

## BAB II TINJAUAN LITERATUR

Setelah menjelaskan latar belakang penelitian mengenai pelayanan publik di instansi pemerintah dalam hal ini pelayanan pengesahan badan perseroan terbatas di Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum Departemen Hukum dan HAM, maka dalam bab ini akan menjelaskan berbagai teori yang akan menjadi dasar penelitian yaitu teori-teori yang berkaitan dengan pelayanan, pelayanan publik, penerapan pelayanan prima di instansi pemerintah dan pengertian kualitas pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal pelayanan publik.

### A. Pelayanan

Terminologi pelayanan berasal dari kata *service*. Davidow Uttal (1989:19) memberikan pengertian pelayanan sebagai *“those thing which when added to a product, increase its utility or value to the customer.”* Dalam hal ini pelayanan diartikan sebagai segala sesuatu apabila diterapkan pada suatu produk, akan meningkatkan nilai produk tersebut terhadap pelanggan. Selanjutnya pengertian pelayanan menurut Lonsdale dan Enyedi dikutip oleh Zauhar (2001:4) adalah *“Assiting or benefit individuals throught making useful things available to them.”* Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan merupakan pemberian bantuan dan manfaat kepada individu-individu melalui pembuatan sesuatu yang berguna yang tersedia untuk mereka. Devrye (1994:8) mengatakan ada dua pengertian yang terkandung di dalam “pelayanan” yakni *“....the attendance of an inferior upon a superior”* atau *“to be useful”*. Pengertian pertama mengandung unsur ikut serta atau tunduk dan pengertian kedua mengandung arti suatu kegunaan. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah pemberian bantuan dan manfaat melalui sesuatu yang berguna sehingga memberikan nilai kepada pelanggan.

Di bidang manajemen, beberapa pakar menguraikan pelayanan dari kata *“service”* di antaranya oleh Iqbal (2004:53) :

*Self awareness* dan *self esteem* : menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah tugasnya dan melaksanakannya dengan menjaga martabat diri dan pihak lain yang dilayani.

*Empathy* dan *enthusiasm* : mengetengahkan empati dan melayani pelanggan dengan penuh kegairahan.

*Reform* : berusaha untuk selalu memperbaiki pelayanan.

*Vision* dan *victory* : berpandangan ke masa depan dan memberi layanan yang baik untuk memenangkan semua pihak.

*Initiative* dan *impressive* : memberikan layanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan pihak yang dilayani.

*Care* dan *cooperative* : menunjukkan perhatian kepada konsumen dan membina kerjasama yang baik.

*Empowerment* dan *evaluation* : memberdayakan diri secara terarah dan selalu mengevaluasi setiap tindakan yang telah dilakukan.

Albrecht dalam Lovelock (1992:10) mendefinisikan pelayanan sebagai “...a total organization approach that makes of service as perceived by the customer, the number one driving force for the operation of the business”. Artinya suatu pendekatan organisasi total yang menjadi kualitas pelayanan yang diterima pengguna jasa, sebagai kekuatan penggerak utama dalam pengoperasian bisnis. Disamping itu Gasperz (1997:241) mengutarakan sejumlah kriteria yang menjadi ciri pelayanan atau jasa sekaligus membedakannya dari barang yaitu :

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk ( *inTangible out put*),
2. Pelayanan merupakan output variabel, tidak standar,
3. Pelayanan tidak dapat disimpan tetapi dapat diasumsikan dalam produksi,
4. Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
5. Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan pelayanan,
6. Keterampilan personel “diserahkan” atau diberikan secara langsung kepada pelanggan,
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal,
8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan,
9. Perusahaan jasa pada umumnya bersifat padat karya,
10. Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan,
11. Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subjektif,
12. Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses,
13. *Option* penetapan harga lebih rumit.

Selain kriteria pelayanan sebagaimana telah diuraikan, terdapat pula karakteristik pelayanan yang diutarakan oleh Nisjar (1997:126) yaitu :

1. Prosedur pelayanan harus mudah dimengerti dan mudah dilaksanakan, sehingga terhindar dari prosedur birokratik yang sangat berlebihan dan berbelit-belit (time consuming),
2. Pelayanan diberikan secara jelas dan pasti, sehingga ada suatu kejelasan dan kepastian bagi pelanggan dalam menerima pelayanan tersebut,

3. Pemberian pelayanan senantiasa diusahakan agar pelayanan dapat dilaksanakan seefektif dan seefisien,
4. Memberikan pelayanan senantiasa memberikan kecepatan waktu yang sudah ditentukan,
5. Pelanggan setiap saat dapat dengan mudah memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan pelayanan yang terbuka,
6. Dalam berbagai kegiatan pelayanan baik teknis maupun administrasi, pelanggan selalu diperlakukan dengan motto "*Customer is king and customer is always right*".

Berdasarkan pengertian, definisi, kriteria dan karakteristik pelayanan yang telah dijelaskan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan suatu usaha yang terus menerus dan memberikan manfaat kepada masyarakat dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan.

### **1. Pelayanan Publik**

Konsep pelayanan publik itu sendiri terdiri dari terminologi pelayanan dan publik. Penjelasan mengenai pelayanan banyak ditemukan dalam berbagai kajian sebagaimana dijelaskan sebelumnya. Terminologi publik sering diartikan sebagai sekelompok masyarakat. Masyarakat itu sendiri dapat dipandang dari berbagai pengertian. Frederickson (1997:21) mengungkapkan pengertian *public* dari bahasa Yunani, yakni: "*..... the public as political community-the polis-in which all citizens (that is adult males and nonslaves) participated*", artinya publik merupakan suatu masyarakat polis dan semua penduduk berpartisipasi di dalamnya. Kemudian berkembang di Inggris modern bahwa "*....the public to mean all the people in a society, without distinguish between them.*" Kedua pengertian ini saling memperkuat pengertian publik atau masyarakat yakni semua penduduk tanpa kecuali dalam suatu komunitas yang ikut berpartisipasi di dalam pemerintahan.

Terminologi pelayanan dan publik di atas, memberikan dasar pengertian pada pelayanan publik. Pelayanan Publik didefinisikan oleh Roth (1987:1) sebagai "*any services available to the public whether provided publicly (as is a museum) or privately (as is a restaurant meal). Any services* yang diungkapkan oleh Roth berkaitan dengan barang dan jasa dalam pelayanan. Pelayanan publik yang dimaksud adalah segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu dalam bentuk

barang dan jasa kepada masyarakat baik secara individu maupun kelompok atau organisasi.

