

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti akan membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan jasa, sumber daya manusia dan kualitas pelayanan.\

2.1 Jasa

2.1.1 Pengertian Jasa

Jasa sangat dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Berikut ini merupakan pengertian jasa menurut 3 pakar :

Definisi jasa menurut Phillip Kotler (Lupiyoadi 2006 : 6): Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Definisi jasa menurut Rangkuti (2006 : 26): Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut.

A. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dengan barang, yakni (Tjiptono, 2000: 15-18):

1. Tidak berwujud (intangibles)

Jasa bersifat tidak berwujud, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen memperhatikan tanda-tanda atau bukti-bukti kualitas jasa tersebut dari tempat, orang, peralatan, materi komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Oleh karena itu perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk mengelola keterangan atau informasi untuk mewujudkan produk yang tidak berwujud.

2. Tidak dapat dipisahkan (inseparability)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari proses produksi dan konsumsinya. Jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen mempengaruhi hasil dari jasa tersebut, sehingga perusahaan jasa perlu memperhatikan proses rekrutmen, kompensasi serta 11 pelatihan dan pengembangan karyawan. Selain itu juga memberi perhatian khusus kepada tingkat partisipasi konsumen dalam proses jasa, penyediaan fasilitas jasa dan pemilihan lokasi yang tepat.

3. Keanekaragaman (variability)

Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

4. Tidak tahan lama (perishability)

Jasa merupakan komunitas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak dapat digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Jika permintaan jasa dari konsumen tidak konstan, karena biasanya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, maka hal ini akan menjadi masalah. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan

2.2 Sumber Daya Manusia

2.2.1 Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut Spencer, 1993 dalam (Dharmanegara, 2019) mengatakan bahwa sumber daya manusia adalah kompetensi sebagai karakteristik dasar yang berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya, sesuai dengan apa yang diharapkan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Menurut (Tsauri, 2013) sumber daya manusia atau biasa disingkat menjadi SDM adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia dalam mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif dan mampu mengelola terhadap dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di dalam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan sehingga dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan. Dalam pengertian yang praktis, Sumber Daya Manusia lebih dimengerti sebagai bagian integral dari sistem yang membentuk suatu organisasi. Oleh karena itu, dalam bidang kajian psikologi, secara praktisi SDM harus mengambil penjurusan industry dan organisasi.

Sebagai ilmu, sumber daya manusia dipejalari dalam manajemen sumber daya manusia (MSDM). Dapat terjadi antara ilmu manajemen dan psikologi. Mengingat dalam struktur sumber daya Manusia dalam industri organisasi dipelajari oleh ilmu manajemen, sementara manusianya sebagai subjek pelaku adalah bidang kajian ilmu psikologi

Dalam perkembangan yang terbaru dalam memandang sumber daya manusia bukan sebagai sumber daya belaka, melainkan lebih berupa modal atau asset bagi institusi atau organisasi. Maka dari itu muncul lah istilah baru diluar H.R (Human Resources) yaitu H.C atau Human Capital. Disini sumber daya manusia dilihat bukan sekedar sebagai asset utama, tetapi asset yang bernilai dan dapat dilipatgandakan, dikembangkan (bandingkan dengan portofolio investasi) dan juga bukan sebaliknya sebagai liability. Dalam perspektif terdapat sumber daya manusia sebagai investasi perusahaan

Menurut Nawawi (2001) ada tiga pengertian Sumber Daya Manusia yaitu

1. Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja dilingkungan suatu organisasi (disebut juga personal, tenaga kerja, pekerja atau karyawan
2. Sumber daya manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.

3. Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material/non financial) di dalam perusahaan bisnis, yang dapat mewujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dan non-fisik dalam mewujudkan eksistensi perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan suatu proses mendayagunakan manusia sebagai tenaga kerja yang manusiawi, agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya berfungsi secara maksimal untuk pencapaian tujuan perusahaan. Manusia adalah makhluk tuhan yang kompleks dan unik serta diciptakan dalam integrasi dua substansi yang tidak dapat berdiri sendiri yaitu tubuh sebagai unsur materi serta jiwa yang bersifat non materi. Hubungan kerja yang paling intensif dilingkungan perusahaan adalah antara pemimpin dengan para pekerja (staff) yang ada di bawahnya.

