

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Pengertian lebih mudahnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekumpulan orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Menurut Tjiptono (2015:51) menyatakan bahwa Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategik.

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2015:62) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Menurut Moenir (2016:16) menyatakan bahwa “pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan”.

Atik dan Ratminto (2015:34) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan.

Maulana (2016:117) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

Alma (2016:4) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan para pelanggan”.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

2.1.2 Prinsip Pelayanan

Secara teoritis, prinsip pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan publik yang profesional menurut Sinambela (2015:4) prinsip tersebut terdiri atas:

1. **Transparansi**
Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. **Akuntabilitas**
Dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. **Kondisional**
Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

4. Partisipatif
Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Keamanan Hak
Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, agama, ras, golongan, gender dan status ekonomi.
6. Keseimbangan
Hak dan kewajiban Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Dalam proses kegiatan pelayanan diatur juga mengenai prinsip pelayanan sebagai pegangan dalam mendukung jalannya kegiatan. Adapun prinsip pelayanan publik menurut keputusan MENPAN No. 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 antara lain adalah :

- a. Kesederhanaan
Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
- b. Kejelasan
Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik; unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan atau persoalan dan sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik; rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- c. Kepastian waktu
Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- d. Akurasi
Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.
- e. Keamanan
Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- f. Tanggung jawab
Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan atau persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
- g. Kelengkapan sarana dan prasarana
Tersedianya sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.
- h. Kemudahan akses
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

- i. **Kedisiplinan, kesopan dan keramahan**
Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- j. **Kenyamanan**
Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parker, toilet, tempat ibadah, dan lain-lain.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa prinsip pelayanan tersebut diatas merupakan pedoman dalam penyelenggaraan pelayanan publik oleh instansi pemerintah. Dengan adanya standar dalam kegiatan pelayanan publik ini diharapkan masyarakat bisa mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan prosesnya memuaskan dan tidak menyulitkan masyarakat.

2.1.3 Faktor-Faktor 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 dimata masyarakat terus meningkat. Adanya citra organisasi yang baik, maka segala yang dilakukan oleh organisasi akan dianggap baik pula. Menurut Kasmir (2016:23) menyatakan bahwa “faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah sumber daya manusia”. Sedangkan menurut Moenir (2016-88) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempegaruhi pelaksanaan pelayanan yaitu:

1. **Faktor Kesadaran**
Kesadaran menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang yaitu merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwa yang bersangkutan
2. **Faktor Aturan**
Aturan merupakan perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Peran aturan harus dibuat, dipatuhi dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan tujuan.
3. **Faktor Organisasi**
Organisasi yang dimaksud tidak semata – mata dalam perwujudan dan susunan organisasi, melainkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang mamadai
4. **Faktor Pendapatan**
Penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan untuk organisasi, baik dalam betuk uang maupun fasilitas dalam jangka waktu tertentu

5. Faktor Keterampilan dan Kemampuan

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan pekerjaan berarti dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa, sedangkan keterampilan ialah kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan kerja yang tersedia

6. Faktor Sarana Pelayanan

Segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama dalam pelaksanaan pekerjaan.

Sedangkan Menurut Barata (2015:87) faktor pelayanan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor 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), 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 pelayanan dan tata cara penyediaan layanan, pola layanan dalam penyampaian jasa”.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa dari faktor-faktor pelayanan diatas mempunyai peranan yang berbeda tetapi saling mempengaruhi dan secara bersama-sama akan mewujudkan pelaksanaan pelayanan secara optimal baik berupa pelayanan verbal, pelayanan tulisan atau pelayanan dalam bentuk gerakan/tindakan.

2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan, merupakan dimensi kualitas pelayanan dimana setiap pelayanan yang di tawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya, Menurut Lupiyoadi (2015:148) didalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan digunakan 5 (lima) dimensi pokok, yaitu:

- “1. Bukti Fisik (*Tangibles*), kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*Assurance*), pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*Empathy*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan”.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator kualitas pelayanan terdiri dari lima unsur penting yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Untuk mewujudkan layanan yang berkualitas positif perusahaan harus mampu memenuhi layanan yang diharapkan oleh masyarakat.