Pendapat lain menyatakan bahwa terdapat pula pengertian pelayanan publik yang dikemukakan oleh Lonsdale dan Enyedi dikutip oleh Zauhar (2001:4) yaitu "*something made available to the whole population, and it involves things which people can not provide for themselves, i.e people must act collectively*". Dalam pengertian tersebut dikatakan bahwa pelayanan publik diperuntukkan bagi seluruh masyarakat dan seorang individu tidak dapat menyediakan kebutuhannya sendiri melainkan harus disediakan secara berkelompok. Sementara Thoha (1999:137) memberikan pengertian pelayanan publik sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau institusi tertentu untuk memberikan kemudahan dan bantuan kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pengertian ini menitikberatkan kepada elemen penyelenggara dan pemberi pelayanan yang tidak hanya berbentuk instansi tetapi juga dapat dilakukan oleh seorang individu perseorangan.

Memperhatikan arti tentang pelayanan umum tidak terlepas dari masalah kepentingan umum yang menjadi asal-usul timbulnya istilah pelayanan umum. Pelayanan berarti melayani sesuatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang. Kegiatan pelayanan kepada masyarakat merupakan salah satu tugas dan fungsi administrasi negara.

Sesuai dengan karakteristik pelayanan yang telah diungkapkan oleh Nisjar pada bagian sebelumnya, maka pemberian pelayanan yang ada saat ini telah mengalami perubahan paradigma yang menekankan perlunya pelayanan publik yang efisien, ekonomis, responsif dan setara. Efisien merujuk kepada waktu dan biaya layanan; efektif mengacu kepada kesesuaian program dan rencana; responsif menjelaskan tanggung jawab dalam merespon pelayanan masyarakat, setara kepada tingkat kesamaan kualitas layanan yang diterima masyarakat.

Memperhatikan nilai kepentingan umum yang demikian tinggi, maka harus dihindari kemungkinan terjadinya keadaan yaitu kepentingan pribadi di atas kepentingan umum atau kepentingan pribadi mengorbankan kepentingan umum. Tetapi hal tersebut tidak berarti bahwa kepentingan umum diatas segala-galanya, sehingga tidak menghormati dan mengabaikan

kepentingan pribadi serta cenderung mengorbankan kepentingan pribadi. Namun demikian tetap saja berbagai permasalahan terjadi di sekitar pelayanan publik (Rusli, 2006) antara lain:

- a. Tidak tersedia sarana pelayanan yang memadai.
- b. Pendapatan dan kesejahteraan aparat kurang memenuhi kebutuhan
- c. Kurang rasa tanggung jawab dan semangat pengabdian aparat
- d. Sistem, prosedur dan metode kerja yang ada tidak ditaati
- e. Rawan terhadap berbagai bentuk penyimpangan.

Dengan berbagai masalah teknis tersebut sulit tampaknya bagi pemerintah dapat memenuhi harapan masyarakat terhadap pelayanan publik yang baik, meskipun pada dasarnya harapan itu dapat diidentifikasi sebagai perolehan pelayanan secara wajar tanpa mengarah pada permintaan sesuatu, adanya kemudahan tanpa hambatan yang direayasa, pelayanan yang jujur dan transparan, pelayanan yang sama untuk kepentingan bersama dan tanpa pandang bulu. Tampaknya pelayanan yang murah dan mudah serta tidak diembel-embeli dengan praktek-praktek kekeliruan masih merupakan dambaan masyarakat dalam era reformasi ini.

## **2. Pelayanan Prima**

Perubahan paradigma birokrasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik saat ini telah menjadi perhatian di berbagai kalangan baik masyarakat, kalangan bisnis maupun pemerintah itu sendiri. Hal tersebut merupakan konsekuensi dari telah berubahnya situasi dan kondisi di sektor publik. Dalam hal ini penyelenggaraan pemerintahan yang berorientasi kepada pelayanan publik yang berkualitas merupakan tugas yang harus menjadi perhatian utama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin kritis dalam menilai kinerja pelayanan publik tersebut.

Keterlibatan suatu birokrasi atau pemerintahan dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dihindari. Menurut Savas (1987:13) bahwa kebanyakan negara apapun sistem politik dan ideologinya, birokrasi pemerintah memang telah tumbuh pesat ibarat raksasa. Maka dapat dikatakan bahwa seseorang suka atau tidak suka selama hidupnya akan selalu berhubungan dan berinteraksi dengan birokrasi pemerintahan.

Selain itu keterlibatan pemerintah juga merupakan konsekuensi dari berdirinya sebuah negara dimana masyarakat memberikan sebagian

kekuasaannya kepada negara untuk mengatur berbagai aspek kehidupan masyarakat secara lebih baik dengan diikuti dengan penyerahan kewajiban seperti pajak. Hal ini membuat pemerintah harus semakin bertanggung jawab terhadap pelayanan publik.

Hakekat dari pelayanan publik adalah pemberian pemenuhan pelayanan kepada masyarakat yang merupakan kewajiban pemerintah atau institusi sebagai abdi masyarakat. Pelayanan publik ini terutama diberikan untuk hal-hal yang sifatnya mendasar seperti pendidikan, perekonomian, kependudukan, ketenagakerjaan, pertanahan dan perijinan. Pelayanan publik yang merupakan bentuk pelayanan terhadap warga negara menuntut instansi penyedia pelayanan lebih bertanggung jawab terhadap pelanggannya tidak hanya sekadar melayani. Pelayanan publik yang dilakukan birokrasi bukanlah pelayanan pelanggan (*customer*) tetapi melayani warga negara (*citizens*) (Dwiyanto,2005:23)

Implikasi dari konsep pelayanan terhadap pelanggan dan warga negara memiliki perbedaan cukup mendasar. Warga negara yang juga sebagai pembayar pajak memiliki kontribusi yang cukup besar dalam pelayanan publik, mengingat biaya pelayanan publik antara lain bersumber dari pajak yang dibebankan kepada warga negara. Oleh karena itu, semangat organisasi publik dalam memberikan pelayanan tidak hanya mengatur penyediaan pelayanan tetapi lebih mengutamakan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Sebagai salah satu bidang kajian dalam ilmu administrasi dan kebijakan publik dapat dikatakan bahwa pelayanan prima tidak tumbuh sendirian tetapi mengalami akselerasi silang secara konseptual dari berbagai kajian lainnya yang mewarnai berbagai perkembangan model pelayanan publik.

Dari segi falsafah pelayanan, pengembangan teknik-teknik pengenalan terhadap pelanggan berangkat dari kenyataan bahwa sering kali para pelanggan sendiri mengalami kesulitan untuk menyatakan kebutuhan-kebutuhannya. Ketika ditawarkan dengan model pelayanan baru biasanya dimulai dengan coba-coba dahulu. Apabila kemudian terbukti adanya nilai tambah maka terciptalah suatu kebutuhan. Falsafah ini meletakkan landasan pelayanan prima menjadi sebuah wahana untuk secara bertanggung jawab

menciptakan peta-peta kehidupan masyarakat yang lebih baik di masa datang.