Sumber daya manusia merupakan ujung tombak dalam pelayanan, sehingga sangat diandalkan untuk memenuhi standar mutu yang diinginkan oleh perusahaan. Maka untuk mencapai standar mutu tersebut, harus menciptakan situasi yang mendukung pelayanan yang sangat memuaskan kepada perusahaan. Upaya-upaya yang dilakukan manusia bukan sesuatu yang statis, tetapi terus berkembang dan berubah, bersamaan dengan dinamika kehidupan manusia, yang berlangsung dalam kebersamaan sebagai suatu masyarakat. Maka salah satu situasi yang mendukung ialah seluruh peraturan pengelolaan sumber daya manusia yang berdampak pada perlakuan yang sama kepada karyawan(Tsauri, 2013).

Pada umumnya untuk kebutuhan yang dapat dituntut oleh manusia terdiri dari dua macam, yaitu kebutuhan material dan kebutuhan spritual. Dalam membagi kebutuhan seperti ini terlalu umum untuk dijadikan pedoman atau pegangan dalam memotivasi bawahan. Maka, Maslow (dalam Siagian, 1981) dapat menyebutkan lima tingkatan kebutuhan manusia, yang secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pertama, didalam Kebutuhan Fisiologis (Physiological Needs), yang termasuk dalam kebutuhan ini, contohnya seperti sandang, pangan, papan, dan tempat berlindung. Kebutuhan ini bersifat primer dan mendesak. Maka dari itu seorang pimpinan yang ingin insruksi dan perintahnya dilaksanakan seharusnya dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Kedua, Kebutuhan Keamanan (Safety Needs), juga termasuk dalam kebutuhan ini, contohnya seperti kebutuhan akan keamanan jiwa terutama dalam jam-jam kerja. Contohnya seperti Kebutuhan akan keamanan kantor ditempat kerja, termasuk jaminan hari tua.

Ketiga, Kebutuhan social (social Needs), yang termasuk pada tingkatan kebutuhan ini, misalnya kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan untuk bisa diterima dilingkungan kerja, keinginan untuk maju dan tidak ingin gagal, kebutuhan akan perasaan untuk turut serta memajukan organisasi.

Keempat, Kebutuhan Prestise (Esteem Needs). Pada umumnya SDM akan mempunyai prestise setelah mempunyai prestasi. Dengan demikian prestasi pegawai perlu diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Pada umumnya karyawan yang telah mempunyai prestasi yang lebih tinggi akan terus berupaya dalam meningkatkan prestasinya secara maksimal.

Kelima, Kebutuhan mempertinggi kapasitas kerja (Self Actualization). Setiap pegawai pasti ingin mengembangkan kapasitas kerjanya secara optimal, contohnya seperti melalui pendidikan latihan, seminar, dan sebagainya. Kebutuhan-kebutuhan dalam mengembangkan dan meningkatkan kapasitas kerja tersebut perlu mendapatkan perhatian dari pimpinan.

2.2.2 Kualitas Sumber Daya Manusia

2.2.2.1 Pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia ialah pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk dapat digunakan dalam menghasilkan suatu pelayanan yang baik. Sumber daya manusia yang berkualitas tentunya berperan penting dalam meningkatkan suatu pelayanan di suatu instansi.

Menurut Supriatin dalam (Arifin, 2022) mengemukakan bahwa kualitas sumber daya manusia yaitu sumber daya manusia yang memiliki kapasitas, kemampuan, dan penguasaan, serta 9 cara berperilaku yang hebat dan patut diperhitungkan, dan juga harus memiliki pilihan untuk berpikir secara fundamental. Untuk menjadi sumber daya manusia yang berkualitas tentu saja harus didukung dengan sikap, etika dan moral yang baik.

2.2.2.2 Indikator Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut Matutina dalam (Arifin, 2022) mengatakan bahwa indikator dari kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut :

- 1) Pengetahuan (*knowledge*)
Pengetahuan (*knowledge*) yaitu kemampuan yang dimiliki *freelance* yang lebih berorientasi pada intelegensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki *freelance*.
- 2) Keterampilan (*skill*)
Keterampilan (*skill*) yaitu kemampuan dan penguasaan teknis operasional di bidang tertentu yang dimiliki *freelance*.
- 3) Kemampuan (*abilities*)
Kemampuan (*abilities*) yaitu kemampuan yang terbentuk dari sejumlah kompetensi yang dimiliki seorang *freelance* yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerjasama dan tanggung jawab.

2.3 Pengaruh

2.3.1 Pengertian Pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam (Sarawati, 2019), pengaruh merupakan daya yang ada atau muncul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan serta perbuatan

seseorang. Pengaruh adalah suatu daya atau kekuatan yang muncul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apapun yang ada disekitarnya menurut Yosin, 2012:1 dalam (Sarawati, 2019).

Menurut surakhmad dalam (Sarawati, 2019), Pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari sesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah suatu daya atau kekuatan yang dapat muncul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitarnya.

