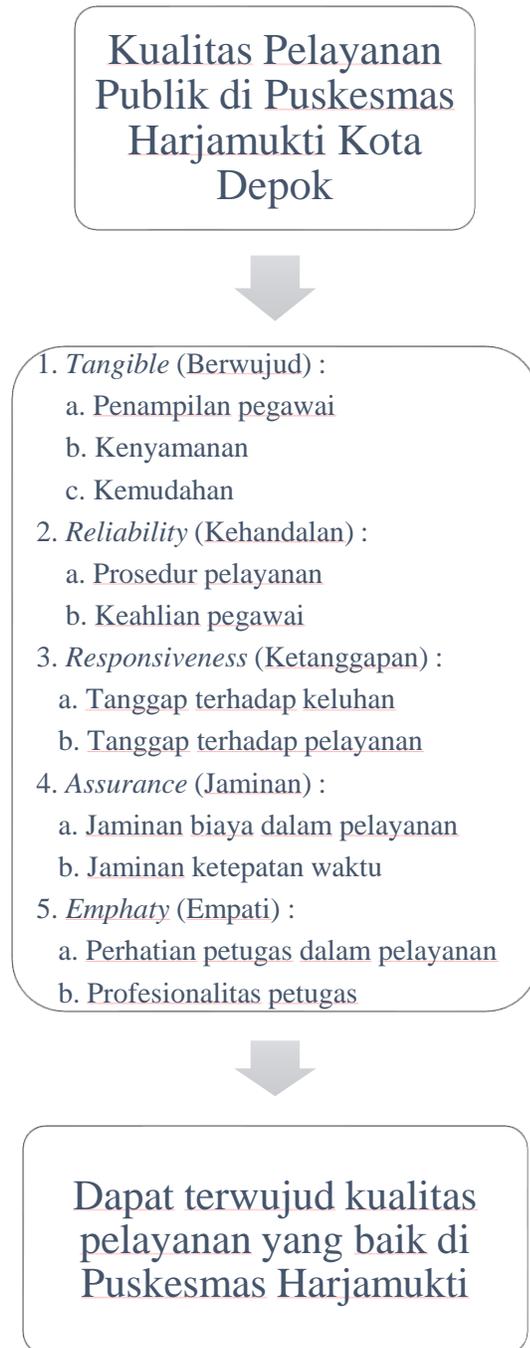
Tampak tampak secara fisik atau sesuatu yang kelihatan dan terbukti langsung

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 penampilan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

2. *Reliability* yaitu kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah yang 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. *Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Responsiveness juga adanya keinginan para petugas pemberi layanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konsumennya.
4. *Assurance* yaitu kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keragu-raguan timbulnya kesalahan dalam pemberian layanan. 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. *Empathy* adalah merasakan apa yang orang lain 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 yang tegas, tetapi penuh perhatian (atensi) terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Modifikasi Peneliti dari Zeithaml et.al dalam Satibi 2012*

### **2.3 Proposisi**

Berdasarkan uraian di atas, maka proposisi dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan publik di Puskesmas Harjamukti Kota Depok ditentukan oleh dimensi kualitas pelayanan diantaranya; *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).