Sejak dimulainya gerakan reformasi di Indonesia, pemerintah mengalami berbagai tekanan untuk segera berbenah diri. Pengelolaan administrasi pelayanan publik merupakan suatu fase menuju kepada bentuk yang akuntabel. Untuk menuju kepada hal tersebut maka dikenal apa yang disebut dengan mutu pelayanan prima yang membagi beberapa konsep dalam mengembangkan pelayanan prima, yaitu :

- a. Mendahulukan kepentingan pelanggan.
- b. Pelayanan dengan sepenuh hati.
- c. Budaya pelayanan prima.
- d. Sikap pelayanan prima
- e. Sentuhan pribadi pelayanan prima
- f. Pelayanan prima sesuai dengan pribadi prima.

Konsep pelayanan prima yang mendahulukan kepentingan pelanggan adalah pelayanan yang memuaskan pelanggannya. Walaupun secara nyata masih saja terdapat berbagai keluhan, namun organisasi pemerintah wajib mengetahui sumber-sumber keluhan dan mengetahui cara mengatasinya.

Menurut Endar Sugiarto (1999), keluhan pelanggan dapat dikategorikan menjadi 4 bagian, yaitu :

- a. *Mechanical complaint* : keluhan yang berhubungan dengan tidak berfungsinya sistem yang ada di dalamnya.
- b. *Attitudinal complaint* : keluhan sebagai akibat yang timbul dari sikap negatif pemberi layanan.
- c. *Service related complaint* : keluhan yang berkaitan dengan pelayanan itu sendiri.
- d. *Unusual complaint* : keluhan atas keanehan-keanehan yang terjadi.

Konsep pelayanan dengan sepenuh hati menekankan pelayanan dalam segala bentuk kreasi dan manifestasinya agar dapat memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan dengan cara yang lebih baik di masa yang akan datang. Konsep budaya pelayanan prima menekankan kepada sikap yang kuat dan mewarnai sifat hubungan antar pegawai, instansi/organisasi dengan pelanggannya. Konsep sikap pelayanan prima menekankan pada pengabdian yang tulus terhadap bidang kerja dan kebanggaan atas pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Konsep sentuhan pribadi pelayanan prima menekankan perhatian individu sebagai pribadi yang unik

dan menarik. Sentuhan pribadi mengarahkan para petugas pelayanan untuk berpikir bahwa memperlakukan orang lain sebagaimana memperlakukan dirinya sendiri. Konsep pelayanan pribadi sesuai dengan pribadi prima menekankan kepada unsur kepribadian, penampilan, perilaku dan komunikasi yang prima.

Dengan demikian pelayanan prima dinyatakan tercapai apabila pelayanan memang sesuai dengan atau lebih baik dari harapan. Atau dengan kata lain sesuatu yang diinginkan pelanggan adalah pelayanan yang dapat diselesaikan tepat waktu dengan kualitas prima sesuai kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya.

## **B. Kualitas Pelayanan Publik**

Pengertian kualitas banyak dikemukakan oleh beberapa pakar karena konsep kualitas bersifat relatif, dimana penilaian kualitas sangat tergantung kepada perspektif yang digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan publik. Hal ini tergambar dari pernyataan Heineken (2003:295) yang mengatakan bahwa *“Quality does mean something difference to each of us and it even can mean something difference to same person difference service environments. Customers of services are not always aware of the individual dimensions of quality. Rather, they view quality in light of the experience or whole.”*

Penjelasan tersebut menekankan bahwa penilaian kualitas barang atau jasa akan berbeda-beda tergantung kepada siapa yang menilai dan situasi yang ada. Selain itu penilaian terhadap suatu kualitas pelayanan yang selalu berubah dimana suatu pelayanan yang dinilai berkualitas, pada saat lain tidak mustahil akan dinilai sebaliknya. Hal ini senada dengan pengertian kualitas oleh Goetsch and Davis dalam Tangkilisan (2005:209) yang mengutarakan bahwa kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang melebihi harapan. Pada dasarnya terdapat tiga perspektif kualitas pelayanan publik yang seharusnya konsisten antara satu dengan yang lain yaitu (1) pelanggan yang menerima layanan, (2) produk yang dihasilkan, (3) proses dalam memberikan layanan. Untuk produk jasa pelayanan, ketiga perspektif tersebut dapat menyumbangkan keberhasilan organisasi ditinjau dari kepuasan pelanggan.

Kualitas dalam *International Organization for Standardization (ISO) 9001 – 2000* menurut Rabbith dan Bergh (1998:24) adalah kadar/tingkat yang dimiliki



oleh sekumpulan karakteristik yang melekat (yang menjadi sifat) pada suatu produk atau pelayanan dalam memenuhi persyaratan. Kadar/tingkat tersebut berdasarkan sifatnya dapat dibagi menjadi buruk (*poor*), baik (*good*) atau baik sekali (*excellent*). Sedangkan yang dimaksud dengan persyaratan (*requirement*) adalah kebutuhan atau harapan pelanggan yang ditetapkan secara umum wajib dipenuhi.

Terhadap kualitas pelayanan, Lovelock (1994:178-1888) menyatakan, untuk menghasilkan kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai diagram bunga yang mempunyai delapan kelopak (*the flower of services*) dimulai dari “*information, consultation, order taking, hospitality, caretaking, exceptions, billing dan payment*”

Berkaitan dengan kualitas, Zeithaml et.al (1990:1-2), menyatakan “...keputusan pelanggan untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan“. Dalam mengukur kepuasan pelanggan indikator yang digunakan adalah lima dimensi yang disingkat dengan TERRA, Zeithaml et.al (1990:24-26) yaitu :

1. *Tangible* (kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil);
2. *Empathy* (pegawai mampu menempatkan pikiran dan perasaannya kedalam pikiran dan perasaan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan). *Empathy* merupakan penggabungan dari beberapa dimensi lain :
  - a. Akses (*Access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
  - b. Komunikasi (*Communication*), kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
  - c. Memahami pelanggan (*Understanding The Customer*), meliputi usaha perusahaan/organisasi untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
3. *Responsiveness* (kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen);
4. *Reliability* (kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih);
5. *Assurance* (pegawai mampu bekerja dan mampu melaksanakan tugas, memiliki pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat terpercaya dari karyawan). Tingkat pengetahuan dan keramahan yang harus dimiliki karyawan disamping kemampuan mereka dalam menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. Dimensi *Assurance* merupakan gabungan dari beberapa dimensi, antara lain:

- a. Kompetensi (*Competence*), artinya ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melaksanakan pelayanan.
- b. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi keramahan, perhatian, dan sikap karyawan.
- c. Kredibilitas atau Kepercayaan (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan dengan perusahaan, seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.
- d. Keamanan (*Security*) artinya tidak ada bahaya, resiko atau keraguan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Kesesuaian harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan dapat diketahui dari hasil survei yang dilakukan oleh organisasi pemberi pelayanan atau organisasi yang independen. Cara ini disebut penilaian kepuasan pelanggan. Penilaian dilakukan terhadap *front liner* sebagai wakil organisasi yang melakukan kontak langsung dengan pelanggan.

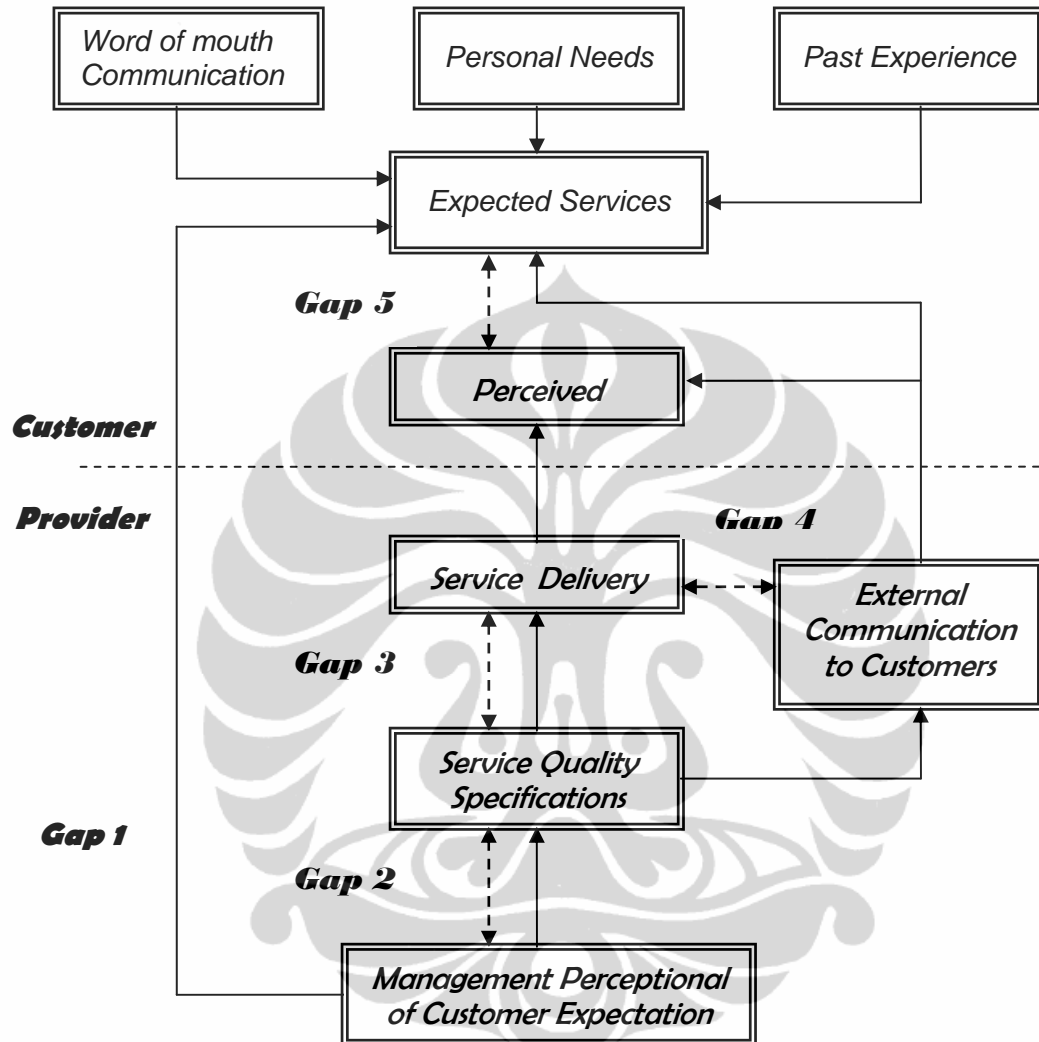
Selain itu, pengukuran kualitas pelayanan lebih ideal jika dilakukan terhadap dua dimensi yang saling terkait dalam pelaksanaan proses pelayanan, yaitu penilaian kepuasan pada dimensi pelanggan dan penilaian yang dilakukan pada penyedia pelayanan. Menurut Zeithaml et.al (1990:36-45), kesenjangan yang terjadi pada pelayanan yaitu :

1. Perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*Customers Expectations – Management Perception gap*). Manajemen tidak selalu menangkap dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan, atau bagaimana penilaian pelanggan terhadap komponen pelayanan.
2. Perbedaan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan (*Management's Perception – Service Quality Specification gap*). Bisa saja manajemen tidak menetapkan standar mutu yang jelas atau hal itu mungkin jelas dan realistis namun manajemen tidak berusaha keras untuk memperkuat mutu pelayanan tersebut.
3. Perbedaan antara penyampaian pelayanan dan pelayanan yang disampaikan (*Service Quality Specification – Service Delivery gap*). Banyak faktor yang mempengaruhi penyampaian pelayanan. Mungkin karyawan kurang terlatih atau terlalu banyak mendapat pekerjaan dan tidak mampu atau karena tertahan pekerjaan standar yang saling bertentangan misalnya mereka harus mendengarkan permintaan pelanggan, dilain pihak mereka harus melayani pelanggan dengan cepat, dan benar.

4. Perbedaan antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal (*Service Delivery – External Communication gap*). Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan atau janji yang dibuat wakil perusahaan atau iklan yang berlebihan.
5. Perbedaan antara pelayanan yang dipersepsikan dan pelayanan yang diharapkan (*Perceived Service – Expected Service gap*). Perbedaan yang timbul bila pelanggan merasa bahwa pelayanan yang dia terima/persepsikan dari perusahaan (*perceived service*) lebih kecil dari kualitas pelayanan yang diharapkan (*Expected Service*).

Faktor yang terpenting untuk meningkatkan kinerja pelayanan adalah dengan mengetahui kesenjangan kelima, yaitu gambaran kesenjangan secara menyeluruh dan puncak penilaian terhadap seluruh kesenjangan/gap antara harapan dan persepsi dari kualitas pelayanan. Melalui kesenjangan pertama, kualitas komunikasi penyedia layanan dapat ditingkatkan. Melalui kesenjangan kedua, kualitas kepemimpinan dapat ditingkatkan dan komitmen terhadap mutu pelayanan dapat dipertinggi. Melalui kesenjangan ketiga, pembagian pekerjaan yang erat dalam memperlakukan publik sebagai bagian dari organisasi dapat ditingkatkan. Sedangkan kesenjangan ke empat, dapat memperlancar arus komunikasi antar unit dengan publik yang akhirnya dapat memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan publik tanpa harus melebihi kemampuan organisasi.

**Gambar II.1**  
**Service Quality Model**



Sumber: Zeitaml et.al.1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectation*.