Pengaruh dibagi menjadi dua yaitu ada yang positif dan ada pula yang negatif. Contohnya seperti seseorang memberikan pengaruh yang positif kepada masyarakat, maka ia bisa mengajak mereka untuk menuruti apa yang ia inginkan. Namun kebalikannya bila pengaruh seseorang kepada masyarakat adalah negatif, maka masyarakat justru akan menjauhi dan tidak menghargainya

2.4 Kualitas

2.4.1 Pengertian Kualitas

Kualitas adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam dunia bisnis maupun non bisnis dimana baik buruknya kinerja suatu perusahaan dapat diukur dari kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, derajat dan mutu. Ada banyak sekali pendapat dan pengertian kualitas, walaupun sebenarnya pengertiannya tidak jauh beda antara yang satu dengan yang lain. Adapun beberapa pengertian mengenai kualitas menurut para ahli yaitu:

1. Tjiptono, 2004 dalam (Goetsch & Davis, 2005), mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (fitness for use). Pendapat ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan konsumen.
2. (Sunyoto, 2012) kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap sudah memiliki kualitas apabila berfungsi dan mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan
3. Kotler 2005 dalam (Goetsch & Davis, 2005), beranggapan bahwa kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat
4. (Goetsch & Davis, 2005), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan barang, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi serta melebihi dari apa yang diharapkan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas dapat dicapai apabila suatu perusahaan dapat memaksimalkan apa yang menjadi tujuan perusahaan tersebut. Semakin baik kualitas yang dihasilkan, maka semakin baik pula reputasi yang didapat oleh perusahaan yang menerapkannya

2.4.2 Pentingnya Kualitas

Kualitas merupakan suatu hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Ada tujuh alasan perlunya kualitas bagi sebuah perusahaan yang dikemukakan oleh Russel dalam (Goetsch & Davis, 2005) yaitu:

1. Reputasi Perusahaan

Perusahaan atau instansi yang telah menghasilkan suatu barang atau jasa yang berkualitas akan mendapat predikat sebagai perusahaan yang mengutamakan kualitas. Maka, perusahaan atau instansi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai “lebih” di mata client.

2. Penurunan Biaya

Dalam paradigma lama, untuk menghasilkan barang berkualitas selalu membawa dampak pada peningkatan biaya. Suatu barang yang berkualitas selalu identik dengan harga mahal. Sementara dengan paradigma baru mengatakan bahwa untuk menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas perusahaan atau instansi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi karena sudah berorientasi pada Kualitas Pelayanan

3. Peningkatan Pangsa Pasar

Dalam hal ini pangsa pasar akan meningkat ketika minimalisasi biaya tercapai, karena instansi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang paling utama.

4. Pertanggungjawaban Produk dan Jasa

Semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan menuntut perusahaan atau organisasi untuk selalu bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga diperlukan standar yang bukan hanya standar sistem tentang manajemen kualitas tetapi melainkan standar kualitas barang dan jasa

2.5 KUALITAS PELAYANAN

2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam (Suryanto, 2018) mengatakan kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para client dan peserta atas layanan yang mereka peroleh atau terima.

Kata “Kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti keseuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Andhini, 2017).

Feigenbaum dalam (Andhini, 2017) menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (Full customer satisfaction). Suatu barang yang berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu barang atau jasa

Menurut Gronross dalam (Andhini, 2017), jasa merupakan suatu fenomena yang rumit. Kata jasa memiliki beberapa arti dan ruang lingkup dari pengertian yang paling sederhana, yaitu dapat berupa pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang terlihat (eksplisit service) maupun yang tidak terlihat, yang hanya dapat dirasakan (implisit service) sampai pada fasilitas-fasilitas pendukung yang sudah tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara peserta dengan panitia atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan client Gronroos dalam (Andhini, 2017)

Maka dari itu yang dimaksud kualitas pelayanan adalah beberapa faktor dapat memenuhi harapan client dan peserta seperti tentang pernyataan oleh Goetsh dan Davis dalam Tjiptono dalam (Andhini, 2017) "Kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, Jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan memenuhi serta melebihi harapan"

Kualitas layanan itu sendiri dapat dinilai dari penerima bukanlah dari ukuran penyedia seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono (Andhini, 2017) "sebagai pihak atau orang yang membeli menggunakan jasa, client dan peserta atau merupakan bukan penyedia jasa yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan tersebut"

2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1988) dalam (Irwana, 2017) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi tersebut adalah :

1. *Realibility* (Kehandalan)
Ini adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal, terutama tepat waktu, sesuai jadwal yang dijanjikan dan tanpa ada kesalahan setiap saat.
2. *Responsivisness* (Daya Tanggap)
Yakni, kemauan atau keinginan pekerja lepas untuk membantu dan memberikan layanan yang dibutuhkan konsumen. Jangan membiarkan pelanggan menunggu, apalagi tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif. Jika kesalahan ini tidak segera diatasi, bisa menjadi pengalaman yang tak terlupakan dan menyenangkan..
3. *Assurance* (Jaminan)
Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko
4. *Empathy* (Empati)

Meliputi sikap staf dan perusahaan terhadap kontak, memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan komunikasi atau hubungan.

5. *Tangibles* (Berwujud/Bentuk Fisik)

Tersedianya fasilitas fisik (berwujud), perlengkapan serta sarana komunikasi dan yang lainnya yang dapat harus ada dalam proses jasa.

2.5.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan memang tidak semudah membalikkan telapak tangan, banyak faktor yang perlu diperhatikan. Menurut Tjiptono dalam (Andhini, 2017), ada beberapa faktor dominan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, antara lain:

1. Kontaminasi penentu utama kualitas pelayanan

Setiap perusahaan jasa yang ingin memberikan layanan dengan kualitas terbaik kepada pelanggannya harus melakukan penelitian untuk mengidentifikasi layanan dominan yang paling penting bagi pasar dan kemudian meningkatkan nilai pasar perusahaan dan pasar maritimnya. Untuk mengetahui posisi reaktif perusahaan di mata pelanggan dibandingkan dengan pesaing, fokus pada peningkatan kualitas dalam hal dominasi.

2. Mengelola harapan pelanggan

Tidak jarang perusahaan membesar-besarkan pesan komunikasinya kepada pelanggannya yang terpesona. Ini seperti bumerang, karena semakin banyak janji yang dibuat, semakin tinggi harapan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan harapan pelanggan tidak terpenuhi.

3. Mengelola bukti (*evidence*) kualitas pelayanan

Manajemen bukti layanan bertujuan untuk meningkatkan persepsi pelanggan selama dan setelah pemberian layanan. Dengan demikian, jasa adalah kinerja dan tidak dapat dianggap sebagai barang, sehingga pelanggan cenderung melihat fakta material yang terkait dengan jasa sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang perusahaan jasa, bukti kualitas meliputi segala sesuatu yang dianggap oleh konsumen sebagai indikator jasa apa yang akan diberikan (*pre-expectations*) dan jasa apa yang diterima (*post-expectations*).

4. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan memahami adalah upaya yang sangat positif dalam memberikan layanan yang berkualitas. Konsumen yang terdidik akan dapat membuat keputusan yang lebih baik sehingga kepuasan peserta lebih tinggi. Upaya edukasi ini dapat dilakukan dalam bentuk swalayan, membantu klien kapan menggunakan layanan, bagaimana menggunakan layanan, dan menjelaskan kepada klien alasan dibalik kebijakan yang mungkin mengecewakan mereka.

5. Mengembangkan budaya kualitas pelayanan

Budaya kualitas layanan adalah sistem nilai organisasi yang menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk membangun dan terus meningkatkan kualitas. Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan yang meningkatkan kualitas. Menciptakan budaya kualitas yang baik membutuhkan komitmen bersama dari seluruh anggota organisasi.

6. Menciptakan *automathing quality*
Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas pelayanan yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia. Namun, sebelum memutuskan untuk mengotomatisasi, perusahaan perlu melakukan riset menyeluruh untuk menentukan bagian mana yang membutuhkan input manusia dan memerlukan otomatisasi.
7. Menindak lanjuti kualitas pelayanan.
Menindalanjuti layanan dapat membantu mengisolasi aspek layanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu berinisiatif untuk menghubungi sebagian atau seluruh pelanggannya guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan. Perusahaan dapat memudahkan pelanggan untuk berkomunikasi baik tentang kebutuhan maupun keluhan mereka.
8. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa
Sistem informasi kualitas layanan adalah sistem yang secara sistematis menggunakan berbagai pendekatan untuk mengumpulkan data dan menyebarkan informasi kualitas layanan untuk mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup semua aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi tentang perusahaan dan pelanggan

2.6 Penelitian Terdahulu

TABEL 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Penulis dan Tahun	Variabel	Metode	Kesimpulan
1	Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Desa Pasirsari Cikarang Selatan (Juara, 2021)	Sumber Daya Manusia (X) Kualitas Pelayanan (Y)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang Positif sebesar 0,618 atau 61,8% antara variabel Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Desa Pasirsari Kecamatan Cikarang Selatan. Pelayanan Publik sangat penting dimiliki oleh setiap kecamatan, pelayanan publik sebagai aspek

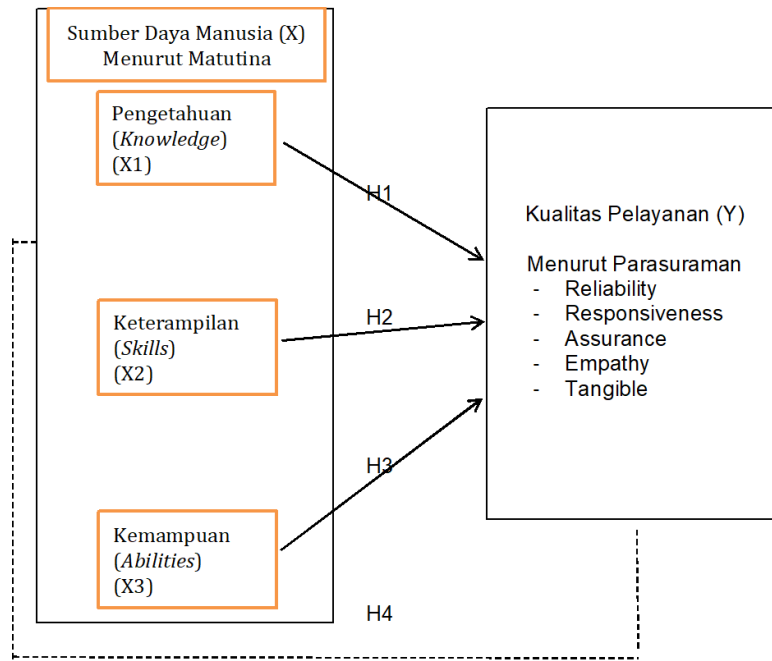
				<p>penting dalam mendukung tingkat keberhasilan pelaksanaan manajemen publik yang dilaksanakan oleh pemerintah. Oleh karena itu pelayanan publik mempunyai arti penting baik bagi pegawai maupun organisasi.</p>
2	<p>Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pelayanan Publik Pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bone</p> <p>(Arifin, 2022)</p>	<p>Kualitas Sumber Daya Manusia (X)</p> <p>Pelayanan Publik (Y)</p>	Kuantitatif	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Pelayanan Publik Pada Kantor Dinas Kependuduka dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bone. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan dengan cara menyebar kuesioner dan dokumentasi. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 42 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana</p>

				<p>yang diolah dengan menggunakan bantuan Software SPSS 22. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasa, penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel X yaitu pengembangan sumber daya manusia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada dinas Pendidikan kabupaten soppeng dengan nilai t tabel 3.837 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.</p>
3	<p>Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Pada PT.Pegadaian (Persero) Cabang Kampung Lalang Medan (Namira, 2018)</p>	<p>Kualitas Sumber Daya Manusia (X) Kualitas Pelayanan (Y)</p>	Kuantitatif	<p>Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kampung Lalang dan menganalisis hambatan yang dihadapi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kampung Lalang dalam</p>

				<p>meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kampung Lalang sudah dapat dikategorikan baik. Pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kampung Lalang Medan dari hasil analisis korelasi diperoleh sebesar 96 persen yang dapat diartikan bahwa kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif dan berkorelasi sempurna.</p>
--	--	--	--	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2015:117) merupakan gabungan hubungan variabel yang disusun dari berbagai teori yang dideskripsikan kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis untuk menghasilkan kombinasi hubungan antar variabel yang diteliti. Oleh karena itu, setiap penyusunan paradigma penelitian harus dilandasi oleh kerangka pemikiran.



Gambar 2. 1
KERANGKA PEMIKIRAN

Keterangan :

- : —————> Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- : - - - - -> Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Berdasarkan model Kualitas Sumber Daya Manusia ini peneliti mengidentifikasi tiga dimensi Sumber Daya Manusia (Y) yaitu Pengetahuan (*Knowledge*), Keterampilan (*Skills*), Kemampuan (*Abilities*)

Kualitas Sumber Daya Manusia yang baik akan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan secara langsung. Maka dapat dikatakan dimensi Sumber Daya Manusia yang positif berpengaruh langsung dengan Kualitas Pelayanan yaitu mengatakan hal yang positif, akan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam penelitian ini variabel independen adalah Sumber Daya Manusia dan variabel dependennya adalah Kualitas Pelayanan.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan penelitian tentang hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Dari kerangka pemikiran di atas, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Pengetahuan (*Knowledge*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan
- H2 : Keterampilan (*Skills*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan

- H3 : Kemampuan (*Abilities*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan
- H4 : Pengetahuan (*Knowledge*), Keterampilan (*Skills*) dan Kemampuan (*Abilities*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan