

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Tentang Kualitas**

##### **2.1.1 Definisi Kualitas**

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi, mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis.

Menurut Kotler (dalam Hardiyansyah, 2018:49) menyatakan bahwa :

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

Menurut Sinambela, dkk (dalam Hardiyansyah, 2011:49) mengemukakan bahwa, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Sedangkan menurut Joseph M. Juran (dalam M.N Nasution, 2005:34) mendefinisikan kualitas sebagai:

“Kualitas sebagai cocok atau sesuai untuk digunakan (*Fitness for use*), yang mengandung pengertian bahwa suatu produk atau jasa harus dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pemakainya.”

Menurut Philip B. Crosby (dalam M.N Nasution, 2005:3) menyatakan bahwa:

“Kualitas adalah memenuhi atau sama dengan persyaratan (*conformance of requirement*). Meleset sedikit saja dari persyaratan, maka suatu produk atau jasa dikatakan tidak berkualitas. Persyaratan itu sendiri dapat berubah sesuai dengan

keinginan pelanggan, kebutuhan organisasi, pemasok, dan sumber pemerintah, teknologi serta pasar atau pesaing.”

Menurut Garvin (Hardiyansyah , 2018:51) terdapat lima macam perspektif kualitas yang dapat menjelaskan mengapa kualitas dapat diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlain, meliputi:

1. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan, diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan;
2. *Product-based approach*, bahwa kualitas merupakan atribut ataupun spesifikasi yang dapat kuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk;
3. *User-based approach*, bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga pelayanan yang paling memuaskan preferensi seseorang (*perceived quality*) merupakan pelayanan yang paling berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif dan *demand oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan;
4. *Manufacturing-based approach*, mendasarkan diri pada *supply* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakan; dan yang terakhir
5. *Value-based approach*, memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang dibeli konsumen maupun pelayanan yang paling bermakna bagi pelanggan.

## 2.2 Tinjauan Tentang Pelayanan

### 2.2.1 Definisi Pelayanan

Pelayanan dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan siapapun yang membutuhkannya. Menurut Gronroos (dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, 2016:15) menyatakan bahwa:

“Pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi dan konsumen karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.”

Menurut Rasyid (dalam Deddy Mulyadi, 2016:174) mengemukakan bahwa pelayanan pada hakekatnya adalah:

“Salah satu dari tiga fungsi hakiki pemerintahan, di samping fungsi pemberdayaan dan pembangunan. Keberhasilan seseorang dalam menjalankan misi pemerintahan dapat dilihat dari kemampuannya mengemban tiga fungsi tersebut.”

Sedangkan menurut KEPMENPAN No.63/KEP/M.PAN/7/2003 berisikan bahwa pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan 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.

Menurut Lonsdale (dalam Deddy Mulyadi, 2016:189) mengatakan bahwa:

“Pengertian dari pelayanan public ialah segala sesuatu yang disediakan oleh pemerintah atau swasta karena umumnya masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, kecuali secara kolektif dalam rangka memenuhi kesejahteraan sosial seluruh masyarakat.”

Sementara itu, pengertian pelayanan public menurut Undang-Undang No.25 tahun 2009, ialah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan public.

### 2.2.2 Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (dalam *Administrasi Untuk Pelayanan Publik*, Deddy Mulyadi et.al, 2018:36) memberikan empat karakteristik dari konsep pelayanan, yaitu;

1. *Intangibility* atau tak berwujud yang memiliki arti bahwa pelayanan tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar, ataupun dicium sebelum dibeli atau dikonsumsi oleh pengguna.
2. *Inseparability* atau tak terpisahkan, maksudnya bahwa kegiatan pelayanan tidak dapat dipisahkan dari pemberi layanan, baik perorangan maupun organisasi serta perangkat mesin atau teknologi karena jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
3. *Variability* atau bervariasi, maksudnya bahwa pelayanan sangat beraneka ragam, tergantung siapa yang memberikan, kapan dan dimana serta kepada siapa pelayanan diberikan.

4. *Perishability* atau dapat dimusnahkan, bermakna bahwa pelayanan tidak bisa disimpan, sehingga pada dasarnya pelayanan dikonsumsi pada saat itu juga.

Dwiyanto (dalam *Administrasi Untuk Pelayanan Publik*, Deddy Mulyadi et.al, 2018:39) menyatakan bahwa pelayanan public harus dilihat dari karakteristik dan sifat pelayanan itu sendiri, bukan dari karakteristik lembaga penyelenggara atau sumber pembiayaan semata. Misalnya pelayanan kesehatan di rumah sakit milik pemerintah sangat penting dan harus disediakan oleh Negara.

## 2.3 Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas tidak bisa dipisahkan dari kata pelayanan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan memiliki makna kesatuan yang tergabung antara pengertian kualitas serta pelayanan. Menurut Zeithaml et.al (dalam Hardiyansyah, 2018:56) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh dua hal, yaitu: *expected service* dan *perceived service*. Kedua hal tersebut ditentukan oleh *dimention of service quality* yang terdiri dari sepuluh dimensi, yaitu; *Tangible; Reliability; Responsiveness; Competence; Courtesy; Credibility; Feel Secure; Access; Communication; and Understanding the customer.*

Menurut Sampara (dalam Hardiyansyah, 2018:49) mengemukakan bahwa:

“Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.”

Jadi pada intinya, pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat dikategorikan dapat memuaskan para pengguna atau pemakainya. Namun apabila masyarakat sebagai pengguna belum merasakan kepuasan dari pelayanan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tersebut belum optimal.

### 2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dijelaskan oleh Zeithaml et.al (dalam buku *Kualitas Pelayanan Publik*, Hardiyansyah, 2018:63), yaitu dimensi SERVQUAL (kualitas pelayanan) sebagai berikut:

1. *Tangibles* (terlihat atau terjangkau) memiliki 6 indikator, diantaranya; penampilan petugas atau aparatur dalam melayani pelanggan; kenyamanan tempat melakukan pelayanan; kemudahan dalam proses pelayanan; kedisiplinan petugas atau aparatur dalam melakukan pelayanan; kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan; dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. *Reliability* (kehandalan) memiliki 4 indikator, diantaranya; kecermatan petugas dalam melayani pelanggan; memiliki standar pelayanan yang jelas; kemampuan petugas atau aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan; dan keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) memiliki 6 indikator, diantaranya; merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan; petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat; petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat; petugas/aparatur melakukan

pelayanan dengan cermat; petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat; dan semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.

4. *Assurance* (jaminan) memiliki 4 indikator, diantaranya; petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan; petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan; petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan; dan petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
5. *Empathy* (empati) memiliki 5 indikator, diantaranya; mendahulukan kepentingan pemohon atau pelanggan; petugas melayani dengan sikap ramah; petugas melayani dengan sikap sopan santun; petugas melayani dengan tidak diskriminatif; dan petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

Menurut Salim dan Woodward (dalam Hardiyansyah, 2018:71)

menyatakan ada 4 dimensi kualitas pelayanan public, diantaranya;

1. Dimensi ekonomis adalah penggunaan sumber daya yang sesedikit mungkin dalam proses penyelenggaraan pelayanan public;
2. Dimensi efisiensi adalah suatu keadaan yang menunjukkan tercapainya perbandingan terbaik antara masukan dan keluaran dalam suatu penyelenggaraan pelayanan public;
3. Dimensi efektivitas adalah tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk target, sasaran jangka panjang maupun misi organisasi;
4. Dimensi keadilan adalah pelayanan public yang diselenggarakan dengan memperhatikan aspek-aspek pemerataan.

Sedangkan menurut De Vreye (dalam Hardiyansyah, 2018:69)

menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan ada tujuh

dimensi yang harus diperhatikan sebagai berikut:

1. *Self-estem* (harga diri), dengan indicator; pengebangan prinsip pelayanan; menempatkan sesorang yang sesuai dengan keahliannya; menetapkan tugas pelayanan yang futuris, dan berpedoman pada kesuksesan hari esok yang lebih baik.

2. *Exeed expectation* (memenuhi harapan), dengan indikator; penyesuaian standar pelayanan; pemahaman terhadap keinginan pelanggan; dan pelayanan sesuai harapan petugas.
3. *Recovery* (pembenahan), dengan indikator; menganggap keluhan merupakan peluang, bukan masalah; mengatasi keluhan pelanggan; mengumpulkan informasi tentang keinginan pelanggan; uji coba standar pelayanan; dan mendengar keluhan pelanggan.
4. *Vision* (pandangan ke depan), dengan indikator; perencanaan ideal di masa depan; memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin; dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
5. *Improve* (perbaikan), dengan indikator; perbaikan secara terus menerus; menyesuaikan dengan perubahan mengikutsertakan bawahan dalam penyusunan rencana; investasi yang bersifat non-material (*training*); penciptaan lingkungan yang kondusif; dan penciptaan standar yang respinsif.
6. *Care* (perhatian), dengan indikator; menyusun sistem pelayanan yang memuaskan pelanggan; menjaga kualitas; menerapkan standar pelayanan yang tepat; dan uji coba standar pelayanan.
7. *Empower* (pemberdayaan), dengan indikator; memberdayakan karyawan/bawahan; belajar dari pengalaman; dan memberikan rangsangan, pengakuan, dan penghargaan.