2.2 Kepuasan Masyarakat

2.2.1 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat adalah suatu tingkat perasaan masyarakat yang timbul sebagai akibat dari pelayanan layanan servis yang diperolehnya setelah

masyarakat membandingkannya dengan apa yang diharapkannya. Masyarakat baru akan merasa puas apabila pelayanan layanan servis yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya, ketidakpuasan atau perasaan kecewa masyarakat akan muncul apabila pelayanan layanan servis yang diperolehnya itu tidak sesuai dengan harapannya. Dengan demikian, kepuasan memang menjadi variabel yang sangat penting untuk mengukur pemasaran pelayanan servis yang berkaitan dengan hasil akhir dari pelayanan yang telah diberikan apakah sesuai dengan harapan atau keinginan masyarakat.

Menurut Priansa (2018:156) menyatakan bahwa “kepuasan publik merupakan respons publik terhadap ketidaksesuaian antara tingkat harapan yang dimiliki dan kinerja aktual yang dirasakan setelah memanfaatkan pelayanan publik”.

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP/25/M.PAN/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah, Kepuasan Masyarakat adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Kepuasan masyarakat terhadap kinerja pelayanan pemerintah perlu untuk terus diukur dan dibandingkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pemerintah adalah dengan menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menyebutkan Indeks Kepuasan Masyarakat adalah:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan
2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya

3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya)
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan
6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat
7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghormati dan menghargai
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan
13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan
14. Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Kepuasan masyarakat hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh masyarakat atau konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan masyarakat. Pengukuran kepuasan masyarakat merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan

lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

(Dikutip dari : <https://docplayer.info/47555914-Ii-tinjauan-pustaka-2-1-kepuasan-masyarakat-pengertian-kepuasan-masyarakat.html>)

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya

2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan publik. Menurut Lupioyadi (2015:158) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat terdapat lima faktor yaitu:

- “1. Kualitas produk/jasa, publik akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, publik akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, publik akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk/jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mempunyai harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, publik tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk tidak membuang waktu yang mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan”.

Menurut Barnes (2016:4) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat terhadap penyedia jasa ataupun terhadap organisasi dapat dilihat kedalam lima level, yaitu:

1. Produk atau jasa inti, adalah esensi dari penawaran yang mewakili produk atau jasa inti yang disediakan oleh perusahaan.
2. Sistem dan layanan pendukung, meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dan layanan atau produk inti.
3. Performa teknis, intinya berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Penekanannya

adalah perusahaan menampilkan produk kepada pelanggan sesuai yang dijanjikan.

4. Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, level ini mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.
5. Elemen emosional dimensi afektif pelayanan inti dari level kelima ini adalah bagaimana kita menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan. Kelima level pemicu kepuasan pelanggan tersebut adalah sebagai berikut:
 - 1) Perasaan emosi yang dikomunikasikan: Pada intinya perasaan apa yang kita timbulkan dalam diri mereka.
 - 2) Tingkat pelayanan pribadi, perhatian, kecepatan pelayanan, kualitas umum dari kontak; bagaimana orang diperlakukan dan dilayani.
 - 3) Mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa.
 - 4) Sistem penghantaran, rekening, penetapan harga, jaminan, jadwal penanganan keluhan dan keistimewaan lain yang meningkatkan dan mendukung produk atau jasa inti.
 - 5) Produk atau jasa inti dari yang kita tawarkan.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah kepuasan. Masyarakat adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

2.2.3 Upaya Peningkatan Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Menurut Nugraheni (2015:22) “Semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*). Kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut”.

Peningkatan kualitas pelayanan publik merupakan salah satu agenda referensi birokrasi yang bertitik tolak dari kondisi pelayanan publik yang sebagian besar ditentukan oleh kualitas sikap dan karakter aparatur pemerintah. Strategi pertama peningkatan kualitas pelayanan publik adalah pengembangan kelembagaan penyelenggara pelayanan. Strategi yang kedua untuk meningkatkan

kualitas pelayanan publik adalah pembaharuan sikap dan karakter sumber daya manusia pemberi layanan yaitu, melaksanakan pelayanan umum yang memuaskan pelanggan tanpa ada perbedaan serta kejujuran atau keterbukaan dalam pelayanan. Strategi ketiga untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik yang memuaskan adalah diperlukannya desain proses atau mekanisme pelaksanaannya secara tepat agar dapat dihasilkan kualitas yang memuaskan (Andyaningrum, 2017:6).

Menurut Tjiptono (2015:98), beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan ialah:

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing* yaitu, strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan (tidak berakhir setelah penjualan selesai). Salah satu varian dari relationship marketing adalah *Frequency Marketing* yaitu, usaha untuk mengidentifikasi, memelihara, dan meningkatkan hasil dari pelanggan terbaik melalui hubungan jangka panjang yang interaktif dan bernilai tambah.
2. Strategi *Superior customer service* Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya. Untuk mewujudkan ini diperlukan dana yang lebih besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Maka dari itu, melalui pelayanan yang lebih unggul tersebut terkadang membebankan harga yang lebih tinggi pada jasanya.
3. Strategi *Unconditional Service Guarantees* atau *Extraordinary Guarantees* Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu jasa dan kinerja organisasi. Selain itu digunakan untuk meningkatkan motivasi para karyawan atau penyedia jasa untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik lagi. Garansi atau jaminan istimewa / mutlak ini menjanjikan kualitas prima dan kepuasan pelanggan. Fungsi utama pada garansi tersebut ialah untuk mengurangi resiko pelanggan sebelum dan sesudah pembelian barang atau jasa sekaligus memaksa organisasi untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas pelanggan. Garansi tersebut dapat diberikan melalui dua bentuk :
 - a) Garansi Internal yaitu, janji yang dibuat oleh suatu departemen atau divisi kepada pelanggan internalnya. Garansi ini dilandaskan pada komitmen untuk memberikan pelayanan yang baik, tepat waktu, akurat, jujur, dan sungguh-sungguh.
 - b) Garansi Eksternal yaitu, jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada para pelanggan eksternalnya. Garansi ini menyangkut servis yang unggul dan produk yang handal serta berkualitas tinggi.

4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Strategi ini memberikan peluang untuk merubah seseorang yang awalnya tidak puas menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam proses penanganan keluhan yang efektif terdapat empat aspek yaitu:

a) Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam hal ini, penyedia jasa perlu bersikap empati dengan cara meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.

b) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan, sebab apabila keluhan pelanggan tidak direspon dengan cepat maka akan timbul rasa tidak puas sehingga pelanggan enggan untuk kembali lagi.

c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah atau keluhan

Penyedia jasa harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Karena hasil yang diharapkan ialah situasi win-win, dimana pelanggan dan penyedia jasa sama-sama diuntungkan.

d) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi penyedia jasa

Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal bahkan bila perlu dibuatkan jalur atau saluran khusus untuk menampung keluhan pelanggan atau bisa menggunakan email.

5. Strategi Peningkatan Kinerja

Strategi ini meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi salesmanship dan publik *relationship* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar pada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa upaya peningkatan kepuasan masyarakat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kualitas dan inovasi pelayanan publik pada masing-masing instansi pemerintah secara berkala sesuai kebutuhan dan harapan masyarakat.

2.2.4 Mengukur Kepuasan Masyarakat

Pengukuran tingkat kepuasan masyarakat ini sangat mutlak di perlukan untuk meningkatkan mutu pelayanan pada masyarakat. Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan masyarakat yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:369), yaitu:

“1. Sistem Keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang *responsive* mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

3. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)

Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

4. Analisis Pelanggan yang Beralih

Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan)”.
 Penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib diataati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Kep. MENPAN No. 63 Tahun 2003, sebagai indikator dalam penilaian serta evaluasi kinerja bagi penyelenggara pelayanan publik meliputi :

1. Prosedur pelayanan
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengadaan.
2. Waktu penyelesaian
Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengadaan.
3. Biaya pelayanan
Biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang dititipkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk Pelayanan
Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana
Penyedia sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan
Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut di sajikan dalam tabel 2.1 penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan bagi peneliti:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Ana Mayasari	2020	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Desa Paulan, Colomadu, Karanganyar	X1=Kualitas pelayanan Y=Kepuasan Masyarakat	Hasil analisa bahwa kualitas pelayanan yang menyangkut aspek ketepatan waktu dalam pelayanan, akurasi dalam pelayanan, kesopanan dan keramahan pegawai, dan kenyamanan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat yang menggunakan pelayanan yang ada di Kantor Desa Paulan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar. Dengan besarnya nilai t_{tabel}

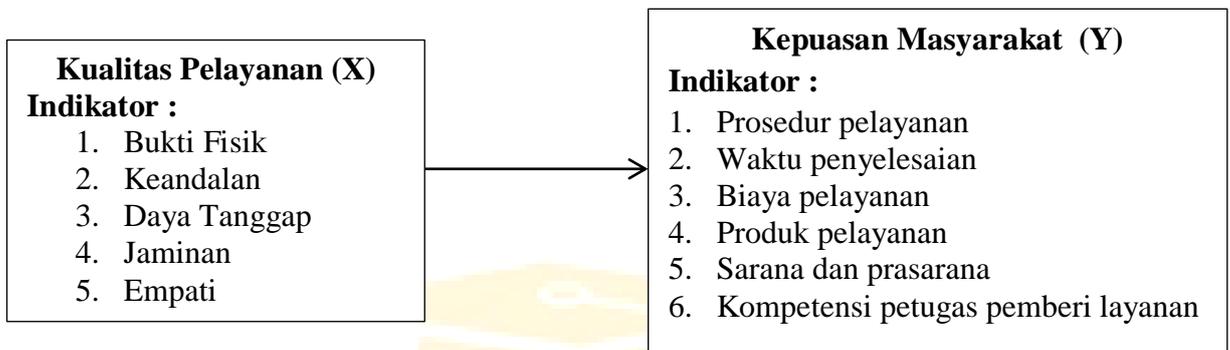
				(7,542>1,998) dan signifikan lebih kecil dari 0,05(0,000 < 0,05). Proporsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat yang menggunakan pelayanan yang ada di Kantor Desa paulan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar sebesar 47,4%, sedangkan sisanya sebesar 52,6% dipengaruhi oleh variable lain selain kualitas pelayanan seperti keberadaan kantor, sarana dan prasarana penunjang pelayanan dan sebagainya.
Fahmi Rezha	2015	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok)	X=Kualitas Pelayanan Y=Kepuasan Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dalam kepuasan masyarakat 0,758 dengan tingkat signifikan 95%. Itu berarti bahwa 75,8% kepuasan masyarakat yang menerima pelayanan perekaman data e-KTP di Depok dapat dipengaruhi oleh beberapa subvariabel seperti bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati dan sisanya 24,2% adalah dipengaruhi oleh variabel independen lain yang belum ditunjukkan dalam penelitian ini,

				yang paling berpengaruh dalam memuaskan masyarakat yang menerima layanan perekaman data e-KTP adalah reliabilitas dengan koefisien regresi sebesar 0.867.
Juli Omar Sinaga	2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) Di Kecamatan Nongsa Kota Batam	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Masyarakat	Hasil penelitian meunjukkan bahwa berdasarkan analisis dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Diketahui nilai t_{hitung} pada variabel Tangible (2.278) dan empathy (5.204) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.985), sedangkan nilai t_{hitung} untuk variabel reliability (1.041, responsiveness (1.072) dan assurance (0.872) lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1.985. Begitu juga dengan nilai signifikan pada variabel tangible (0.025) dan empathy (0.000) lebih kecil dari 0.005, sedangkan untuk variabel reliability (0.301), responsiveness (0.286) dan assurance (0.386) lebih besar dari 0.05. Dari perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tangible dan empathy berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan masyarakat. Sedangkan variabel reliability, responsiveness dan assurance tidak berpengaruh terhadap

				<p>kepuasan masyarakat. Koe fisien determinasi (adjusted R square) sebesar 0.616. Nilai ini menunjukkan bahwa 61,6% variasi variabel kepuasan masyarakat (Y) yang dapat dijelaskan oleh variasi lima variabel independen Sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.</p>
Tika Astina	2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Camat Tanjung Pinang Timur	<p>X = Kualitas Pelayanan</p> <p>Y=Kepuasan Masyarakat</p>	<p>Bersasarkan hasil analisis variabel (X) besarnya thitung > ttabel (5.056 > 1.98609). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil persamaan regresi menunjukan bahwa prediksi pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan masyarakat bersifat positif. Artinya, Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan masyarakat dengan persentasi 20.7% Sedangkan sisanya sebesar 79.3% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang tidak disebutkan.</p>

2.4 Kerangka Berpikir

Berikut merupakan kerangka pemikiran yang diambil berdasarkan hasil uraian teoritis dan penelitian terdahulu :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.5. Defenisi Operasional

Karlinger dalam Sugiyono (2015:58) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Definisi Operasional adalah kegiatan mengubah konsep yang masih abstrak dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat di uji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan. Indikator yang diajukan dalam penelitian tersebut merupakan indikator yang relevan pada tempat penelitian dan tidak bertentangan dengan kajian teoritis. Berikut disajikan dalam Tabel 2.2 definisi operasional variabel yang diteliti :

Tabel 2.2 Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Subindikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga	1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	1. Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman 2. Anggota pembuatan SKCK berpenampilan rapi 3. Anggota pelayanan SKCK selalu	Skala Likert

	<p>kepada yang lebih strategik (Tjiptono, 2015:51)</p>		<p>mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Ketepatan dalam menyampaikan jenis pelayanan anggota pembuatan SKCK 5. Anggota menunjukkan perhatian terhadap pemohon pembuatan SKCK 6. Anggota selalu memproses keluhan pemohon pembuatan SKCK dengan tepat 7. Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh Anggota pembuatan SKCK 8. Anggota pembuatan SKCK secara konsisten bersikap sopan terhadap para pemohon 	
--	--	--	---	--

			<p>9. Anggota memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan pemohon SKCK</p> <p>10. Anggota pembuatan SKCK memahami keperluan spesifik para pemohon</p>	
<p>Kepuasan Masyarakat (Y)</p>	<p>Kepuasan Masyarakat adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya. (Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP/25/M.PAN/2/2004)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prosedur pelayanan 2. Waktu penyelesaian 3. Biaya pelayanan 4. Produk pelayanan 5. Sarana dan prasarana 6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan prosedur pelayanan penerbitan SKCK di Polsek Mardinding Polres Tanah Karo 2. Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya dalam mengurus surat pembuatan SKCK 3. Ketepatan waktu berlangsungnya pelayanan pembuatan SKCK (jam buka/ tutup pelayanan) 	<p><i>Skala Likert</i></p>

			<p>telah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan</p> <p>4. Waktu pelayanan dalam pembuatan SKCK sudah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan</p> <p>5. Biaya pelayanan tidak memberatkan pengguna layanan pembuatan SKCK</p> <p>6. Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan</p> <p>7. Ketetapan hasil layanan yang baik (tidak ada kesalahan, misalnya : salah ketik, tidak ada cacat, misalnya kertas robek)</p> <p>8. Kelengkapan sarana dan prasana penunjang pelayanan seperti</p>	
--	--	--	--	--

			bolpoin dan meja telah disediakan 9. Pengetahuan dan pemahaman petugas terhadap tugas dan tanggung jawabnya 10. Kemampuan petugas dalam memberikan solusi atas kesulitan masyarakat	
--	--	--	---	--

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan atau jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Jawaban sementara itu merupakan titik tolak untuk mengadakan penelitian selanjutnya dan mengaplikasikan sesuai dengan teori-teori dalam meyakinkan tentang benar tidaknya jawaban sementara itu. Dengan keterangan di atas maka hipotesis yang relevan dengan masalah tersebut di atas yaitu : “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam pengurusan SKCK di Polsek Mardinding POLRES Tanah Karo”.

Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam pengurusan SKCK di Polsek Mardinding POLRES Tanah Karo

Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam pengurusan SKCK di Polsek Mardinding POLRES Tanah Karo