

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**A. Penelitian Terdahulu**

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi	Hasil Penelitian
1	Rizka Mardiyanto <sup>1</sup> , Mary Ismowati <sup>2</sup> (2017)	Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Masyarakat Di Kantor Camat Kotabaru Kabupaten Karawang	Kota baru Kerawang	hasil perhitungan Indeks kepuasan Masyarakat di kantor Camat Kotabaru dengan perolehan nilai Indeks Kepuasan Masyarakat sebesar 54,10 kualitas kinerja pelayanan kantor Camat Kotabaru berada pada tingkat "C" ketegori kurang baik. Berdasarkan 14 unsur pelayanan yang diteliti, prosedur pelayanan merupakan unsur dengan nilai indeks tertinggi dengan nilai IKM sebesar 62,00 dan berada pada tingkat kurang baik. Sedangkan unsur dengan nilai indeks terrendah yaitu unsur kepastian biaya pelayanan dengan nilai IKM sebesar 43,50 dan berada pada tingkat kurang baik.
2	Elwindra <sup>1</sup> , Edi Junaidi <sup>1</sup> (2018)	Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik di Puskesmas Camat Pasar Rebo	Pasar Rebo Jakarta	Penelitian ini menemukan bahwa Nilai Indeks secara keseluruhan di Puskesmas Camat Pasar Rebo diperoleh angka indeks 2,95, dikonversi menjadi nilai IKM: 73,70 yang

No	Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi	Hasil Penelitian
				<p>termasuk dalam kategori nilai interval antara 62,51-81,25. Ini menunjukkan bahwa Mutu Pelayanannya adalah B, berarti Kinerja Puskesmas Camat Pasar Rebo adalah Baik.</p> <p>Nilai rata-rata Tingkat Kesesuaian (TKi) adalah sebesar 77,76%, yang dapat disimpulkan bahwa Puskesmas telah memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pasien.</p>
3	Yunus, S.Pd., M.Si1	Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Perpustakaan Di Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur Tahun 2009	Provinsi Jawa Timur Tahun 2009	Hasil survei yang didapat adalah Pengolahan Indeks Kepuasan Masyarakat Per Responden dan Unsur Pelayanan, untuk nilai rata-rata unsur unit pelayanan tergolong baik
4	Balai Penelitian (2016)	Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Publik Di Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika Semester Ii Tahun 2016	Sulawesi Utara (2016)	Hasil analisis memperoleh nilai indeks sebesar 3.36 dan nilai IKM sebesar 83,65. Hal ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan yang dilakukan oleh Balitbu Tropika termasuk dalam kategori sangat baik. Kata Kunci : Indeks Kepuasan Masyarakat, Balitbu Tropika, sangat baik
5	Muhammad Iqbal (2016)	Analisa Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap	Jakarta 2016	Berdasarkan hasil olah data, maka didapat nilai indeks kepuasan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi	Hasil Penelitian
		Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT Indocement Tungal Prakarsa, Tbk dalam Pemberdayaan Masyarakat.		masyarakat (IKM), yaitu sebesar 2,87 dan nilai IKM setelah dikonversi, yaitu sebesar 71,70. Maka, dapat disimpulkan mutu pelayanan B dengan kinerja unit pelayanan terkategori baik.
6	Sri Sukanti & Hardi Utomo	Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Pada Pelayanan Publik Di Puskesmas Kalicacing Kota Salatiga	Kalicacing Kota Salatiga	hasil analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Nilai Indeks yang diperoleh sebesar 3.27 dan Nilai IKM sebesar 81.74. Hal ini berarti bahwa mutu pelayanan yang dilakukan oleh Puskesmas Kalicacing termasuk dalam kategori A, sehingga kinerja pelayanannya dapat dikatakan sangat baik. Tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dengan nilai rata-rata tingkat kinerja (X) adalah 3,29

## B. Landasan Teori

### a. Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik dibutuhkan masyarakat guna menunjang berbagai kebutuhannya. Karena pada dasarnya masyarakat membutuhkan pelayanan setiap harinya. Menurut Kotler (Lijan Poltak Sinambela, 2011: 4-5), pelayanan adalah “setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik”. Masih menurut Lijan Poltak Sinambela (2011: 5), istilah publik

berasal dari bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Berdasarkan pengertian pelayanan dan publik di atas, pelayanan publik dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang menguntungkan dalam masyarakat yang menawarkan kepuasan dan hasilnya tidak terikat pada suatu produk tertentu.

Pelayanan publik menurut Sinambela (Harbani Pasolong, 2010: 199) adalah sebagai "Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik".

Definisi pelayanan publik menurut KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik adalah :

"Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan perundang-undang". Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur negara sebagai abdi masyarakat.

Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, "Ruang lingkup pelayanan publik meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik serta pelayanan administratif yang diatur dalam peraturan perundang-undangan". Ruang lingkup tersebut termasuk pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya.

Berdasarkan penjabaran mengenai pengertian pelayanan publik tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan setiap kegiatan pelayanan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat baik pelayanan barang publik maupun jasa publik.

b. Jenis-jenis Pelayanan Publik

Peningkatan kualitas pelayanan publik mengandung makna adanya perubahan mutu, kondisi, dari keadaan sekarang ke mutu yang lebih baik. Jadi kualitas dalam hal ini bersifat dinamis menyesuaikan dengan perkembangan situasi dan kondisi masyarakat. KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik mengelompokkan tiga jenis pelayanan dari instansi pemerintah serta BUMN/BUMD. Pengelompokan jenis pelayanan tersebut didasarkan pada ciri-ciri dan sifat kegiatan serta produk pelayanan yang dihasilkan yaitu:

- 1) Pelayanan Administratif, adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa pencatatpenelitian
- 2) ataupun individu) dalam suatu sistem. Kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda (fisik) misalnya pelayanan listrik, air bersih dan pelayanan telepon.
- 3) Pelayanan Jasa, adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa sarana dan prasarana serta penunjangnya. Produk akhirnya berupa jasa yang mendatangkan manfaat bagi penerimanya secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu. Misalnya pelayanan perbankan, pelayanan pos dan pelayanan pemadamkebakaran.

Kesimpulan dari berberapa jenis pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat diatas, terdapat tiga jenis yaitu

pelayanan administratif, pelayanan barang dan pelayanan jasa. Berdasarkan ketiga jenis tersebut, pelayanan di Kantor Camat Pulau Malan Kabupaten Katingan termasuk kedalam kategori pelayanan administratif dan pelayanan jasa.

### c. Karakteristik Pelayanan

Pada dasarnya cukup banyak karakteristik suatu pelayanan dimana karakteristik pelayanan mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi tingkat kepuasan dan penampilan kerja karyawan. Hal ini dapat dilihat pada berbagai perumusan karakteristik yang dibuat oleh para ahli. Zeithaml, Berry dan Parasuraman (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2003: 27) mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu:

#### 1) Bukti langsung (*tangible*)

*Tangible* adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik).

*Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Aspek *tangible* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

#### 2) Kehandalan (*reliability*),

*Reliability* yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah, dan harga. Reliabilitas meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu

menyampaikan jasanya secara benar sejak awal, memenuhi janjinya secara akurat dan andal, menyampaikan data secara tepat dan mengirimkan tagihan yang akurat.

3) Daya tanggap (*responsiveness*),

Daya tanggap yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Beberapa contohnya adalah ketepatan waktu pelayanan, kecepatan memanggil kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan pelanggan, pelayanan, komplain dari masalah yang terjadi.

4) Jaminan (*assurance*),

Jaminan yang dimaksud adalah perilaku karyawan atau petugas pelayanan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Jaminan ini mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5) Empati,

Empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Empati dalam pelayanan meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan

memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dari segi bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang diberikan selama proses pelayanan.

#### d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* organisasi sehingga citra organisasi di mata masyarakat terus meningkat. Adanya citra organisasi yang baik, maka segala yang dilakukan oleh organisasi akan dianggap baik pula. Menurut Kasmir (2005: 3),

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

Menurut Atep Adya Barata (2003: 37), "Kualitas pelayanan terbagi menjadi dua bagian yaitu kualitas pelayanan internal dan eksternal". Masing-masing bagian tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang cukup penting, yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal (interaksi pegawai organisasi), yaitu pola manajemen umum organisasi, penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja, serta polainsentif.
- 2) Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan eksternal (pelanggan eksternal), yaitu pola layanan dan tata cara penyediaan layanan, pola



layanan distribusi jasa, pola layanan penjualan jasa, dan pola layanan dalam penyampaian jasa.

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

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

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

#### e. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan atas layanan, kinerja pelayanan dan kualitas pelayanan saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Kualitas pelayanan akan menentukan seberapa besar kepuasan pelanggan dan mencerminkan kinerja dari pelayanan.

Goetsch dan Davis (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2003: 4), menyebutkan bahwa kualitas merupakan "Suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Konsep kualitas meliputi usaha memenuhi harapan pelanggan, mencakup produk jasa, manusia, proses dan lingkungan. Selain itu kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah, misalnya apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang. Sedangkan Vincent Gaspersz (2011: 6) menyebutkan bahwa:

Ada dua definisi dari kualitas yaitu definisi konvensional dan strategik. Definisi konvensional dari kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kemudahan dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Sedangkan definisi kualitas dari segi strategik adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*).

Kasmir (2005: 15), mengatakan bahwa “Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempat atau pelayanan secara tidak langsung. Tindakan tersebut dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Gronroos (Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005: 2) mendefinisikan pelayanan sebagai berikut:

Pelayanan adalah suatu 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.

Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2004: 59), menyebutkan “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan”. Selanjutnya Fandy Tjiptono (2004: 121) menyebutkan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa yang bersangkutan dipersepsikan baik atau positif. Sebaliknya jika *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau tidak baik.

Berdasarkan beberapa pengertian dan penjelasan mengenai kualitas dan pelayanan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

f. Manfaat Kualitas Pelayanan

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

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 115) menyebutkan

bahwa terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan, yaitu:

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

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

g. Dimensi Kualitas Pelayanan

Tingkat kepuasan seseorang pelanggan dapat dilihat dari nilai produk atau jasa yang diberikan oleh instansi. Nilai tersebut ditentukan oleh berbagai faktor-faktor kualitas pelayanan. Kebutuhan pelanggan terhadap produk atau jasa didasarkan atas beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut merupakan harapan pelanggan. Pemenuhan harapan pelanggan adalah tugas instansi dalam memberikan produk berupa pelayanan yang terbaik. Parasuraman, et al., (Fandy Tjiptono, 2004: 690) mengidentifikasi sepuluh dimensi kualitas, yaitu:

- 1) *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semestinya

saat pertama (*right the frist time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan janjinya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

- 2) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan
- 3) *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memeerikan jasa tertentu
- 4) *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain)
- 6) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhanpelanggan
- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personnel*, dan interaksi pelanggan
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan(*confidentiality*)
- 9) *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan
- 10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik,

peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya kartu kredit plastik).

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, menyebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip yaitu:

- 1) Kesederhanaan (prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan),
- 2) Kejelasan (kejelasan mencakup dalam hal persyaratan teknis dan administrasi pelayanan, unit kerja yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan, rincian biaya pelayanan dan tata cara penyelenggaraan),
- 3) Kepastian waktu (pelaksanaan pelayanan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan),
- 4) Akurasi (produk pelayanan diterima dengan benar, tepat dan sah),
- 5) Keamanan (proses dan produk pelayanan memberikan rasa aman dan kepastian hukum),
- 6) Tanggung jawab (pimpinan penyelenggara pelayanan bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan),
- 7) Kelengkapan sarana prasarana (tersedianya sarana dan prasarana kerja yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika),
- 8) Kemudahan akses (tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai dan mudah dijangkau masyarakat),
- 9) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan (pemberian pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan

pelayanan denganikhlas),

- 10) Kenyamanan (lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat, serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah, danlain-lain).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam menilai atau mengukur kualitas jasa dapat menggunakan banyak dimensi pengukuran seperti kinerja, keseragaman produk, kesesuaian, kemampuan dalam melayani, kehandalan, daya tanggap, kenyamanan, keamanan dan kelengkapan sarana prasarana. Dimensi kualitas pelayanan dapat dijadikan acuan untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan kantor Camat dari beberapa aspek yang ada didalamnya. Salah satunya dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima serta bagaimana cara melakukan koreksi terhadap layanan tersebut.

#### h. Kepuasan Masyarakat

##### Tingkat Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Menurut Harbani Pasolong (2010: 221-222), "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.

KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyebutkan bahwa, "Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat

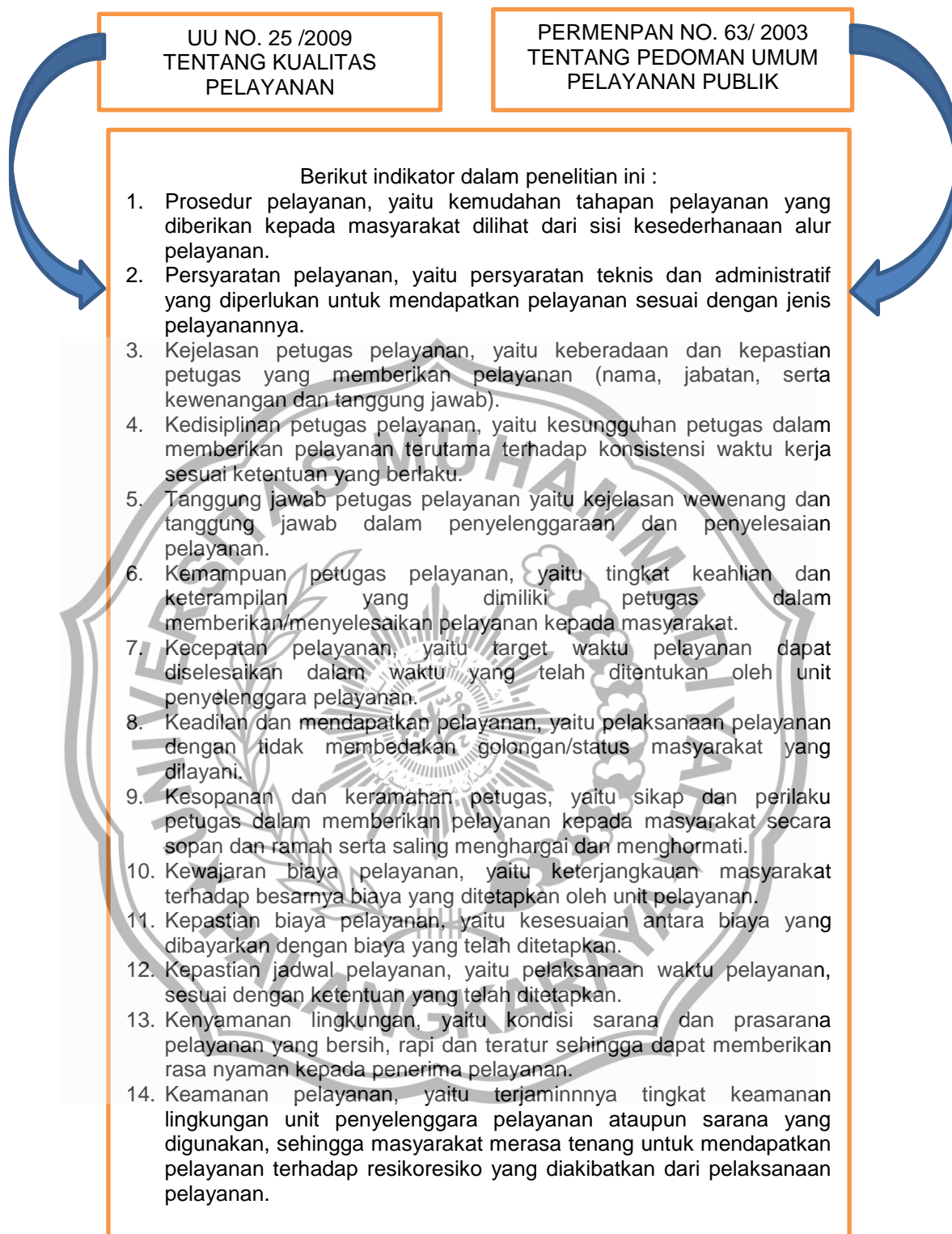
kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan". Oleh karena itu, setiap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei Indeks Kepuasan Masyarakat.

### C. Kerangka Berpikir Index Kepuasan Masyarakat

Sugiyono, yang mendefinisikan kerangka berpikir adalah sebagai model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting. Konteks yang dimaksud untuk kerangka penelitian. sebuah penelitian membutuhkan kerangka berpikir, yang mampu menjelaskan secara teoritis. Sekaligus juga bisa menjelaskan hubungan antara variable yang diangkat. Jadi peneliti bisa menjelaskan hubungan antara variable independen & variable dependent.

Kerangka Berpikir dalam penelitian ini digambarkan berikut ini :





Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir