

ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT

(Studi Kasus pada Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan, Surabaya)

Oleh :

Erut Edwin Moyu¹ dan Adi Soesiantoro²

Abstract

The Village is the spearhead of service in government agencies, because the public will first come to the Village Office before asking to get service at the District Office or at government offices on it again. Excellent service concept into a concept adopted by all government agencies in the province of East Java because East Java became a pilot project excellent service. The purpose of this study to determine the application of excellent service to the satisfaction of the people at the Village Office Nginden Jangkungan Surabaya. This study is a qualitative type of data used is qualitative data and the source is a source of primary data. Data is collected using questionnaires and interviews. Analysis of the data used is qualitative data analysis. The results showed that the conditions of service of excellence at the Village Office Nginden stilts are as follows: Ability to be in good condition, Attitude is in good condition, Attention was in poor condition, Action are in good condition, Appearance in a state sufficiently, and Accountability are in good condition. Aspects of excellent service which gives effect to the satisfaction of the user community service at the Village Office Nginden stilts are aspects of attitude, action aspect and appearance aspects of service excellence, so the research hypothesis proposed in the previous chapter, which reads "The application of excellent service at the Village Office Nginden stilts Surabaya provide influence on the satisfaction of the user community service "is proven to three aspects, namely attitude, aspects of the action, and aspects of appearance.

Keywords: Excellent service, satisfaction, village office

Latar Belakang Masalah

Provinsi Jawa Timur merupakan daerah percontohan untuk penerapan konsep pelayanan prima. Jawa Timur menjadi satu-satunya acuan dari berbagai provinsi lainya untuk belajar bagaimana cara melayani masyarakat dengan cepat, transparan, bersih dan akuntabel. Sebanyak 281 instansi baik tingkat provinsi maupun kabupaten/kota di Jatim, terdiri dari 92 tingkat provinsi, 173 tingkat kabupaten/kota dan 16 untuk BUMN/BUMD yang telah mendapatkan sertifikat ISO 9001-2008 merupakan bukti nyata, betapa provinsi ini adalah yang terdepan dalam hal pelayanan terhadap masyarakatnya. Tak hanya itu, sebanyak 92 SKPD di tingkat Provinsi dan 28 SKPD ditingkat kabupaten/kota saat ini juga dalam proses pengurusan ISO (Surabaya Pagi, 10 Februari 2012).

Keberhasilan penerapan prima di Jawa Timur ini tentu saja juga berkat dukungan dari Kantor Kelurahan sebagai garda terdepan dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat. Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan juga merupakan salah satu kantor kelurahan yang menerapkan konsep pelayanan prima. Meskipun telah menerapkan konsep pelayanan prima, akan tetapi masih ada keluhan yang disampaikan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Penerapan konsep pelayanan prima ini masih terkendala dengan adanya beberapa pegawai kelurahan yang kurang memahami bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik, hal ini terjadi disebabkan oleh masih rendahnya kemampuan profesional aparat kelurahan.

Selain itu berdasarkan laporan dari beberapa warga kelurahan bahwa masih ada kecenderungan ketidakadilan didalam pelayanan yang diberikan, dimana masyarakat yang tergolong miskin akan sulit untuk mendapat pelayanan yang baik dan berkualitas dari pihak

kelurahan, sebaliknya masyarakat yang memiliki uang akan lebih mudah dalam menyelesaikan urusannya yang pada akhirnya menyulitkan terciptanya konsep pelayanan prima. Kondisi ini tentu akan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan.

Berdasarkan permasalahan yang ada tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimanakah penerapan pelayanan prima terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya ?”

Landasan Teori

Pengertian Pelayanan Publik

Kamus Webster's New World College memberikan definisi secara leksikal tentang pelayanan, yaitu: “(1) *work done for a master or feudal lord*; dan (2) *work done or duty performed for another or others* (Alamsyah, 2011: 356), yaitu artinya bahwa pelayanan adalah pekerjaan yang dilakukan untuk master atau tuan feodal, dan pekerjaan yang dilakukan atau tugas yang dilakukan untuk orang yang lain. Pengertian ini mengandung empat dimensi pelayanan, yakni: yang dilayani, yang melayani, sumber legitimasi pelayanan, dan bentuk aktivitas pelayanan (yang mengandung serangkaian tugas) itu sendiri.

