

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Organisasi Publik

Organisasi yang baik diseluruh dunia menyadari bahwa salah satu cara untuk memuaskan para pelanggan adalah melalui kepuasan yang diterima pelanggan tersebut. Pelayanan terbaik dapat terwujud apabila institusi mampu menjaga dan meningkatkan kualitas mutu pelayanan yang diberikannya (**Hidayat, 2016**) Organisasi publik merupakan suatu organisasi yang dimiliki serta dikelola oleh pemerintah pusat hingga pemerintah daerah yang menyediakan layanan publik.

Adapun Karakteristik Organisasi Publik yang dikutip dari **Julian Pratt dkk** (dalam **Bastian 2010:7**) yaitu :

1. **Tujuan** : Untuk Mensejahterahkan masyarakat dalam bentuk pemenuhan kebutuhan dasar dan kebutuhan lainnya, baik jasmani dan rohani secara bertahap.
2. **Aktivitas** : Pelayanan publik atau public services seperti dalam bidang pendidikan, kesehatan, keamanan, penegakan hukum, transportasi publik dan penyediaan pangan.
3. **Sumber Pembiayaan** : Sumber berasal dari dana masyarakat yang berwujud pajak dan retribusi, laba perusahaan negara, pinjaman pemerintah, serta pendapatan lain-lain yang sah selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. **Pola Pertanggungjawaban** : Skema pertanggungjawaban kepada masyarakat dilakukan melalui lembaga perwakilan masyarakat. Di organisasi pemerintahan, seperti Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), sementara di yayasan dan LSM seperti Dewan Pengampu.
5. **Kultur Organisasi** : Budaya dalam organisasi bersifat birokratis, formal dan berjenjang.

6. **Penyusunan Anggaran** : Dilakukan bersama masyarakat dalam perencanaan program. Pengajuan program publik dalam penyusunan anggaran memang dipublikasikan agar dapat dikritisi dan didiskusikan oleh masyarakat, sampai akhirnya disahkan oleh perwakilan masyarakat yang berada di DPR, DPD, DPRD, Majelis Syuro Partai, Dewan Pengurus LSM, atau Dewan Pengurus Yayasan.
7. **Stakeholder** : Para pemangku kepentingan yang dimaksud adalah masyarakat Indonesia, para pegawai organisasi publik, para kreditur, para investor, lembaga-lembaga internasional termasuk lembaga donor seperti World Bank, International Monetary Fund (IMF), Asian Development Bank (ADB) dan Pemerintah Luar Negeri.

2.2 Kualitas

2.2.1 Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan usaha dalam memenuhi atau melebihi dari harapan pelanggan yang mencakup dalam suatu kualitas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dikutip dari buku **Tjiptono (2003:3)**. Kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai (value) yang diberikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan. Semakin tinggi nilai yang diberikan maka semakin besar pula kepuasan pelanggan.

Menurut **Hardiansyah (2018:58)** menjelaskan bahwa kualitas sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan.

Menurut **Goetsch dan Davis** (dalam **Tjiptono 2003:4**), mengatakan bahwa:

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

Menurut **Crosby** (dalam **Tjiptono 2003 : 56**), menjelaskan bahwa kualitas adalah memenuhi atau sama dengan persyaratannya (conformance to requirements.) meleset sedikit saja dari persyaratannya maka produk atau jasa bisa dikatakan tidak berkualitas. Persyaratan tersebut bisa berubah-ubah sesuai keinginan pelanggan, kebutuhan organisasi, pemasok dan sumber, pemerintah, teknologi.

Menurut **Gaspersz** (dalam **Hardiansyah 2018 : 112**) menyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Menurut **Lukman** (dalam **Hardiansyah 2018 : 112**) mengartikan bahwa kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan, kesesuaian dengan pihak pemakai atau bebas dari kerusakan atau cacat.

2.2.2 Perspektif dan Karakteristik Kualitas

Menurut **Garvin** (dalam **Tjiptono 2003 : 24-26**) menjelaskan bahwa ada lima alternatif perspektif kualitas yang bisa digunakan yaitu:

1. **Transcendental Approach** : Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui tetapi sulit untuk di definisikan.
2. **Product-based Approach** : Kualitas dalam pendekatan ini sebagai karakteristik maupun atribut dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas dapat mencerminkan perbedaan dalam jumlah dari beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Dengan adanya pandangan yang objektif maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam kebutuhan, selera serta preferensi individual.
3. **User-based Approach** : Kualitas dalam pendekatan ini berdasarkan pemikiran tergantung orang yang memandangnya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Dengan perspektif yang subjektif ini pelanggan mempunyai perbedaan dalam kebutuhan dan keinginan, sehingga kualitas bagi

seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. **Manufacturing-based Approach** : Perspektif ini memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan yang berfokus pada kualitas yang disesuaikan dengan spesifikasi yang dikembangkan secara internal seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi, kualitas ditentukan oleh standar-standar yang ditetapkan perusahaan dan bukan konsumen yang menggunakannya.
5. **Value-based Approach** : perspektif ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dengan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relative, hingga produk yang memiliki kualitas tinggi belum tentu produk yang mempunyai nilai, akan tetapi kualitas yang bernilai merupakan produk atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

Menurut **Zeithaml, Berry dan Parasuraman** (dalam **Tjiptono 2003:27-28**) mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa :

1. **Bukti Langsung (tangibles)** meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. **Kehandalan (reliability)**, yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. **Daya tanggap (responsiveness)** yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. **Jaminan (assurance)** yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan.
5. **Empati**, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.2.3 Sumber Kualitas

Menurut **Tjiptono (2003:34)** ada lima sumber kualitas yang bisa dijumpai, yaitu :

1. Program, kebijakan, dan sikap yang melibatkan komitmen dari manajemen puncak.
2. Sistem informasi yang menekankan ketepatan, baik pada waktu maupun detail.
3. Desain produk yang menekankan keandalan dan perjanjian ekstensif produk sebelum dilepas ke pasar.
4. Kebijakan produksi dan tenaga kerja yang menekankan peralatan yang terpelihara baik, pekerja terlatih baik, dan penemuan penyimpangan secara cepat.
5. Manajemen vendor yang menekankan kualitas sebagai sasaran utama.

Menurut **Juran** dalam (**Tjiptono 2003: 54**), menjelaskan ada sepuluh langkah untuk memperbaiki kualitas yaitu:

1. Membentuk kesadaran terhadap kebutuhan akan perbaikan dan peluang untuk melakukan perbaikan.
2. Menetapkan tujuan perbaikan.
3. Mengorganisasikan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
4. Menyediakan pelatihan.
5. Melaksanakan proyek-proyek yang ditujukan untuk pemecahan masalah.
6. Melaporkan perkembangan.
7. Memberikan penghargaan.
8. Mengkomunikasikan hasil-hasil.
9. Menyimpan dan mempertahankan hasil yang dicapai.
10. Memelihara momentum dengan melakukan perbaikan dalam sistem regular perusahaan.

2.3 Pelayanan

2.3.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu proses pemberian kebutuhan yang dilakukan melalui aktivitas orang lain secara langsung untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Menurut **Gronroos** (dalam **Ratminto dan Winarsih 2016:2**) mengatakan 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 atau pelanggan.”

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, definisi pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.3.2 Karakteristik Pelayanan

Menurut **Norman** (dalam **Hardiansyah 2018 : 48**), mengatakan adanya beberapa karakteristik tentang pelayanan, antara lain :

1. Pelayanan sifatnya tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindak sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

2.3.3 Pengertian Pelayanan Publik

Menurut **Wasistiono** dalam **Hardiasnyah (2018:11-12)**, menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

Menurut **Lonsdale** (dalam **Mulyadi 2016 : 189**), menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah segala sesuatu yang disediakan oleh pemerintah karena umumnya masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri.

Dalam **Undang-undang No 25 Tahun 2009** menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Menurut **Moenir** (dalam **Mulyadi 2016 : 192**) menjelaskan bahwa:

“pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.”

Pelayanan publik dalam **Kemenpan No 63 Tahun 2003** terbagi dalam tiga kelompok, yaitu :

1. **Kelompok Pelayanan Administratif** : Pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen formal yang dibutuhkan oleh publik.
2. **Kelompok Pelayanan Barang** : Pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang digunakan oleh publik. Hal ini berkaitan dengan tugas-tugas yang dilaksanakan oleh negara selaku pelaku usaha, yang kewenangannya dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Negara.
3. **Kelompok Pelayanan Jasa** : Pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang dibutuhkan oleh publik

(misalnya : pelayanan pendidikan, pemeliharaan kesehatan dan lainnya).

2.3.4 Jenis-Jenis Pelayanan Publik

Menurut **LAN (2004)**, terdapat jenis-jenis pelayanan publik, antara lain :

1. **Pelayanan Pemerintahan** : Jenis pelayanan masyarakat yang terkait dengan tugas-tugas umum pemerintahan, seperti pelayanan KTP, SIM, Pajak, Perizinan dan Keimigrasian.
2. **Pelayanan Pembangunan** : Jenis pelayanan masyarakat yang terkait dengan penyediaan sarana dan prasarana untuk memberikan fasilitas kepada masyarakat dalam melakukan aktivitasnya sebagai warga negara. Pelayanan ini meliputi penyediaan jalan-kalan, jembatan-jembatan, pelabuhan-pelabuhan dan lainnya.
3. **Pelayanan Utilitas** : Pelayanan yang terkait dengan utilitas bagi masyarakat seperti penyediaan listrik, air, telepon dan transportasi lokal.
4. **Pelayanan Sandang, Pangan dan Papan** : Jenis pelayanan yang menyediakan bahan kebutuhan pokok masyarakat dan kebutuhan perumahan, seperti penyediaan beras, gula, minyak, gas, tekstil dan perumahan murah.
5. **Pelayanan Kemasyarakatan** : Jenis pelayanan yang dilihat dari sifat dan kepentingannya lebih ditekankan pada kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, ketenagakerjaan, rumah yatim piatu dan lainnya.

2.3.5 Asas-Asas Pelayanan Publik

Menurut **Ibrahim (dalam Mulyadi 2016 : 194)**, terdapat asas-asas pelayanan publik, antara lain :

1. **Hak dan kewajiban**, baik bagi pemberi maupun penerima pelayanan publik tersebut, harus jelas serta diketahui dengan baik oleh masing-masing pihak sehingga tidak ada keraguan dalam pelaksanaannya.

2. **Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum** harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap berpegang pada efisiensi dan efektifitasnya.
3. **Mutu proses keluaran dan hasil pelayanan publik** tersebut harus diupayakan agar dapat memberikan keamanan, kenyamanan, kelancaran dan kepastian hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.
4. **Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi atau Lembaga Pemerintah atau Pemerintahan** “terpaksa harus mahal”, maka Instansi atau Lembaga Pemerintahan atau Pemerintah yang bersangkutan berkewajiban “memberi peluang” kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.3.6 Standar Pelayanan Publik

Menurut **Hardiansyah (2018 : 36-37)**, menjelaskan bahwa setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan, sebagai jaminan adanya kepastian bagi pemberi didalam pelaksanaan tugas dan fungsinya dan bagi penerima pelayanan dalam proses pengajuan permohonannya. Standar pelayanan publik wajib ditaati dan dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan dan menjadi pedoman bagi penerima pelayanan, serta sebagai alat control masyarakat atau penerima layanan atas kinerja penyelenggara pelayanan.

Standar Pelayanan Publik menurut **Keputusan Menteri PAN Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003**, sekurang-kurangnya meliputi :

- 1) **Prosedur Pelayanan**
- 2) **Waktu Penyelesaian**
- 3) **Biaya Pelayanan**
- 4) **Produk Pelayanan**
- 5) **Sarana dan Prasarana**
- 6) **Kompetensi Petugas Pelayanan**

Menurut **Bharata** (dalam **Mulyadi 2016:195**) terdapat empat unsur penting dalam proses pelayanan publik yaitu :**Penyedia layanan**, yaitu pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (goods) atau jasa-jasa (services).

1. **Penerima layanan**, yaitu mereka yang disebut sebagai konsumen (customer) atau costumer yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.
2. **Jenis layanan**, yaitu layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.
3. **Kepuasan pelanggan**, dalam memberikan layanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini penting dilakukan karena tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang atau jasa yang mereka nikmati.

2.3.7 Dimensi dan Indikator Pelayanan Publik

Menurut **Fitzsimmons, Zeithaml, dan Bitner** yang dikutip oleh **Tjiptono**, ada lima Dimensi mengenai pelayanan publik yaitu:

1. **Tangibles (bukti langsung)** yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.
2. **Reliability (keandalan)** yang ditandai dengan pemberian pelayanan yang tepat dan benar.
3. **Responsiveness (daya tanggap)** yang ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. **Assurance (jaminan)** yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.
5. **Empati** yang ditandai dengan tingkat kemampuan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pelayanan publik yang baik hanya akan dapat diwujudkan apabila terdapat penguatan dalam posisi tawar pengguna jasa pelayanan

mendapatkan prioritas utama. Penggunaan jasa diletakkan di pusat yang mendapat dukungan dari :

1. Sistem pelayanan yang mengutamakan kepentingan masyarakat, khususnya pengguna jasa.
2. Kultur pelayanan dalam organisasi penyelenggara pelayanan.
3. Sumber daya manusia yang berorientasi pada kepentingan pengguna jasa.

Lembaga Administrasi Negara (LAN, 2003) membuat beberapa kriteria pelayanan publik yang baik dapat dilihat dari indikator-indikatornya, antara lain :

1. **Kesederhanaan**, prosedur atau tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang meminta pelayanan.
2. **Kejelasan dan kepastian**, artinya adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur atau tata cara pelayanan, persyaratan pelayanan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administrative, unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan, rincian biaya atau tarif pelayanan dan tata cara pembayarannya, dan jadwal waktu penyelesaian pelayanan.
3. **Keamanan**, proses hasil pelayanan dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan dapat memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.
4. **Keterbukaan** artinya segala sesuatu yang terkait atau berhubungan dengan proses pelayanan wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.
5. **Efisiensi**, yaitu persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan, dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan, dalam hal proses pelayanan masyarakat yang bersangkutan mempersyaratkan adanya kelengkapan persyaratan dari satuan kerja atau instansi pemerintah lain yang terkait.
6. **Ekonomis**, pengenaan biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan nilai barang dan jasa pelayanan

masyarakat dan tidak menuntut biaya yang terlalu tinggi diluar kewajaran, kondisi dan kemampuan masyarakat untuk membayar, ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

7. **Keadilan yang merata**, mencakup atau jangkauan pelayanan harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diberlakukan secara adil bagi seluruh lapisan masyarakat.
8. **Ketepatan waktu**, artinya pelaksanaan pelayanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
9. **Kriteria kuantitatif**, kriteria yang terdiri dari jumlah warga atau masyarakat yang meminta pelayanan (perhari, per bulan, per tahun), perbandingan periode pertama dengan periode berikutnya menunjukkan adanya peningkatan atau tidak, lamanya waktu pemberian pelayanan masyarakat sesuai dengan permintaan, penggunaan perangkat-perangkat modern untuk mempercepat dan mempermudah pelayanan kepada masyarakat, frekuensi keluhan dan atau pujian dari masyarakat penerima pelayanan terhadap pelayanan yang diberikan oleh unit kerja atau kantor pelayanan yang bersangkutan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut **Kotler dan Amstrong** (dalam **Indrasari 2019 : 61**), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut **Ibrahim** (dalam **Hardiansyah 2018 : 55**), menjelaskan bahwa 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.

2.4.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut **Kumorotomo** (dalam **Hardiansyah 2018: 69**) menyatakan bahwa kualitas pelayanan publik terdiri dari empat dimensi, yaitu:

1. **Dimensi Efisiensi** yang indikator nya terdiri dari keberhasilan organisasi pelayanan public mendapatkan laba, memanfaatkan faktor-faktor produksi serta pertimbangan yang berasal dari rasionalitas ekonomis.
2. **Dimensi Efektivitas**, yang indikatornya terdiri dari tujuan didirikan organisasi pelayanan publik tercapai, yang erat kaitannya dengan rasionalitas teknis, nilai, misi, tujuan organisasi, serta fungsi sebagai agen pembangunan.
3. **Dimensi Keadilan**, yang indikatornya terdiri dari distribusi dan alokasi layanan yang diselenggarakan oleh organisasi pelayanan publik.
4. **Dimensi Daya Tanggap**, yang indikatornya terdiri dari daya tanggap terhadap kebutuhan masyarakat.

Menurut Zeithaml (dalam hardiansyah 2018 : 7), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. Tangibles (Bukti fisik)
2. Reliability (Kehandalan)
3. Responsiviness (Ketanggapan)
4. Assurance (Jaminan)
5. Empathy (Empati)

Menurut **Van Looy** (dalam **Hardiansyah 2018 : 62**), suatu model dimensi kualitas jasa yang ideal baru memenuhi beberapa syarat apabila :

1. Dimensi harus bersifat satuan yang komprehensif, artinya dapat menjelaskan karakteristik secara menyeluruh mengenai persepsi terhadap kualitas karena adanya perbedaan dari masing-masing dimensi yang diusulkan.
2. Model juga harus bersifat universal, artinya masing-masing dimensi harus bersifat umum dan valid untuk berbagai spektrum dibidang jasa.
3. Masing-masing dimensi dan model yang diajukan haruslah bersifat bebas.
4. Sebaiknya jumlah dimensi dibatasi (limited).

Menurut **Hardiansyah (2018 : 68)** menjelaskan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan publik yang baik tidak cukup hanya menggunakan indikator tunggal, namun secara niscaya harus menggunakan multi-indikator atau indikator ganda dalam pelaksanaannya. Karena itu dimensi-dimensi pelayanan sangat berpengaruh kepada kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparat, pada bidang pelayanan pemerintahan dan pembangunan, bidang ekonomi, bidang pendidikan, bidang kesehatan, bidang sosial, bidang kesejahteraan rakyat dan lainnya.

Menurut **Gaspersz (dalam Hardiansyah 2018 : 70)**, menyebutkan adanya beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam peningkatan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Akurasi pelayanan, yang berkaitan dengan reliabilitas
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan
4. Tanggungjawab yang berkaitan dengan penerimaan pesanan, maupun penanganan keluhan
5. Kelengkapan, menyangkut ketersediaan sarana pendukung
6. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan
7. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi
8. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas atau penanganan permintaan khusus
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang, kemudahan dan informasi.
10. Atribut yaitu pendukung pelayanan lainnya seperti kebersihan lingkungan, AC, Fasilitas ruang tunggu, fasilitas music atau TV, dan lainnya.

2.5 Pelayanan Bantuan Langsung Tunai

2.5.1 Pengertian Pelayanan Bantuan Langsung Tunai

Peraturan Menteri Desa Nomor 6 Tahun 2020 pasal 1 Angka

28, menjelaskan bahwa :

“Bantuan Langsung Tunai didefinisikan sebagai bantuan untuk penduduk miskin yang bersumberkan dari Dana Desa.”

Pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang

Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun menjelaskan bahwa :

“Program Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (BLT-DD) dianggarkan di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDES) Dana Desa yang dialihkan untuk Bantuan Langsung Tunai Desa. Bantuan Langsung Tunai dilakukan dalam rangka memberikan kekeluargaan bagi pemerintah Desa dalam menganggarkan BLT-DD dalam APBDES, serta memperluas cakupan keluarga penerima manfaat sebagai penanggung jawab Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah dengan tetap di bawah pengawasan saksi yang sudah ditunjuk atau ditetapkan.”

Sebelum Indonesia mengalami pandemi corona virus disease 2019 (covid-19), penggunaan dana desa tahun 2020 difokuskan pada pelaksanaan program dan kegiatan di bidang Pembangunan Desa dan Pemberdayaan Masyarakat. Sesuai dengan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Permendes PDT) Nomor 11 tahun 2019 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020. Setelah adanya pandemic covid-19, terjadi perubahan prioritas penggunaan dana desa, diawali dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPPU) Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk penanganan Pandemi Covid-19.

Untuk mengantisipasi dampak covid-19 bagi masyarakat adalah dengan penggunaan dana desa pemberian Bantuan Langsung Tunai (BLT) Dana Desa (DD), sasaran BLT DD ini adalah keluarga miskin non Penerima Keluarga Harapan (PKH) atau Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) yang kehilangan mata pencaharian. Besaran pemberian BLT DD adalah sebesar Rp 600.000,00 per KPM per bulan selama 3 bulan.

Untuk mengkoordinir penyaluran BLT DD menghadapi covid-19, Menteri Keuangan Menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 40/PMK.07/2020 tentang Perubahan atas PMK Nomor 205/PMK.07/2019 tentang Pengelolaan Dana Desa. Salah satu ketentuan yang diatur adalah adanya peraturan Kepala Desa mengenai penetapan keluarga penerima manfaat BLT DD. Oleh karena itu, desa wajib untuk menganggarkan BLT DD pada APB Kampung maksimal sebesar 35 persen dari dana desa yang diterima. Agar pemberian BLT DD secara bulanan berjalan dengan baik, penyaluran dilakukan secara langsung ke

rekening kas desa. Pencairan dilakukan secara bulanan, dengan persentase 15 persen, 15 persen dan 10 persen.

Dalam rangka mempercepat penyaluran BLT DD, Menteri Keuangan menerbitkan PMK Nomor 50/PMK/07/2020 tentang Perubahan kedua atas PMK Nomor 205/PMK.07/2019 tentang Pengelolaan Dana Desa. Pokok perubahannya adalah dokumen persyaratan penyaluran dana desa berupa peraturan kepala desa (perkades) yang sebelumnya diajukan pada tahap pertama dan kedua maka digeser menjadi persyaratan penyaluran di tahap ketiga.

2.5.2 Tujuan Bantuan Langsung Tunai (BLT)

Seperti yang dikutip dari Web Resmi Kementerian Keuangan, bahwa terdapat beberapa tujuan dari program Bantuan Langsung Tunai (BLT) Dana Desa, sebagai berikut :

1. Untuk mengurangi beban masyarakat, terutama masyarakat miskin akibat pandemic covid-19 sehingga dapat mencegah dari penurunan taraf kesejahteraan mereka.
2. Untuk membantu perekonomian masyarakat yang kehilangan mata pencaharian selama pandemi covid-19 sehingga mereka tetap dapat memenuhi kebutuhan dasarnya atau kebutuhan mereka sehari-hari.
3. Untuk meningkatkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat yang terdampak pandemi covid-19.

2.5.3 Kualitas Pelayanan Bantuan Langsung Tunai

Untuk melihat pelayanan tersebut berkualitas serta memenuhi keinginan atau harapan pelanggan atau masyarakat, terdapat beberapa cara untuk menilainya yaitu dengan sistem keluhan dan saran, survei kepuasan

pelanggan dan melakukan pengamatan pada kepuasan pelanggan atau masyarakat. Dengan itu fokus pada kebutuhan maupun keinginan masyarakat bisa diartikan sebagai orientasi pemerintah terhadap kebutuhan serta keinginan masyarakat atas layanan yang diinginkan serta diharapkan oleh masyarakat.

2.6 Kepuasan Masyarakat

2.6.1 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Kepuasan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut **Day** (dalam **Tjiptono 2003 : 102**) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut **Kotler** (dalam **Tjiptono 2003: 102**), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut **Hasan** (dalam **Ismanto 2020 : 158**), menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah harga penuh dan produk yang dirasakan dari produk atau layanan yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum membeli. Ketidakpuasan terjadi ketika persepsi kinerja tidak memenuhi harapan.

Berdasarkan **Kepmen PAN Nomor 16 Tahun 2014**, bahwa kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggaraan pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Berdasarkan **Kep./25/M.PAN/2/2004**, menjelaskan bahwa kepuasan pelayanan adalah hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik.

2.6.2 Metode Pengukuran Kepuasan Masyarakat

Menurut **Fitzsimmons** (dalam **Hardiansyah 2018 : 50**), menyatakan bahwa terdapat pengukuran kepuasan pelanggan dengan cara :

1. Mengetahui sejauh mana pelanggan yang lari atau pindah kepada penyedia layanan lainnya. Dalam pelayanan publik dimana pelayanan dilakukan secara monopolistic dimana konsumen tidak bisa memilih, maka kerugiannya bukan berpindahnya pelanggan tetapi ketidakpedulian masyarakat akan layanan atau pembangunan yang dilakukan.
2. Mengetahui kesenjangan pelayanan yaitu kesenjangan antara harapan dan pengalaman yaitu dengan melihat kesenjangan antara pelayanan yang diberikan atau diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan oleh penerima layanan.

Menurut **Consuegra (2007 : 178)**, mengukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi yaitu :

1. **Kesesuaian Harapan** : Jasa yang ditawarkan sesuai dengana harapan para pelanggan. Harapan adalah apa saja yang konsumen pikirkan harus disajikan oleh penyedia jasa. Harapan pelanggan memiliki peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas atau

kepuasan. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau menerima pelayanan jasa yang diberikan.

2. **Persepsi Kinerja** : Hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang.
3. **Penilaian Pelanggan** : Penilaian secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama. Konsep penilaian pelanggan mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan, dimana menggambarkan pertimbangan yang evaluatif pelanggan perihal produk atau pelayanan jasa yang diterima. Kinerja produk atau pelayanan yang dirasakan sama atau lebih besar dari yang diharapkan, yang dianggap bernilai dan dapat memberi kepuasan.

Menurut **Tjiptono** (dalam **Indrasari 2019:88**) bahwa metode pengukuran kepuasan pelanggan diantaranya adalah :

1. **Sistem Keluhan dan Saran** : Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
2. **Ghost Shopping** : Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.
3. **Lost Customer Analysis** : Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit

interview saja yang perlu tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. **Survai Kepuasan Pelanggan** : Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Sebagaimana diamanatkan dalam **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS)**, perlu disusun indeks kepuasan masyarakat sebagai tolak ukur untuk menilai tingkat kualitas pelayanan. Data indeks kepuasan masyarakat akan menjadi bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong bagi setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Banyaknya jenis pelayanan dengan sifat dan karakteristik yang berbeda, untuk memudahkan penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) unit pelayanan diperlukan pedoman umum yang digunakan sebagai acuan bagi Instansi, Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten atau kota untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan di lingkungan instansi masing-masing. Penetapan unsur penilaian telah didahului dengan penelitian yang dilaksanakan atas kerja sama Kementerian PAN dengan BPS. Dari hasil penelitian diperoleh 48 (empat puluh delapan) unsur penting yang mencakup berbagai sektor layanan yang sangat bervariasi dan dari hasil pengujian akademis atau ilmiah diperoleh 14 (empat belas) unsur yang dapat diberlakukan untuk semua jenis pelayanan, untuk mengukur indeks kepuasan masyarakat unit pelayanan.

Pedoman penyusunan indeks kepuasan masyarakat sebagai acuan bagi unit pelayanan instansi pemerintah dalam menyusun indeks kepuasan masyarakat untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala, sebagai bahan dalam menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik. Bagi masyarakat, indeks kepuasan masyarakat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan unit yang bersangkutan.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) merupakan data dan informasi mengenai 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. Dengan tersedianya data IKM secara periodik, diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Diketahui kelemahan atau kekurangan dari masing-masing unsur dalam penyelenggara pelayanan publik.
2. Diketahui kinerja penyelenggaraan pelayanan yang telah dilaksanakan oleh unit pelayanan publik secara periodik.
3. Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan upaya yang perlu dilakukan.
4. Diketahui indeks kepuasan masyarakat secara menyeluruh terhadap hasil pelaksanaan pelayanan publik pada lingkup pemerintah pusat dan daerah.
5. Memacu persaingan positif, antar unit penyelenggara pelayanan pada lingkup pemerintah pusat dan daerah dalam upaya peningkatan kinerja pelayanan.
6. Bagi masyarakat dapat diketahui gambaran tentang kinerja unit pelayanan.

Berdasarkan prinsip pelayanan dalam **Keputusan MenPAN Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003** dikembangkan menjadi 14 unsur yang relevan, valid dan reliable, sebagai dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat sebagai berikut :

1. **Prosedur pelayanan**, yaitu kemudhan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
2. **Persyaratan pelayanan**, yaitu persyaratan teknis dan administrasi 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 dengan 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 atau 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 pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau 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 menghargai dan menghormati.
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, rapih, 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.