Sianipar (1999:24) mengemukakan bahwa memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapannya ada 4 (empat) cara yaitu:

1. Reaktif, yaitu memahami kebutuhan pelanggan dengan mendengarkan keluhan pelanggan.
2. Aktif, yaitu memahami kebutuhan pelanggan dengan menjawab setiap pertanyaan pelanggan dan memberikan pelayanan jasa sebaik mungkin.

3. Proaktif, yaitu memahami kebutuhan pelanggan dengan cara aktif menjangkau informasi yang merupakan harapan pelanggan.
4. *Benchmarking*, yaitu memahami kebutuhan pelanggan dengan mengukur pelayanan yang diberikan secara terus menerus dengan cara membandingkan pelayanan terbaik dari organisasi lain yang sejenis.

Komparasi antara kepuasan dan keluhan pelanggan sebagai suatu kesenjangan oleh Kotler dalam Armstrong (1988:202-203) dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh penerima jasa sesuai dengan harapannya terhadap kinerja pemberi jasa. Kepuasan pelanggan oleh Oliver (1980) dalam Supranto (1997:233-234) diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Apabila hasil di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila hasil sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas sedangkan bila hasil melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut M.M. Lele (1995:5) pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk atau jasa adalah dengan membandingkan unjuk kerja dengan suatu tingkat harapan sesuai dengan yang ada dalam pikiran mereka. Bila pelayanan sama dengan diharapkan maka pelanggan puas. Dan bila pelayanan melebihi dari apa yang diharapkan, pelanggan sangat puas.

Guna mencapai hal tersebut, maka diperlukan strategi untuk peningkatan kualitas pelayanan, Peters dan Waterman (1984) menjabarkan unsur-unsur yang saling berhubungan yang menjadi dasar pemandu komprehensif, yang dikenal dengan Seven S ( 7'S ) yaitu :

1. Strategi (*Strategy*) adalah rencana-rencana yang diformulasi organisasi untuk mencapai tujuan yang diidentifikasi, dan sekumpulan keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk memperoleh keunggulan berkesinambungan terhadap persaingan.
2. Struktur (*Structure*) adalah bagan organisasi dan informasi terkait yang menunjukkan siapa melapor kepada siapa dan bagaimana tugas-tugas dibagi dan diintegrasikan. Dengan kata lain, struktur menggambarkan hierarki wewenang dan akuntabilitas dalam organisasi, cara unit-unit organisasi berhubungan satu sama lain: terpusat, pembagian fungsional (atas-bawah); desentralisasi (trend di organisasi yang lebih besar); matriks, jaringan, holding, dan lain-lain. Hubungan-hubungan ini sering

digambarkan dalam bagan organisasi. Hampir semua organisasi menggunakan beberapa gabungan.

3. Sistem (*Systems*) mendefinisikan arus kegiatan yang ada di dalam operasional bisnis sehari-hari, termasuk proses intinya dan sistem pendukungnya. Sistem mengacu pada prosedur, proses dan rutinitas yang digunakan untuk mengelola organisasi dan menggambarkan bagaimana pentingnya pekerjaan untuk dilakukan. Sistem meliputi: Sistem Bisnis, Sistem Manajemen Proses Bisnis (SMPB), Sistem informasi manajemen, Sistem inovasi, Sistem manajemen kinerja, Sistem keuangan/sistem alokasi kapital, Sistem kompensasi/sistem imbalan, dan Sistem monitoring kepuasan pelanggan.
4. Staf (*Staff*) mengacu pada jumlah dan jenis pegawai dalam organisasi dan bagaimana organisasi mengembangkan para pegawai dan membentuk nilai-nilai dasar.
5. Gaya (*Style*) mengacu pada gaya budaya organisasi, bagaimana manajer kunci berperilaku dalam mencapai tujuan organisasi, bagaimana manajer secara kolektif menggunakan waktu dan perhatiannya, dan bagaimana mereka menggunakan perilaku simbolis. Bagaimana manajemen bertindak adalah lebih penting daripada apa yang dibicarakan manajemen.
6. Keterampilan (*Skill*) mengacu pada kapabilitas khusus dominan dan kompetensi pegawai organisasi secara keseluruhan.
7. Sasaran Atasan (*Shared Values*) adalah keyakinan, pola pikir, dan asumsi yang dipegang yang membentuk bagaimana organisasi bertindak – budaya organisasinya. *Shared values* adalah apa yang mendorong kepercayaan. Nilai-nilai ini adalah pusat model 7'S yang saling berhubungan. Nilai-nilai adalah identitas dengan mana sebuah organisasi dikenal di seluruh wilayah bisnisnya, apa yang diperjuangkan organisasi dan apa yang diyakininya, keyakinan dan sikap utamanya. Nilai-nilai ini harus secara eksplisit dinyatakan sebagai tujuan organisasi dan nilai-nilai individu.

Model 7'S adalah alat untuk menganalisa dan tindakan manajerial yang memberikan struktur dengan melihat perusahaan / organisasi secara keseluruhan sehingga masalah internal dan eksternal dalam tubuh organisasi

dapat didiagnosa dan menerapkan strategi untuk dikembangkan dan diimplementasikan.

Berry (2003:93) menyatakan bahwa dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan publik terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :

*Pertama*, menumbuh kembangkan prinsip kepemimpinan pelayanan. Menumbuhkan kesadaran pelayanan diantara pegawai bukanlah hal yang mudah karena tanpa kesadaran akan menimbulkan kesulitan bagi organisasi untuk mengembangkan kualitas pelayanan publik yang prima.

*Kedua*, membangun sistem informasi kualitas pelayanan. Di dalam memberikan pelayanan yang berkualitas harus ditunjang oleh sistem informasi yang benar terutama terkait dengan umpan balik karena dengan adanya umpan balik akan diketahui model pelayanan berkualitas seperti yang diharapkan dan dirasakan publik dalam pelayanan publik.

*Ketiga*, implementasi melalui struktur, sistem/teknologi dan manusia. Organisasi diharuskan mengembangkan implementasi yang bertumpu pada aspek-aspek struktur, sistem/tehnologi dan sumber daya manusia. Struktur birokrasi yang pendek akan menjamin pelayanan yang cepat dan daya tanggap kepada publik. Demikian dengan penggunaan tehnologi akan mendorong kecepatan dan keakuratan pelayanan karena penggunaan sistem manual sudah tidak cocok lagi ketika dituntut untuk menyajikan ketepatan dan keakuratan dalam pelayanan publik.

*Keempat*, pengukuran kepuasan publik, diperlukan sistem informasi yang akurat untuk mengenali dan mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan publik yang diberikan. Derajat kepuasan pelanggan terkait dengan strategi pelayanan yang ingin diterapkan meliputi reliabilitas, transparansi dan kejujuran.

*Kelima*, perubahan arah akuntabilitas dari proses penyediaan pelayanan publik. Negara harus memberikan akuntabilitas kepada masyarakat. Sementara itu penyedia pelayanan publik harus memberikan akuntabilitas kepada negara dan masyarakat.

*Keenam*, memberdayakan masyarakat agar berpartisipasi dalam pelayanan publik. Partisipasi masyarakat dalam pelayanan publik dilakukan dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi.

### **C. Batasan Penelitian**

Penelitian ini hanya dilaksanakan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan pada aspek persepsi dan harapan dari pengguna jasa yang diberikan kepada oleh subdit badan hukum Direktorat Perdata Departemen Hukum dan HAM sebagai instansi penyedia layanan publik. Mengingat adanya keterbatasan waktu, dana dan tenaga, maka analisis data hanya berdasarkan dari data kuesioner yang diisi oleh responden yakni pejabat notaris, staf notaris dan masyarakat. Hasil wawancara pada beberapa responden yang ditunjuk semata-mata dilakukan untuk melengkapi gambaran mengenai kualitas pelayanan pengesahan badan hukum yang ada.

### **D. Hasil Penelitian yang Relevan**

Untuk memperluas cakrawala pengetahuan penulis terkait dengan variabel penelitian berlandaskan teori Zeithaml yakni *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, maka penulis melakukan telaah terhadap sejumlah penelitian terdahulu berupa tesis dan jurnal yang diakses melalui internet. Dari hasil telaahan diharapkan dapat memberikan pandangan bagi penulis dalam rangka mempertegas teori-teori yang telah ada menyangkut kualitas layanan sekaligus menjadi acuan untuk kemudian diturunkan ke dalam butir-butir pernyataan yang nantinya disebarkan kepada responden.

Hasil penelitian yang relevan yang dapat dijadikan perbandingan guna memudahkan pemahaman yang berisi informasi yang berhubungan kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Samiudin (2005) menuliskan masalah penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan keimigrasian dengan menggunakan konsep *servqual* melalui dimensi *TERRA* dengan cara menganalisis tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja Kantor Imigrasi Tangerang. Hasil analisis yang diperoleh berdasarkan perhitungan statistik kelima dimensi kualitas pelayanan dapat diasumsikan pelanggan menyatakan puas. Diketahui pula bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pelanggan dengan kualitas layanan pegawai.
2. Toto Bondan (2005) dalam penulisan tesis tersebut dirunuskan masalah untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan



masyarakat di kantor-kantor lurah se-Kotamadya Jakarta Timur dari dimensi TERRA. Hasil temuan yang diperoleh menyatakan bahwa kelima dimensi tersebut masih memiliki nilai kepuasan yang negatif dan kualitas pelayanan masyarakat di kantor lurah se-Kotamadya Jakarta Timur belum memberikan kepuasan kepada masyarakat.

3. Muchlis Sobana (2003) dalam penulisan tesis yang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan PT Thames PAM Jaya khususnya di Unit Customer Center Pulomas dengan menggunakan konsep service triangle melalui 3 dimensi yaitu : strategi, sistem dan people serta hubungannya dengan kualitas pelayanan diperoleh hasil temuan bahwa penilaian dari penerima pelayanan terhadap kualitas pelayanan PT Thames PAM Jaya Customer Center Pulomas kurang baik. Berdasarkan analisis hasil uji multiple regresi diperoleh kesimpulan bahwa dimensi strategi, sistem dan people memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kualitas pelayanan namun masih perlu perbaikan/peningkatan melalui peningkatan kemampuan dan pengetahuan SDM yang ada.
4. Ahmad Taufik ( 2002) penulisan tesis bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa keprotokolan pada Biro protokol Sekretariat Presiden dengan menggunakan konsep servqual serta menganalisis tingkat kesesuaian antara harapan penerima layanan dengan kinerja yang telah dicapai oleh Biro Protokol Set. Presiden. Di samping itu juga ingin mengetahui tingkat perbedaan harapan penerima layanan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan serta ingin mengetahui penilaian pegawai Biro Protokol kualitas pelayanan menurut model 7'S Mc. Kinsey. Setelah dianalisa maka diperoleh hasil bahwa penilaian penerima layanan terhadap kualitas pelayanan jasa keprotokolan Biro Protokol Set.Presiden tergolong baik. Tidak terdapat perbedaan antara harapan penerima layanan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan. Dari model 7'S Mc.Kinsky umumnya tergolong baik kecuali model shared vision dan values dimana masih belum ada kesamaan pendapat dan tindakan dalam meningkatkan kinerja organisasi. Dirasakan perlu peningkatan pengetahuan dan kompetensi pegawai dalam menunjang kinerja organisasi.
5. Herliyan Sjahril (2002) melalui tujuan penulisan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen jasa giro terhadap pelayanan. Hasil analisis

menggambarkan dimensi kualitas pelayanan telah memenuhi bahkan melebihi harapan nasabah gironya dan dimensi *responsiveness* mencapai urutan tertinggi, oleh karenanya perlu sedikit diturunkan temponya karena tidak sepadan dengan perimbangan biaya dan pendapatan.

6. Tito Wirananto (2000) mengukur kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima dengan harapannya terhadap kualitas layanan tersebut di Hotel Ibis Arcadia. Dari hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh tingkat kepuasan pelanggan Hotel Ibis Arcadia mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kualitas layanan melalui lima dimensi pelayanan. Aspek pelayanan yang menghasilkan tingkat kepuasan tertinggi adalah *empathy* sedangkan yang terendah adalah aspek *tangible*.
7. Bernadius Mere (2002) dengan tujuan penulisan tesis untuk mengetahui kualitas pelayanan publik dalam pelayanan KTP di Kec.Ngada Bawah Flores NTT. Setelah dilakukan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa masih lemahnya dimensi Responsiveness, sarana dan prasarna yang belum memadai, petugas yang kurang andal (*reliable*) dalam memberikan pelayanan, petugas kurang *empathy* terhadap kebutuhan masyarakat dan aspek *assurance* kurang diperhatikan petugas. Pada akhirnya perlu peningkatan pengetahuan SDM melalui pelatihan dan pendidikan.

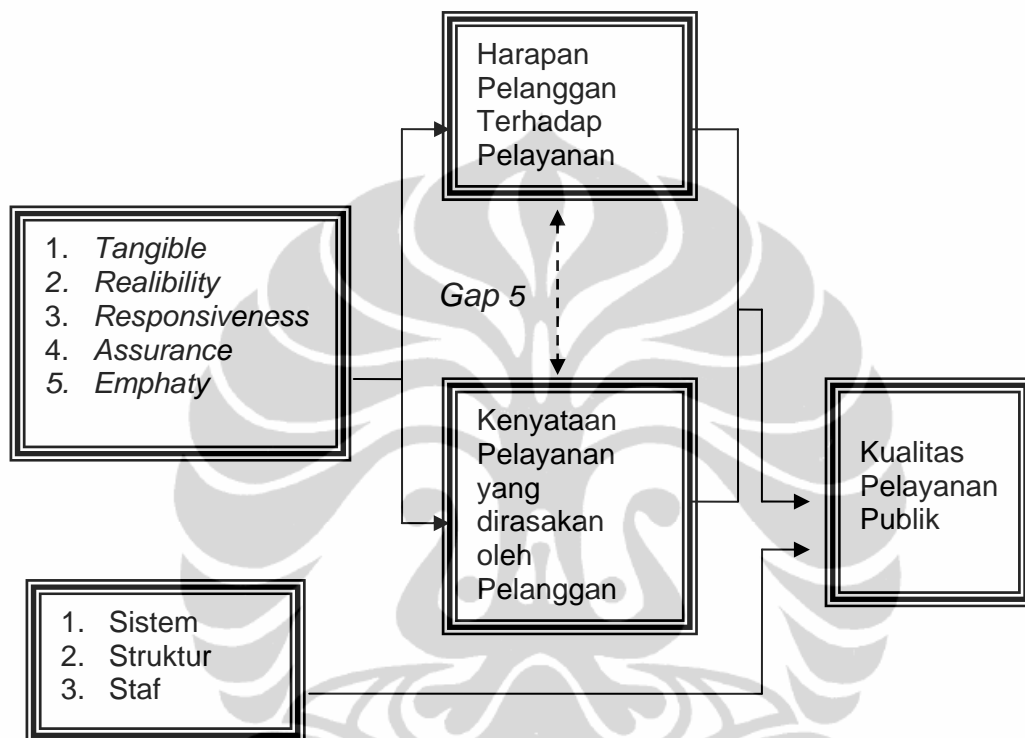
#### **E. Kerangka Pikir**

Setelah dilakukan inventarisasi terhadap penelitian terdahulu, peneliti melakukan langkah-langkah selanjutnya yaitu menyusun kerangka berpikir guna memudahkan acuan dalam analisis masalah penelitian agar penelitian ini sistematis dan terurai dengan jelas dan membantu untuk penentuan komponen-komponen apa saja yang dijadikan variabel penelitian dan selanjutnya diturunkan menjadi butir-butir pernyataan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan terhadap variabel kualitas layanan sebagian besar peneliti yang meninjau dari 5 dimensi yakni : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy* dan *Assurance* menyatakan hasil yang signifikan walau dengan tingkat signifikansi yang beragam.

Untuk memudahkan hal tersebut, maka digambarkan dalam alur kerangka berpikir berikut ini :

**Gambar : II.2**  
**Alur Kerangka Pikir**



Sumber: penulis,2008

Pada penelitian ini telah ditetapkan bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, reliability, Responsiveness, Empathy* dan *Assurance*) sebagai (X1) dan variabel sistem, struktur dan staff (X2), keduanya sebagai *Independent Variable*, yaitu variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini. Sedangkan variabel kualitas pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas (Y) sebagai *Dependent Variable*, yaitu variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi.

Tabel II.2 Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Keterangan
X <sub>1</sub> .	- Tangible	- Ruang tunggu, penampilan pegawai, peralatan komputer dan ketersediaan fasilitas umum.	1 s.d 4 (kuesioner)
	- Reliability	- Penerimaan dokumen dengan cepat, prosedur pelayanan, ketepatan waktu dan tarif pelayanan.	5 s.d 8 (kuesioner)
	- Responsiveness	- Kemudahan memperoleh informasi untuk syarat pengajuan, kejelasan pemberian informasi, tanggap terhadap keluhan, tanggap terhadap keinginan.	9 s.d 12 (kuesioner)
	- Assurance	- Pengetahuan teknis dan administratif, komunikasi yang efektif, pelayanan yang ramah dan sopan, proses dan hasil pelayanan memberikan jaminan kepastian hukum	13 s.d 16 (kuesioner)
	- Empathy	- Kemudahan dalam penyampaian masalah, penyediaan waktu konsultasi, pemberian solusi, memahami kebutuhan pemohon.	17 s.d 20 (kuesioner)
X <sub>2</sub>	- Sistem	- Proses pelayanan, prosedur pelayanan, pelaksanaan juklak dan juknis	Wawancara
	- Struktur	- Pembagian tugas/job deskripsi, jenjang kewenangan.	Wawancara
	- Staf	- Kompetensi, pengetahuan dan perilaku moral	wawancara

Sumber : penulis, 2008

#### F. Operasional Variabel Penelitian

1. *Tangible* adalah sasaran fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.

2. *Reliability* adalah kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih.
3. *Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance* adalah kemampuan pegawai untuk bekerja dan melaksanakan tugas, memiliki pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat terpercaya dari pegawai.
5. *Empathy* adalah kemampuan pegawai dalam menempatkan pikiran dan perasaannya ke dalam pikiran dan perasaan pelanggan sehingga mampu memahami kebutuhan pelanggan.
6. Harapan pelanggan terhadap pelayanan adalah kondisi ideal pelayanan publik yang dikehendaki.
7. Kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan adalah kondisi riil yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas.
8. Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri dari komponen atau elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi materi.
9. Struktur adalah bagian-bagian yang terdiri unsur-unsur yang berhubungan satu sama lain dalam satu kesatuan
10. Staf adalah kelompok orang yang terdiri dari individu yang bekerja dalam suatu organisasi.
11. Kualitas pelayanan publik adalah suatu kondisi dinamis yang dapat diketahui dengan cara mengukur indikator-indikator yang mempengaruhi baik secara internal maupun eksternal sehingga dapat memenuhi harapan terhadap suatu produk/jasa dari suatu proses.

#### **G. Hipotesa Kerja**

Hipotesa penelitian menurut Kerlinger (2003:30) adalah pernyataan dugaan (conjectural) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan akar kerangka pikir tersebut, dapat dirumuskan hipotesa penelitian sebagai berikut :

1. Diduga sistem, struktur dan staf merupakan indikator internal turut mempengaruhi kualitas pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas.

## **H. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian bukan dimaknai sebagai suatu ilmu tetapi lebih merupakan suatu cara kerja ilmiah untuk mendapatkan data guna mengungkapkan masalah penelitian yang telah dirumuskan. Pada bagian ini diuraikan cara kerja yang ditempuh dimulai dengan penentuan lokasi penelitian, pendekatan dan sifat penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data serta instrumen pengumpulan data dan analisis data.

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Jakarta tepatnya di Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum, Jl. H.R Rasuna Said Kav 6-7 Jakarta Selatan, dengan pertimbangan bahwa masalah yang diteliti relatif representative untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam membahas permasalahan dan sarana penunjang mobilitas kegiatan penelitian juga tersedia.

### **2. Pendekatan dan Sifat Penelitian**

Jenis metode penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode deskriptif analitis adalah sebagai suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988:63).

Sementara pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *mix-method* yakni pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dan informasi dikumpulkan dari responden dengan kuisisioner kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian akan dianalisis (Effendi, 2003:3).

Pendekatan penelitian kualitatif adalah usaha guna mendapatkan keterangan-keterangan yang jelas terhadap suatu masalah tertentu dalam suatu penelitian. Penelitian dilakukan secara meluas dan berusaha mencari hasil yang segera dapat dipergunakan untuk suatu tindakan yang sifatnya deskriptif yaitu melukiskan hal-hal yang mengandung fakta-fakta, klasifikasi dan pengukuran yang akan diukur adalah fakta yang fungsinya merumuskan dan melukiskan apa yang terjadi (Ali, 1997:5)

Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa metode deskriptif analitis cocok digunakan dalam penelitian ini, karena sesuai dengan maksud dari tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas pada Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum.

### **3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi dalam penelitian dapat dikatakan sebagai suatu keseluruhan dan bagian dari sekelompok subjek/objek yang memiliki sifat-sifat khas, yang ditentukan dengan menggunakan alat (instrumen) yang dipilih dan dipersiapkan. Populasi tidak hanya orang atau benda lain dan jumlahnya, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti, dan sebagian dari subjek atau objek yang diteliti inilah yang disebut sampel (Sugiyono, 2002:57-58).

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang terlibat dalam proses pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas yaitu :

- 1) Pejabat pada jajaran Direktorat Perdata
- 2) Notaris, staf notaris dan masyarakat.

#### **b. Teknik Pengambilan Sampel**

Sejalan dengan permasalahan yang diteliti berkaitan dengan analisis kualitas pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas dan guna menghindari distorsi hasil penelitian, pengambilan sampelnya menggunakan teknik *non random sampling* artinya penentuan sampel

yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan sampel bersifat aksidental, dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data ( Sugiyono 2001: 61-62)

Bertolak dari kondisi yang ada, maka mutu penelitian tidak selalu ditentukan oleh besarnya sampel, akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teori yang digunakan, desain penelitian serta mutu pelaksanaan dan pengolahannya (Nasution, 1991:135).

Maka ditetapkan sampel dalam penelitian ini adalah:

- 2) Pejabat ( eselon II, eselon III dan eselon IV ) pada jajaran Direktorat Perdata berjumlah 3 orang
- 3) Notaris, staf notaris dan masyarakat sebanyak 100 responden.

#### **4. Jenis dan Instrumen Pengumpulan Data**

Data yang dipergunakan dalam analisis hasil penelitian ini, ada 2 (dua) jenis sesuai dengan sumber perolehannya yaitu :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari tangan pertama (responden) di lokasi penelitian.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis (dokumen) berupa buku-buku yang berkenaan dengan prosedur pelayanan publik atau hal-hal lain yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian sosial dikenal berbagai tehnik pengumpulan data. Walaupun dalam pelaksanaannya berbagai tehnik kumpulan data tersebut terdapat perbedaan, namun pada dasarnya semua pengumpulan data penelitian tersebut mempunyai tujuan yang sama, yaitu mendapatkan atau mengumpullkan data (informasi) yang dapat menjelaskan atau menjawab.

Dalam rangka penelitian dan penulisan tesis ini, dilakukan kegiatan pengumpulan data, fakta dan keterangan melalui penelitian dengan menggunakan alat pengumpul data sebagai berikut :



1. Penelitian Lapangan.

Penelitian dilakukan di Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum, dimana peneliti langsung terjun ke lokasi penelitian dan melakukan pencarian data melalui:

- a. Kuesioner, yaitu suatu daftar pertanyaan berstruktur kepada responden sebagai alat pengumpul data dalam bentuk campuran yaitu gabungan antara pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka (Subagyo, 1997:58).

Alat ukur penelitian ini berbentuk angket, dengan tingkat pengukuran ordinal, kategori jawaban terdiri dari 5 tingkatan dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi dan harapan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk analisis secara kuantitatif, maka alternatif jawaban tersebut diberi skor dari nilai 1 sampai 5 sebagai berikut :

Ada lima alternatif jawaban untuk variabel kualitas pelayanan menurut persepsi pelanggan dan harapan yaitu:

5	=	Sangat Puas
4	=	Puas
3	=	Cukup Puas
2	=	Tidak Puas
1	=	Sangat Tidak Puas

- b. Wawancara, yaitu suatu bentuk komunikasi verbal yang bertujuan memperoleh informasi dimana bentuk yang digunakan adalah berstruktur (Nasution, 2004:113).

Sebagai bentuk analisa kualitatif maka digunakan pedoman wawancara sehingga dapat diperoleh gambaran yang utuh tentang pelayanan pengesahan badan hukum perseroan terbatas terutama pada variabel sistem, struktur dan staf yang merupakan bagian yang terintegrasi dalam penelitian ini.

2. Penelitian Kepustakaan.

Kajian kepustakaan adalah penelitian yang datanya diambil dari sebagian atau seluruhnya dari kepustakaan (buku, dokumen, artikel, laporan jurnal, tesis dan lain-lain). Penelaahan dilakuakn dengan

segala hal yang berhubungan dengan teori-teori kualitas pelayanan dan seven'S.

## 5. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul secara lengkap baik data primer maupun data sekunder diidentifikasi menurut kelompok tujuan penelitian, yang selanjutnya dan dianalisis berdasarkan teknik analisis kualitatif. Dalam rangka mengarahkan dan mempertajam analisis kualitatif yang dimaksudkan di atas, penelitian ini juga menggunakan data kuantitatif melalui tabel frekuensi. Dengan demikian, kedudukan data kuantitatif tidak dimaksudkan sebagai bentuk analisis kuantitatif.

Hal ini sesuai dengan L.J.Moleong (2001:116-117) bahwa penelitian kualitatif juga dapat menggunakan data statistik untuk membantu memberikan gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar penelitian dan karenanya mengantar dan mengarahkan peneliti pada kajian dan peristiwa yang ditemukan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam analisis data dari kuesioner yang diisi oleh pemohon sebagai pelanggan, pengolahan dibantu dengan menggunakan SPSS versi 13.0 for windows. Adapun analisisnya, adalah dicari rata-rata hitung baik untuk aspek persepsi maupun aspek harapan pelanggan. Untuk mengukur tingkat kesenjangan/gap antara persepsi dengan harapan pelanggan dihitung dari perbandingan sebagai berikut :

**Skor Persepsi – Skor Harapan**

Selanjutnya untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dari lima dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*) dihitung berdasarkan :

**Skor Persepsi  
Skor Harapan**