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah 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 administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan.

Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*Excellent Service*” yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan (Sutopo dan Aryanto, 2006: 10).

Barata (2004:2007) mengatakan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Menurut Barata (2004:31) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah kemampuan dan keterampilan tentunya mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang meliputi kemampuan kerja ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan Public Relation sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan keluar perusahaan

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan seseorang baik berupa non fisik maupun fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan dan kredibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian dan kebutuhan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah suatu sikap berkepihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan

Menurut Sunarto (2006:241) kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Puas tidaknya pelanggan terhadap suatu produk ditentukan oleh tingkah laku yang tampak setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2008: 192) yang mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Kepuasan pengguna produk ataupun layanan dapat diukur melalui indikator kepuasan, sebagaimana disampaikan oleh Dutka (Samuel dan Foedjiawati, 2005:76) sebagai berikut:

1. *Attributes related to the product*, meliputi: (a) *value-price relationship*, merupakan faktor sentral dalam menentukan kepuasan konsumen, apabila nilai yang diperoleh konsumen melebihi apa yang dibayar, maka suatu dasar penting dari kepuasan konsumen telah tercipta; (b) *product quality*, merupakan penilaian dari mutu suatu produk; (c) *product benefit*, merupakan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dalam menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan kemudian dapat dijadikan dasar *positioning* yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya; (d) *product features*, merupakan ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh suatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing; (e) *product design*, merupakan proses untuk merancang gaya dan fungsi produk yang menarik dan bermanfaat; (f) *product reliability and consistency*, merupakan keakuratan dan keterandalan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan menunjukkan pengiriman produk pada suatu tingkat kinerja khusus; (g) *Range of product or service*, merupakan macam dari produk/jasa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. *Attributes related to service* meliputi: (a) *guarantee or warranty*, merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap produk yang dapat dikembalikan bila kinerja produk tersebut tidak memuaskan; (b) *delivery*, merupakan kecepatan dan ketepatan dari proses pengiriman produk dan jasa yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya.; (c) *complaint handling*, merupakan penanganan terhadap keluhan yang dilakukan oleh konsumen terhadap perusahaan; (d) *resolution of problem*, merupakan kemampuan perusahaan dengan serius dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh konsumen.
3. *Attributes related to purchase*, meliputi: (a) *courtesy*, merupakan kesopanan, perhatian, pertimbangan, keramahan yang dilakukan karyawan dalam melayani konsumennya; (b)

communication, merupakan proses penyampian informasi yang dilakukan oleh karyawan perusahaan kepada konsumennya; (c) *ease or convenience acquisition*, merupakan kemudahan untuk mendapatkan pengetahuan tentang produk dari perusahaan; (d) *company reputation*, adalah reputasi yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap perusahaan tersebut yang akan mengurangi ketidakpastian dan resiko dalam keputusan pembelian; (e) *company competence*, adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mewujudkan permintaan yang diajukan oleh konsumen dalam memberikan pelayanan.

Karena penelitian ini adalah tentang pelayanan prima, maka kepuasan masyarakat pengguna layanan di Kantor Kelurahan akan diukur menggunakan indikator *attributes related to service* yang meliputi *guarantee or warranty, delivery, complaint handling, dan resolution of problem*.

Pengaruh Layanan Prima Terhadap Kepuasan

Salah satu faktor utama yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan atas kualitas jasa (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008:192). Kualitas jasa dapat dilihat dari penerapan konsep pelayanan prima. *Service provider* yang mampu untuk memberikan pelayanan prima tentu akan mampu untuk memberikan kualitas layanan yang baik. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk memperkuat teori ini. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Fahrur Rozi (2012) dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota, Studi Pada Koperasi Wanita Serba Usaha Setia Budi Wanita, Jawa Timur. ujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengakaji pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan anggota Kopwan Serba Usaha Setia Budi wanita Jawa Timur”. Penelitian lain dilakukan oleh Nisa Nindia (2008) dengan judul “Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Unit Pelayanan PT. Telkom Tbk Kandatel Sumatera Barat”.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi suatu gejala sentral (Semiawan, 2010: 7). Gejala sentral yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tentang penerapan konsep pelayanan prima di Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya dan pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di yang telah menggunakan layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan. Jumlah pengguna layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan bervariasi, akan tetapi berdasarkan hasil informasi dari petugas kelurahan bahwa jumlah masyarakat yang menggunakan layanan setiap minggunya berkisar antara 100 sampai dengan 150 orang. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *judgmental sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan penilaian terhadap karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2009: 139). Karakteristik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responden yang dipilih tersebut dalam 3 bulan terakhir menggunakan layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan. Jumlah informan yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 24 orang.

Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif, yaitu upaya yang dilakukan melalui bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2012: 248).

Hasil Penelitian

Pengaruh *Ability* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *ability* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *ability* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini

Tabel: Tabulasi Aspek *Ability* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Ability</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	10	12	1	1	6	8	10	0
	41,7%	50,0%	4,2%	4,2%	25,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	8	13	2	1	0	0	2	23
	33,3%	54,2%	8,3%	4,2%	0,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3					2	3	6	13
					8,3%	12,5%	25,0%	54,2%
4					3	7	7	6
					12,5%	29,2%	29,2%	25,0%
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	9	12,5	1,5	1	3	5,4	6,6	9
	37,5%	52,1%	6,3%	4,2%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *ability* dengan kepuasan masyarakat. Berdasarkan data yang dapat dilihat bahwa untuk penilaian informan terhadap aspek *ability* kurang berdampak pada kepuasan informan. Hal ini dapat dilihat dari informan yang memberikan penilaian sangat baik baik terhadap *ability* pegawai masih banyak yang merasa tidak puas. Peningkatan penilaian pada aspek *ability* tidak langsung berdampak pada peningkatan kepuasan. Data yang ada ini menunjukkan bahwa aspek *ability* layanan prima tidak memberikan efek terhadap kepuasan masyarakat.

Pengaruh *Attitude* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *attitude* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini

Tabel : Tabulasi Aspek *Attitude* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Attitude</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	2	6	6	10	6	8	10	0
	8,3%	25,0%	25,0%	41,7%	25,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	10	9	3	2	0	0	2	23
	41,7%	37,5%	12,5%	8,3%	0,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3	2	6	6	10	2	3	6	13
	8,3%	25,0%	25,0%	41,7%	8,3%	12,5%	25,0%	54,2%
4					3	7	7	6
					12,5%	29,2%	29,2%	25,0%

Indikator	Persepsi <i>Attitude</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	4,67	7,00	5,00	7,33	3	5,4	6,6	9
	19,4%	29,2%	20,8%	30,6%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *attitude* dengan kepuasan masyarakat. Berdasarkan data yang ada dapat dilihat bahwa aspek *attitude* berdampak pada kepuasan informan. Peningkatan dan penurunan pada aspek *attitude* juga seiring dengan peningkatan dan penurunan pada kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *attitude* merupakan aspek penting pembentuk kepuasan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari keadaan dimana semakin baik penilaian informan atas *attitude* yang ada di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan maka semakin baik juga tingkat kepuasan informan penelitian.

Pengaruh *Attention* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *attention* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *attention* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini;

Tabel : Tabulasi Aspek *Attention* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Attention</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	0	2	2	20	6	8	10	0
	0,0%	8,3%	8,3%	83,3%	25,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	0	1	2	21	0	0	2	23
	0,0%	4,2%	8,3%	87,5%	0,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3	0	1	1	22	2	3	6	13
	0,0%	4,2%	4,2%	91,7%	8,3%	12,5%	25,0%	54,2%
4					3	7	7	6
					12,5%	29,2%	29,2%	25,0%
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	0,00	1,33	1,67	21,00	3	5,4	6,6	9
	0,0%	5,6%	6,9%	87,5%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *attention* dengan kepuasan masyarakat. Data yang ada ini menunjukkan bahwa aspek *attention* layanan prima tidak memberikan efek terhadap kepuasan masyarakat, karena meskipun jumlah informan yang memberikan penilaian kurang sangat banyak, mencapai 21 orang informan, masih tetap banyak informan penelitian yang merasa puas dengan layanan prima yang ada.

Pengaruh *Action* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *action* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *action* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini;

Tabel : Tabulasi Aspek *Action* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Action</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	3	5	6	10	6	8	10	0
	12,5%	20,8%	25,0%	41,7%	25,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	2	5	8	9	0	0	2	23
	8,3%	20,8%	33,3%	37,5%	0,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3	4	6	7	7	2	3	6	13
	16,7%	25,0%	29,2%	29,2%	8,3%	12,5%	25,0%	54,2%
4					3	7	7	6
					12,5%	29,2%	29,2%	25,0%
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	3,00	5,33	7,00	8,67	3	5,4	6,6	9
	12,5%	22,2%	29,2%	36,1%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *action* dengan kepuasan masyarakat. Data yang ada menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan yang terjadi pada aspek *action* seiring dengan peningkatan dan penurunan yang terjadi pada kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *action* merupakan aspek penting pembentuk kepuasan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari keadaan dimana semakin baik penilaian informan atas *action* yang ada di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan maka semakin baik juga tingkat kepuasan informan penelitian.

Pengaruh *Appearance* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *appearance* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *appearance* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini;

Tabel : Tabulasi Aspek *Appearance* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Appearance</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4		2	3	4
1	6	8	10	0	24	8	10	0
	25,0%	33,3%	41,7%	0,0%	100,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	5	7	6	6	24	0	2	23
	20,8%	29,2%	25,0%	25,0%	100,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3	0	3	5	16	24	3	6	13
	0,0%	12,5%	20,8%	66,7%	100,0%	12,5%	25,0%	54,2%
4					24	7	7	6
					100,0%	29,2%	29,2%	25,0%
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	3,67	6,00	7,00	7,33	3	5,4	6,6	9
	15,3%	25,0%	29,2%	30,6%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *appearance* dengan kepuasan masyarakat. Data yang ada menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan yang terjadi pada aspek *appearance* seiring dengan peningkatan dan penurunan yang terjadi pada kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *appearance* merupakan aspek penting pembentuk kepuasan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari keadaan dimana semakin baik penilaian informan atas *appearance* yang ada di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan maka semakin baik juga tingkat kepuasan informan penelitian.

Pengaruh *Accountability* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Untuk mengetahui pengaruh *accountability* terhadap kepuasan masyarakat, dibuat tabulasi silang antara *accountability* dan kepuasan masyarakat. Hasil tabulasi silang dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini;

Tabel : Tabulasi Aspek *Accountability* dan Kepuasan Masyarakat

Indikator	Persepsi <i>Accountability</i>				Kepuasan			
	1	2	3	4		2	3	4
1	6	13	3	2	24	8	10	0
	25,0%	54,2%	12,5%	8,3%	100,0%	33,3%	41,7%	0,0%
2	8	7	6	3	24	0	2	23
	33,3%	29,2%	25,0%	12,5%	100,0%	0,0%	8,3%	95,8%
3	3	5	8	8	24	3	6	13
	12,5%	20,8%	33,3%	33,3%	100,0%	12,5%	25,0%	54,2%
4					24	7	7	6
					100,0%	29,2%	29,2%	25,0%
5					4	9	8	3
					16,7%	37,5%	33,3%	12,5%
Rata-rata	5,67	8,33	5,67	4,33	3	5,4	6,6	9
	23,6%	34,7%	23,6%	18,1%	12,5%	22,5%	27,5%	37,5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2014

Tabel di atas mendeskripsikan hubungan antara aspek *accountability* dengan kepuasan masyarakat. Data yang ada, terutama data rata-rata menunjukkan bahwa kenaikan dan penurunan pada aspek *accountability* tidak seiring dengan kenaikan dan penurunan kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek *accountability* layanan prima tidak memberikan efek berarti terhadap kepuasan informan karena tingkat penilaian terhadap aspek *accountability* tidak berdampak pada tingkat kepuasan informan atas layanan yang diberikan tersebut. Buktinya meskipun informan memberikan nilai baik dan sangat baik atas aspek *accountability*, masih banyak informan yang merasa tidak puas.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa aspek layanan prima yang memberikan efek terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan adalah aspek *attitude*, aspek *action*, dan aspek *appearance* layanan prima. Oleh karena itu hipotesis penelitian yang diajukan pada bab sebelumnya yang berbunyi “Penerapan pelayanan prima di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya memberikan pengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan” adalah terbukti. Oleh karena itu tiga aspek dua layanan inilah yang perlu untuk mendapatkan perhatian utama dari pihak kantor kelurahan dan kondisinya perlu untuk ditingkatkan. Untuk meningkatkan aspek *attitude*, aspek *action*, dan aspek *appearance* ini, yang dapat dilakukan adalah:

1. *Attitude*

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan aspek *attitude* layanan prima adalah:

- a. Menerapkan moto “Senyum, Sapa, Salam” sebelum memberikan pelayanan kepada anggota masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai kantor kelurahan masih jarang tersenyum ketika menerima anggota masyarakat yang menggunakan layanan, sehingga perlu untuk menyambut setiap masyarakat yang datang dan menginginkan layanan dengan senyuman.
- b. Kesopanan pegawai dalam memberikan layanan dipertahankan karena kondisinya sudah bagus, kalau bisa terus ditingkatkan lagi.
- c. Keramahan pegawai ketika memberikan layanan juga perlu untuk ditingkatkan.

2. *Action*

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan aspek *action* layanan prima adalah:

- a. Kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan perlu untuk terus ditingkatkan. Setiap organisasi mempunyai standar kecepatan pelayanan yang sudah ada dalam petunjuk kerja dan standar ini harus dipenuhi.
- b. Semua masyarakat yang datang dan membutuhkan layanan harus mendapatkan layanan yang baik dari pegawai kantor kelurahan nginden jangkungan.
- c. Kesiapan pegawai untuk merespon permintaan masyarakat perlu untuk ditingkatkan. Setiap pegawai mengajukan permintaan, harus ada pegawai yang meresponnya, meskipun akhirnya nanti tidak langsung dilayani, akan tetapi harus direspon terlebih dahulu.

3. *Appearance*

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan aspek *appearance* layanan prima adalah:

- a. Pegawai perlu untuk meningkatkan kedisiplinannya, termasuk dalam masalah penampilan ini. Pada jam-jam kerja, terkadang ada beberapa pegawai yang menggunakan sandal jepit, padahal itu tidak diperbolehkan. Ini perlu diperbaiki.
- b. Selain itu juga pemakaian atribut-atribut lain, seperti tag nama atau atribut yang lain juga perlu untuk terus dikenakan agar terlihat semakin rapi dan semakin baik.
- c. Kondisi kantor juga harus mendapatkan perhatian.
- d. Pegawai harus selalu merapikan tempat kerja ketika melihat tempat kerja tidak rapi. Terkadang pegawai mengandalkan kerja *cleaning service* dan tidak perhatian terhadap kondisi sekitarnya meskipun tidak rapi.

Aspek lainnya yang perlu untuk mendapatkan perhatian dari pihak kantor kelurahan adalah aspek *attention* atau perhatian yang sungguh-sungguh dari pegawai terhadap anggota masyarakat yang datang dan menginginkan layanan. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan aspek *attention* layanan prima di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan adalah dengan memberikan perhatian sepenuh hati, bekerja dengan ikhlas, dan mengedepankan pelayanan terbaik untuk setiap anggota masyarakat yang datang ke Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan.

Aspek *ability* layanan prima sudah dalam kondisi sangat baik. Meskipun demikian tetap harus ada upaya untuk meningkatkan kemampuan pegawai Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan, antara lain adalah dalam masalah kemampuan pengoperasian Teknologi Informasi. Saat ini untuk mendukung pelayanan yang ada di instansi pemerintah, telah diadakan beberapa peralatan TI, seperti komputer, atau sistem informasi manajemen. Akan tetapi pemandangan yang masih sering ditemui di beberapa kantor pemerintah adalah masih ada pegawai kantor pemerintah yang menggunakan mesin ketik manual, padahal sudah

tersedia perangkat komputer. Oleh karena itu penguasaan teknologi TI ini perlu untuk ditingkatkan.

Aspek *accountability* juga perlu untuk terus ditingkatkan. Upaya untuk meningkatkan aspek ini antara lain dapat dilakukan dengan meningkatkan kepedulian pegawai terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan dan berusaha untuk meminimalkan ketidakpuasan masyarakat. Selama ini ada kesan dalam diri pegawai bahwa yang penting pekerjaan sudah dilakukan, akan tetapi perhatian terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan kadang tidak diperhatikan. Oleh karena itu kepedulian pegawai terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan harus ditingkatkan.

Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pelayanan prima Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pelayanan prima terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kondisi layanan prima di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan adalah sebagai berikut:

1. *Ability* berada dalam kondisi baik.
2. *Attitude* berada dalam kondisi baik
3. *Attention* berada dalam kondisi kurang
4. *Action* berada dalam kondisi baik
5. *Appearance* berada dalam kondisi cukup
6. *Accountability* berada dalam kondisi baik

Aspek layanan prima yang memberikan efek terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan adalah aspek *attitude*, aspek *action*, dan aspek *appearance* layanan prima, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan pada bab sebelumnya yang berbunyi “Penerapan pelayanan prima di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya memberikan pengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan” adalah terbukti untuk tiga aspek, yaitu aspek *attitude*, aspek *action*, dan aspek *appearance*.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu terus dilakukan upaya untuk meningkatkan pelayanan prima yang ada di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya.
2. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan layanan prima antara lain dengan:
 - a. Menerapkan moto “Senyum, Sapa, Salam” sebelum memberikan pelayanan kepada anggota masyarakat.
 - d. Meningkatkan kesopanan dan keramahan pegawai dalam memberikan layanan.
 - e. Meningkatkan kecepatan, ketanggapan, dan respon terhadap permintaan anggota masyarakat ketika pegawai memberikan layanan.
 - f. Memberikan layanan yang sama terhadap semua anggota masyarakat yang datang memerlukan layanan.
 - g. Memberikan layanan dengan sepenuh hati, dengan niat yang ikhlas, serta mengutamakan yang terbaik untuk setiap anggota masyarakat yang datang
 - h. Meningkatkan kemampuan pegawai dalam penguasaan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan layanan prima.
 - i. Kondisi kantor harus selalu dijaga dalam kondisi bersih dan rapi.
 - j. Meningkatkan kepedulian pegawai atas kepuasan anggota masyarakat yang menggunakan layanan di Kantor Kelurahan Nginden Jangkungan.

Daftar Pustaka

- Afriah, R. (2009) *Kualitas Pelayanan Publik Kecamatan Sebuah Perubahan Kedudukan dan Fungsi Camat Sebagai Perangkat Daerah*. Jurnal Administrasi Dan Organisasi, diakses dari <http://journal.ui.ac.id/jbb/article/viewFile/609/594> pada 10 Oktober 2014
- Barata, A.A. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kuncoro, M. 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2008, *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nindia, Nisa (2008) *Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Unit Pelayanan PT. Telkom TBK Kandatel Sumatera Barat*. Jurnal Ekonomi Universitas Andalas, Diaksesd dari <http://repository.unand.ac.id/14215/> pada 10 Oktober 2014
- Rozi, F. (2012). *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada Koperasi Wanita Serba Usaha " Setia Budi Wanita ", Jawa Timur)*. Jurnal Ekonomi Manajemen, Diakses dari http://lib.uin-malang.ac.id/?mod=th_detail&id=08510104 pada 6 Oktober 2014
- Samuel, H. dan Foedjiawati. 2005, *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 7,No. 1, Maret 2005: 74-82
- Semiawan, C.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo