

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana layanan yang diberikan oleh penyedia jasa mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut pendapat lain, perbandingan antara fenomena dan harapan atas pelayanan yang diterima disebut kualitas pelayanan (Firmansyah & Rosy, 2021). Kualitas pelayanan harus berjalan secara baik serta terukur kepada masyarakat oleh aparat pemerintah. Unsur-unsur seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian, serta aspek fisik dari layanan berperan penting dalam menentukan tingkat kualitas suatu pelayanan. Dengan menyediakan layanan yang optimal, suatu organisasi atau perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kelangsungan dan perkembangan bisnis. Menurut Tjiptono, menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan titik keunggulan yang diharapkan dan pengadilan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Menurut Gilbert, suatu perusahaan yang memiliki pelayanan yang superior pasti akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Asti & Ayuningtyas, 2020). Kualitas pelayanan sangat

berpengaruh dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama. Salah satu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat layanan yang telah diterima dan bentuk pelayanan yang baik tentu sangat diharapkan konsumen agar memberikan kesan rasa puas merupakan pengertian dari kualitas pelayanan (Aditia et al., 2021). Aspek-aspek yang berkaitan dengan pelayanan meliputi faktor manusia yang memberikan layanan, peralatan atau fasilitas yang digunakan, mekanisme kerja yang diterapkan, serta sikap baik dari pemberi maupun penerima layanan. Pada dasarnya, konsep pelayanan memiliki berbagai definisi menurut pandangan para ahli, namun tetap merujuk pada prinsip dasar yang serupa.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan kualitas sebagai tingkat baik buruknya, derajat, atau taraf sesuatu (KBBI, n.d.-a). Dari pengertian tersebut, maka kualitas jasa bisa diartikan sebagai tingkat kecocokan antara layanan yang diberikan dengan harapan sekaligus keinginan dari konsumen. Menurut pendapat Kotler, pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak terhadap pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan apapun (Fardani, 2013). Pelayanan sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan bagi kedua belah pihak terkait dalam pemberian barang dan jasa.

2.1.1.2 Karakteristik Pelayanan

1. Tidak Berwujud (*Service Intangibility*)

Pelayanan publik tidak dapat dilihat, disentuh, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut digunakan. Hubungan antara pelayanan jasa dan penyediannya dapat dianalogikan dengan produk fisik yang diproduksi, disimpan, dijual, dan kemudian dikonsumsi. Dalam konteks jasa, layanan dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

2. Keterikatan Jasa Pelayanan dan Penyedia Jasa Tidak Dipisahkan (*Service Inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyedia layanan yang menyediakannya. Penyedia jasa dapat berupa individu maupun mesin yang menjalankan layanan tersebut.

3. Variabilitas Pelayanan (*Service Variability*)

Kualitas pelayanan bergantung pada siapa yang memberikan layanan, kapan, di mana, serta bagaimana pelayanan tersebut disampaikan. Faktor ini menyebabkan kualitas jasa dapat bervariasi.

4. Tidak Dapat Disimpan (*Service Perishability*)

Layanan tidak dapat disimpan untuk dipakai ulang atau diperjual belikan di waktu mendatang. Begitu layanan diberikan, layanan tersebut langsung digunakan dan habis.

2.1.1.3 Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang diterima dengan layanan sesungguhnya mereka harapkan (Handayani, 2019). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 2008), yaitu:

1. Bukti fisik atau berwujud (*Tangibles*)

Fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel. Mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menampilkan eksistensi serta layanannya kepada pelanggan. Kualitas pelayanan ini dapat terlihat secara langsung dan dirasakan oleh konsumen, seperti aspek fisik perusahaan yang meliputi kebersihan dan kerapian.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara dapat diandalkan dan akurat. Mengacu pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang telah disampaikan sejak awal, secara akurat dan memuaskan pelanggan. Dimensi ini berkaitan erat dengan harapan konsumen terhadap layanan yang diterima.

3. Daya tanggap atau ketanggapan (*Responsiveness*)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Menunjukkan kesanggupan perusahaan dalam memberikan layanan serta membantu pelanggan dengan cepat dan sigap.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan. Menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman serta membangun kepercayaan pelanggan terhadap risiko atau potensi bahaya yang mungkin terjadi.

5. Empati (*Empathy*)

Perhatian yang penuh kepedulian dan bersifat individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memberikan kenyamanan dalam berinteraksi dan membangun hubungan yang bersifat lebih personal dengan pelanggan atau konsumen.

2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Ekspektasi

Menurut Vincent Gaspersz (2011:41), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan, yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan

Faktor ini berkaitan dengan apa yang dirasakan pelanggan saat mencoba berinteraksi atau bertransaksi dengan perusahaan.

2. Pengalaman sebelumnya

Persepsi pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan layanan dari perusahaan di masa lalu. Pengalaman sebelumnya berperan signifikan, karena pengalaman

masa lalu dapat memengaruhi cara pelanggan menilai kualitas layanan yang akan mereka peroleh.

3. Pengalaman orang lain

Cerita dan rekomendasi dari teman atau orang terdekat tentang kualitas layanan yang mereka terima dapat membentuk ekspektasi pelanggan. Pengalaman orang lain, seperti testimoni atau dari teman dan keluarga, yang kerap dijadikan acuan dalam membangun ekspektasi pelanggan.

4. Komunikasi pemasaran

Iklan dan strategi pemasaran berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang akan mereka terima. Upaya pemasaran melalui iklan dan promosi turut berkontribusi dalam membentuk persepsi pelanggan, karena informasi yang disampaikan oleh perusahaan dapat memberikan gambaran tentang kualitas layanan yang ditawarkan.

2.1.2 Kepuasan Masyarakat

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat merupakan tingkat persepsi atau penilaian yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap pelayanan yang mereka terima dari suatu institusi, baik pemerintah maupun swasta. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi masyarakat, maka mereka akan merasakan kepuasan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima tidak memenuhi ekspektasi, maka masyarakat cenderung merasa

kecewa. Oleh karena itu, kepuasan masyarakat menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas dan kualitas suatu layanan.

Sebuah kepuasan masyarakat terbentuk dari pelayanan yang telah diberikan dari sebuah instansi organisasi maupun pelayanan kepada orang lain, itulah yang menjadi faktor utama penentu kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa (Parasuraman, 2020). Beragam faktor dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat, termasuk kualitas pelayanan, kecepatan dalam menangani kebutuhan yang diinginkan masyarakat, keterbukaan informasi, responsivitas penyedia layanan terhadap keluhan atau masukan. Selain itu, keramahan petugas, kemudahan akses layanan, serta transparansi dalam prosedur juga menjadi aspek yang berkontribusi dalam membentuk tingkat kepuasan masyarakat. Penyedia layanan yang terus memberikan pengalaman positif cenderung meningkatkan kepuasan masyarakat, sehingga mereka lebih berpotensi untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Menjaga kepuasan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Kepuasan masyarakat yang tinggi dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas terhadap penyedia layanan. Masyarakat yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan merasa nyaman jika ingin mengajukan keluhan ulang dan dapat meningkatkan reputasi pelayanan dimata masyarakat. Karena itu, melakukan evaluasi secara berkala terhadap mekanisme serta evaluasi terhadap pegawai

harus terus dilakukan guna untuk memastikan bahwa harapan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik. Dengan kata lain, kepuasan masyarakat tidak hanya menjadi sasaran dalam jangka pendek, tetapi juga merupakan strategi jangka panjang yang bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan di masa depan.

2.1.2.2 Tujuan Pemberian Kepuasan Masyarakat

Tujuan utama dalam memberikan kepuasan kepada masyarakat adalah untuk memastikan bahwa layanan yang disediakan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Ketika masyarakat merasa puas, tingkat kepercayaan dan loyalitas terhadap penyedia layanan, baik dari sektor pemerintah maupun swasta, akan meningkat. Selain itu, kepuasan masyarakat berfungsi sebagai indikator keberhasilan serta mutu layanan yang diberikan, sehingga dapat dijadikan acuan dalam upaya perbaikan dan peningkatan kinerja pelayanan di masa mendatang.

Kepuasan masyarakat berperan penting dalam membangun hubungan yang lebih erat antara penyedia layanan dan penerima manfaat. Semakin meningkat tingkat kepuasan, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk mendukung serta berpartisipasi dalam kebijakan atau program yang diterapkan oleh penyedia layanan. Dengan tercapainya kepuasan, keluhan dan ketidakpuasan dapat diminimalkan, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga atau organisasi yang bertanggung jawab atas layanan publik tetap terjaga. Menurut Purnama (2012:208) bahwa kepuasan

seseorang dapat dilihat dari tingkat penerimaan layanan yang didapatkan (Handayani, 2019). Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

1. Mengalami rasa puas atau tidak puas terhadap layanan atau perlakuan yang telah diterima.
2. Mengajukan keluhan atau mengharapkan perlakuan yang seharusnya didapatkan.
3. Menentang atau tidak memberikan persetujuan terhadap hal yang berkaitan dengan kepentingannya.
4. Menginginkan terpenuhinya kebutuhan dan harapan terhadap berbagai layanan yang diterima.

2.1.2.3 Unsur-Unsur Kepuasan Masyarakat

Menurut Nasution M. N. (2001:45), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi (Suandi, 2019). Tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan sesuai atau tidak sesuai antara harapan masyarakat dengan pelayanan yang telah diterima. Adapun aspek menurut Kepmen PAN nomor 16 tahun 2014, menjelaskan bahwa sebuah kepuasan masyarakat merupakan pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparaturnya penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya (Handayani, 2019) yang berhubungan dengan kepuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yaitu :

- a. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan dalam tahapan layanan yang diberikan kepada masyarakat, dengan memperhatikan kesederhanaan alur pelayanan.
- b. Persyaratan pelayanan, yakni persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk memperoleh layanan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan.
- c. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu kepastian mengenai identitas petugas yang memberikan layanan, termasuk nama, jabatan, wewenang, dan tanggung jawabnya.
- d. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kepatuhan petugas dalam melaksanakan tugasnya, terutama dalam memastikan konsistensi jadwal kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- e. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan mengenai wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan serta penyelesaian layanan.
- f. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu kompetensi dan keterampilan petugas dalam memberikan serta menyelesaikan layanan bagi masyarakat secara optimal.
- g. Kecepatan pelayanan, yaitu ketepatan waktu dalam penyelesaian layanan sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh unit penyelenggara layanan.
- h. Keadilan pelayanan, yaitu pelaksanaan layanan yang tidak membedakan golongan atau status masyarakat yang dilayani.

- i. Kesopanan petugas pelayanan, yaitu sikap dan perilaku petugas yang menunjukkan keramahan, kesantunan, serta penghormatan terhadap masyarakat saat memberikan layanan.
- j. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan biaya layanan bagi masyarakat sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan.
- k. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kejelasan dan ketepatan antara biaya yang harus dibayar oleh masyarakat dengan tarif yang telah ditetapkan secara resmi.
- l. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu ketepatan waktu layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
- m. Kenyamanan lingkungan, yakni kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan tertata dengan baik untuk memberikan kenyamanan kepada penerima layanan.
- n. Keamanan pelayanan, yaitu jaminan atas tingkat keamanan di lingkungan unit pelayanan atau fasilitas yang digunakan, sehingga masyarakat merasa aman dari risiko yang mungkin timbul selama proses layanan berlangsung.

2.1.2.4 Tingkat Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat merupakan keadaan di mana harapan masyarakat terhadap layanan atau produk yang diterima dapat terpenuhi secara optimal atau bahkan melebihi ekspektasi yang mereka miliki. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang, nyaman, atau lega yang muncul setelah mendapatkan sesuatu yang diinginkan atau

dibutuhkan (KBBI, n.d.-b). Dalam sektor pelayanan publik, kepuasan masyarakat mencerminkan tingkat penerimaan mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh berbagai instansi, baik pemerintah maupun swasta. Semakin baik mutu pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat. Sebaliknya, jika layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka masyarakat cenderung merasa kecewa, yang dapat berpengaruh pada tingkat kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap penyedia layanan.

Ketika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, masyarakat akan merasa puas dan cenderung memiliki pandangan positif terhadap penyedia layanan. Sebaliknya, jika terdapat perbedaan antara ekspektasi dan kenyataan yang diterima, masyarakat dapat mengalami ketidakpuasan, yang dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan mereka terhadap institusi atau perusahaan yang menyediakan layanan tersebut. Ketidakpuasan ini juga dapat memicu keluhan atau kritik yang pada akhirnya menuntut perbaikan dalam sistem pelayanan.

Suatu respon atau reaksi dari seseorang terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian adalah kepuasan konsumen (Nasihah, 2020). Kepuasan tidak hanya bergantung pada kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga dipengaruhi oleh ekspektasi awal yang dimiliki masyarakat. Oleh karena itu, untuk

mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, penyedia layanan harus mampu memahami kebutuhan dan harapan masyarakat serta berupaya memberikan layanan yang berkualitas, cepat, responsif, dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

2.2 Kajian Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu dirasa sangat penting dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini antara lain :

Penelitian sebelumnya oleh Melinda Lalolorang, Arie Junus Rorong, Novie Palar (2021), dengan judul pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat di kantor desa kahuku kecamatan likupang timur kabupaten minahasa utara. Dalam penelitian ini dibutuhkan sarana dan prasarana dalam hal ini mencakup alat komputerisasi yang masi kurang dan penataan ruang kantor desa yang tidak ditata sesuai dengan alur pelayanan. Sarana dan prasarana merupakan salah satu hal penting yang menunjang dalam pelayanan publik, sarana dan prasaran yang kurang memadai di kantor desa ini menjadi masalah yang cukup penting yang harus diperhatikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat di kantor desa kahuku, Kecamatan likupang timur kabupaten minahasa utara.

Berikutnya penelitian dari Rasilia W. Rawis, Joorie Ruru, Helly Kolondam (2022), dengan judul pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Desa Kanonang Lima Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh yang muncul dari kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan masyarakat yang menerima pelayanan di Kantor Desa Kononang Lima Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. Berdasarkan hasil dari penelitian ini kualitas pelayanan publik mempunyai pengaruh yang cukup tinggi dan positif terhadap kepuasan masyarakat, yang dinilai dari tingkat kualitas pelayanan publik mulai dari kehandalan, respon, berwujud, jaminan serta empati yang semuanya diperlukan untuk menunjang proses kepuasan masyarakat.

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam uraian pemikiran dapat diperjelas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat secara sistematis digambarkan seperti gambar di bawah ini :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang menggambarkan keterkaitan antara dua variabel dalam suatu kasus tertentu. Hipotesis berperan sebagai dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya dalam penelitian serta mendukung kelancaran proses penelitian agar lebih efektif dan efisien.

Tingkat kepuasan pelanggan pada masyarakat dapat diperoleh dari kualitas pelayanan yang disediakan kepada masyarakat dengan cara menggunakan pelayanan yang tepat dan cepat (Ismail & Yusuf, 2021). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a) H_0 = Diduga tidak ada pengaruh positif pengaruh kualitas pelayanan administrasi layanan publik terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Desa Slorok Kecamatan Garum Kabupaten Blitar .
- b) H_a = Diduga ada pengaruh positif pengaruh kualitas pelayanan administrasi layanan publik terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Desa Slorok Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.