### 2.3.3 Mengukur Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dirasakan oleh masyarakat yang mendapatkan pelayanan tersebut. Untuk mengetahui pengukuran kualitas pelayanan tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti pernyataan Nurdin (dalam bukunya yang berjudul *Kualitas Pelayanan Publik*, 2019:66), sebagai berikut:

1. Umpan balik dari masyarakat, dengan mengedarkan survey kepada masyarakat yang menerima pelayanan serta *follow up* kepada pelanggan setelah pelayanan diselenggarakan.

2. Melakukan evaluasi pelayanan, hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana dan bagaimana pelayanan publik yang diberikan berjalan sesuai standar.
3. Memperbaiki pelayanan, hal tersebut bisa dilakukan saat awal pelayanan diselenggarakan, saat berlangsung penyelenggaraan diselenggarakan atau juga saat selesai pelayanan berlangsung.

Menurut Brown (dalam Hardiyansyah, 2018:70) mengatakan bahwa di mata masyarakat, kualitas pelayanan meliputi ukuran-ukuran sebagai berikut:

1. *Reability*, kemampuan untuk memproduksi jasa sesuai yang diinginkan secara tepat.
2. *Assurance*, pengetahuan dan kemampuannya untuk meyakinkan.
3. *Empathy*, tingkat perhatian dan atensi individual yang diberikan kepada pelanggan.
4. *Responsiviness*, kemampuan untuk membantu pelanggan memberikan pelayanan yang tepat.
5. *Tangible*, penyediaan fasilitas fisik dan kelengkapan serta penampilan pribadi.

#### **2.3.4 Komponen dan Aspek Kualitas Pelayanan**

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik, kita senantiasa dituntut untuk terus tampil dan memberikan pelayanan prima yang menjadi sumber kepuasan dari tiap pengguna atau masyarakat yang menerima serta menikmati *service* layanan tersebut.

Menurut Mulyadi, et.al (dalam bukunya yang berjudul *Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik*, 2018:43) menyebutkan beberapa komponen-komponen pelayanan yang perlu diperhatikan, diantaranya;

1. Prosedur pelayanan, yakni merupakan pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu penyelesaian, ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya pelayanan, dalam hal ini biaya atau tariff pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk pelayanan, hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana, hal ini harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan, harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Sedangkan menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons (dalam *Administrasi Untuk Pelayanan Publik*, Deddy Mulyadi et.al, 2018:43) dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik perlu memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

1. Fasilitas Penunjang (*Supporting Facilities*); fasilitas penunjang ini adalah berbagai prasarana dan sarana fisik yang harus sudah tersedia sebelum sesuatu pelayanan public tertentu dapat diselenggarakan atau ditawarkan kepada masyarakat.
2. Barang/Jasa Pelengkap (*Complimentary Products/Services*); barang atau jasa pelengkap yang dimaksud adalah barang atau material atau bisa juga dokumen, maupun jasa-jasa lainnya yang harus disediakan, dibeli, dan atau digunakan oleh masyarakat calon pengguna layanan public sebagai pelengkap atau kelengkapan sebelum atau sesudah memperoleh pelayanan public tertentu.
3. Layanan Eksplisit (*Explicit services*); layanan eksplisit yang dimaksud adalah wujud nyata sebagai substansi atau inti manfaat dari pelayanan public yang diterima atau dirasakan oleh masyarakat.
4. Manfaat Tersirat (*Implicit Services*); manfaat yang tersirat dari pelayanan public adalah manfaat yang secara psikologis dapat dirasakan oleh masyarakat secara

ekstrinsik dari suatu layanan public yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

## 2.4 Tinjauan Tentang *Smart City*

### 2.4.1 Definisi *Smart City*

Efektivitas dari sebuah program *Smart City* yang telah diselenggarakan oleh pemerintah saat ini membuat harapan dan ekspektasi dari masyarakat yang tinggi untuk dapat mencapai keseimbangan dan kehandalan dari makna 'Kota Pintar' yang diusungkan oleh program tersebut. Mayoritas masyarakat ingin hidup dalam kesejahteraan yang dapat mendukung unsur pemenuhan kebutuhan hidup untuk mencapai keharmonisan yang didambakan. Salah satu unsur tersebut yakni berupa rasa aman, yang mana memiliki banyak sekali ambiguitas makna di dalamnya. Namun, jika dikaitkan dengan program *Smart City* kali ini, tentunya masyarakat ingin hidup damai, tentram, dan pastinya memiliki tingkat keamanan yang terjamin.

Tentunya dalam hal ini, kita tidak bisa mentolerir adanya unsur eksternal yang dapat terjadi dimana pun dan kapan pun, terlebih lagi dengan adanya permasalahan sosial yang dapat menimbulkan banyak sekali *effect* negatif sehingga memicu terjadinya perlakuan yang menyimpang norma, seperti; kriminalitas, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu, pemerintah menghadirkan konsep *Smart City* sebagai opsional untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut. Menurut pedoman yang berjudul, *Gerakan Menuju 100 Smart City (2017-2019)*

menyatakan bahwa *Smart City* merupakan kota yang berdaya saing dan berbasis teknologi informasi didukung sinergi Pembangunan Ekonomi Cerdas (*Smart Economy*), Partisipasi Cerdas Masyarakat (*Smart People*), Tata Pemerintahan Cerdas (*Smart Government*), Pengelolaan Sarana Transportasi Cerdas (*Smart Mobility*), Pengelolaan Sumber Day Alam Cerdas (*Smart Living*), dan Peeliharaan Lingkungan Cerdas (*Smart Environment*).

## **2.5 Tinjauan Tentang Cirebon Siaga 112**

### **2.5.1 Definisi Cirebon Siaga 112**

Layanan nomor tunggal panggilan darurat 112 dalam salah satu program yang bernama Cirebon Siaga 112 ini sudah berjalan dalam memberikan pelayanan kegawat daruratan melalui panggilan secara gratis. Cirebon Siaga 112 sudah beroperasi sejak tahun 2018 dan ditangani langsung oleh Kementerian Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Cirebon. Cirebon Siaga 112 ini turut menangani hal kegawat daruratan yang beragam, diantaranya; kebakaran; kerusakan; kecelakaan; bencana alam; penanganan masalah kesehatan; gangguan keamanan dan ketertiban umum; dan/atau keadaan darurat lainnya yang ditetapkan oleh Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.

Program tersebut juga menjadi salah satu kebanggaan bagi Kota Cirebon, yang telah dibuktikan dengan mewakili Indonesia dalam kompetisi ASEAN ICT Awards (AICTA) 2022 dengan mengusung

konsep *panic button* yang terintegrasi langsung dengan layanan Cirebon Siaga 112. Selain itu, program Cirebon Siaga 112 juga menjadi program terbaik dalam ajang Indonesia Entrepreneur TIK (IdenTIK) 2021 dengan kategori Publik Sektor.

Dalam proses pada program tersebut juga tergolong mudah, yaitu dimana pelapor dapat menghubungi layanan 112 yang kemudian akan diterima oleh operator. Lalu, pelapor dapat langsung mengatakan tujuan ataupun meminta bantuan terkait kegawat daruratan yang tengah dihadapi di lokasi kejadian. Setelahnya, operator akan menghubungi bidang terkait yang memang dapat mengatasi persoalan tersebut, seperti Kepolisian, Pemadam Kebakaran, *Ambulance*, dan lain sebagainya yang memang berlokasi dekat dengan titik kejadian perkara. Terkait tenggat waktu yang diperlukan yaitu sekitar 10 – 15 menit.

Mengenai tujuan dibuatnya Program Layanan Cirebon Siaga 112 ini sudah tertera pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang Layanan Nomor Tunggal Panggilan Darurat Pasal 2, yang berisikan:

Peraturan Menteri ini bertujuan untuk:

- a. Membentuk sistem Pusat Panggilan Darurat yang terpadu;
- b. Menyatukan nomor panggilan darurat untuk mempermudah masyarakat dalam penanggulangan keadaan darurat;
- c. Mempercepat penanggulanga keadaan darurt; dan
- d. Mempermudah koordinasi antar instansi terkait.

Berdasarkan kebijakan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Layanan Nomor Tunggal Darurat Cirebon Siaga 112 merupakan salah satu program yang tergolong penting, karena dapat menanggulangi maupun meminimalisir dampak negatif yang dihasilkan dari suatu insiden, terutama apabila sudah masuk ke dalam taraf yang membahayakan.

