



Pengaruh kualitas pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) terhadap kepuasan masyarakat

Henny Wuryanti K¹, Nurita Andriani², Mohammad Arief³

^{1,2} Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

³ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

e-mail: Yukaheni@yahoo.com

Article Info:

Receive : Oct 2018

Revised : Nov 2018

Accepted : Des 2018

Published : Des 2018

DOI : 10.21067/mbr.v2i2.3230

Copyright : Management and
Business Review

Keywords :

Service quality, public satisfaction

Abstract: The study aims to determine the effect of the quality of licensing services for Building Construction Permits (IMB) including physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy for community satisfaction in the services of the Public Works Office of Cipta Karya and Spatial Planning in Surabaya. The sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 187, using data analysis is PLS (Partial Least Square). The results showed that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy had a significant positive effect on community satisfaction of users of IMB permit services in Surabaya Public Works and Spatial Planning Office.

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Perijinan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan Masyarakat pada layanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 187, analisis data menggunakan adalah PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan ijin IMB di Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya.

Pendahuluan

Salah satu aspek penting bagi pemerintah kabupaten/kota saat ini menurut perspektif manajemen pemerintah adalah bagaimana pemerintah kabupaten/kota mampu meningkatkan pelayanan publik kepada seluruh *stakeholder* terkait. Pelayanan publik yang dimaksud adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh institusi pemerintah di pusat dan daerah. Pada prakteknya perjalanan *public service* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang diupayakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah untuk lebih meningkatkan pelayanan menjadi pelayanan yang berkualitas (*service quality*), sering disingkat dengan istilah SERVQUAL. Kepuasan pelanggan merupakan basis bagi keberhasilan perusahaan, terutama dalam kondisi persaingan yang ketat. Pemikiran yang mendasari premis mengenai arti kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang merasa puas dengan suatu produk dan/atau layanan yang diberikan akan memiliki kemungkinan yang besar untuk melakukan pembelian ulang, mencoba produk dan/atau jasa lain yang ditawarkan perusahaan.

Jadi kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan masyarakat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada masyarakat untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah. Pemerintah dapat meningkatkan kepuasan masyarakat di mana pemerintah memaksimalkan pengalaman masyarakat yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman masyarakat yang kurang menyenangkan. Adanya fenomena permasalahan yang timbul dari masyarakat atau pemohon, adanya pelaksanaan pelayanan publik (*public services*) di Kota Surabaya dirasakan masih kurang optimal, dapat dilihat dari berbagai keluhan masyarakat sebagai pemohon atau konsumen. Kondisi ini merupakan indikator relatif masih rendahnya tingkat kepuasan masyarakat terkait dengan kinerja pelayanan publik tersebut. Beberapa hal yang dikeluhkan masyarakat antara lain berkaitan dengan masalah prosedur pelayanan yang terlalu panjang dan berbelit-belit, persyaratan pelayanan yang dirasakan berat, juga kurang transparan untuk memberikan informasi tentang retribusi maupun mengenai kemampuan petugas pelayanan yang masih rendah. Permasalahan tersebut berdampak pada munculnya citra buruk bagi pemerintah sebagai pelaksana pelayanan publik.

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan perijinan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) terhadap kepuasan masyarakat dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*) berpengaruh pada kepuasan masyarakat. Pemohon sebagai masyarakat yang mengajukan permohonan perijinan IMB pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu fungsi utama pemerintah maka pelayanan tersebut sudah seharusnya dapat diselenggarakan secara berkualitas oleh pemerintah. Proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan (Tjiptono, 2005).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan

pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Hubungan *tangible* (bukti fisik) dengan kepuasan masyarakat yaitu apabila bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi sehingga jika persepsi konsumen baik maka kepuasan konsumen semakin tinggi (Mosahab et al., 2010; Safitri et al., 2016; Sivadas & Baker-Prewitt, 2000; Sureshchandar et al., 2002; Yaqin & Ilfitriah, 2015). Apabila persepsi konsumen wujud fisik buruk maka kepuasan masyarakat semakin rendah. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat.

Hubungan *reliability* (kehandalan) dengan kepuasan konsumen yaitu semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi (Mosahab et al., 2010; Safitri et al., 2016; Sivadas & Baker-Prewitt, 2000; Yaqin & Ilfitriah, 2015). Jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Hubungan *responsiveness* (daya tanggap) dengan kepuasan konsumen yaitu daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi (Bloemer et al., 1998; Mosahab et al., 2010; Safitri et al., 2016; Yaqin & Ilfitriah, 2015).

Hubungan *assurance* (jaminan) dengan kepuasan konsumen yaitu jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi (Efendi & Lili, 2016; Hidayat, 2009; Safitri et al., 2016; Sureshchandar et al., 2002).

Hubungan *empathy* dengan kepuasan konsumen yaitu kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Efendi & Lili, 2016; Safitri et al., 2016; Sivadas & Baker-Prewitt, 2000; Yaqin & Ilfitriah, 2015). Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.

H1. Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

H2. Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

H3. Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

H4. Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

H5. Empathy berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi penelitian adalah Pemohon mengajukan permohonan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) non rumah tunggal di Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya sebanyak 350 pemohon pada Bulan Januari s/d Desember Tahun 2017. Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 187 responden. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer. Variabel bebas adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi-

dimensi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Variabel terikat adalah kepuasan masyarakat untuk pelayanan IMB di Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software smart PLS versi 2.0.m3* karena penelitian ini menggunakan teknik statistika multivarian dengan melakukan tiga variabel yaitu variabel independen, dan variabel dependen.

Hasil

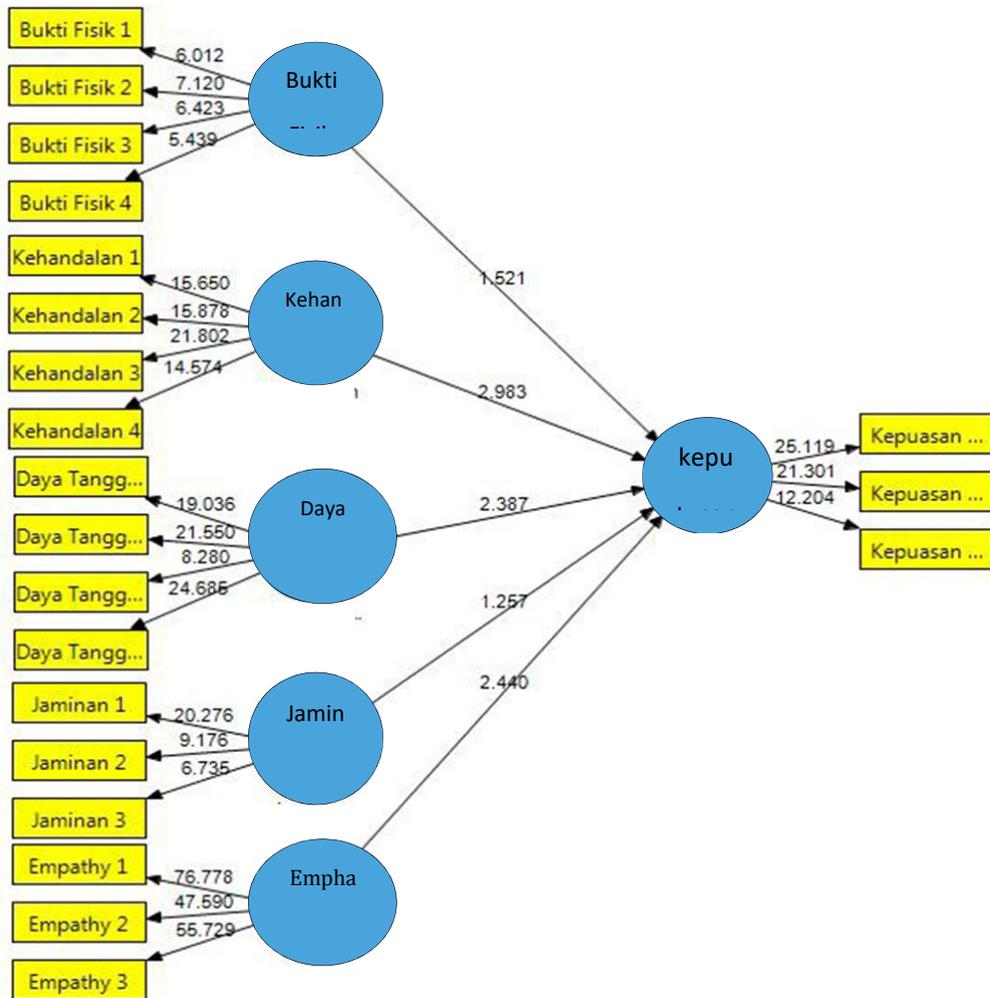
Hasil analisis diperoleh nilai *outer model* sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai *Outer Loadings (Outer Model)* Indikator Variabel (Uji Validitas)

Variabel	Indikator	Nilai Korelasi
X1 Bukti Fisik (Tangible)	X1.1 Fasilitas Pelayanan teknologi modern dengan sistem <i>online</i>	0.9205
	X1.2 Disetiap tempat pelayanan terdapat Leaflet/Brosur	0.8872
	X1.3 Fasilitas ruang tunggu dan kamar mandi bersih,nyaman	0.9295
	X1.4 Penampilan Pegawai yang berada di pelayanan /meeting point menggunakan pakaian seragam	0.8883
X2. Keandalan (Reliability)	X2.1 Pelayanan yang sama untuk semua pemohon	0.8983
	X2.2 Keandalan dalam mengaplikasikan penguasaan tekhnologi	0.8211
	X2.3 Kedisiplinan petugas pelayanan	0.8516
	X2.4 Ketepatan Waktu Pelayanan	0.9286
X3 Daya Tanggap (Responsiveness)	X3.1 Tanggung jawab Petugas Pelayanan	0.8415
	X3.2 Penanganan keluhan pemohon secara cepat dan tepat	0.8816
	X3.3 Pelayanan dan kejelasan petugas pelayan	0.7361
	X3.4 Petugas cepat tanggap dalam memberikan Pelayanan	0.8869
X4 Jaminan (Assurance)	X4.1 Pegawai / petugas dapat dipercaya	0.9123
	X4.2 Keamanan Pelayanan	0.8614
	X4.3 Mampu memberikan kepastian atas pelayanan yang diberikan	0.7968
X5 Empati (Empathy)	X5.1 Petugas mengutamakan kepentingan masyarakat	0.9432
	X5.2 Petugas Memahami kebutuhan pemohon	0.9249
	X5.3 Tersedia tempat untuk menyampaikan saran dan keluhan (<i>Meeting point, help desk</i>)	0.9327
Y Kepuasan Masyarakat	Y1.1 Kepuasan sarana dan prasarana yang lengkap dan mudah	0.8786
	Y1.2 Kepuasan terhadap Kecakapan Pelayanan Petugas	0.8604
	Y1.3 Rekomendasi pelayanan yang profesional dan modern pada masyarakat sebagai ke unggulan jasa	0.8078

Tabel 1 menunjukkan semua indikator valid karena memiliki nilai *outer loading* diatas 0,50. Maka, indikator-indikator tersebut dinyatakan valid dalam mengukur variabel yang diukur serta memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*). Nilai composite reliability untuk semua konstruk/variabel masing-masing memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70. Dengan demikian konstruk model penelitian yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan masyarakat telah reliabel/handal. Nilai yang disarankan untuk *Cronbach's Alpha* adalah di atas 0,6 dan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua kontruk berada di atas 0,6. Nilai terendah adalah sebesar 0,8069 (kepuasan masyarakat). Dengan demikian konstruk model penelitian yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, *empathy* dan kepuasan masyarakat telah reliabel/handal. Berdasarkan pengolahan data dengan PLS, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*R-square*) sebagai berikut: memberikan nilai 0,2701 untuk konstruk Kepuasan Masyarakat yang berarti bahwa dapat dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, *empathy* sebesar 0,2701%.

Hasil pengujian hipotesis (*inner model*) juga bisa dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. Inner Model

Pembahasan

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan bukti fisik mempengaruhi kepuasan masyarakat secara signifikan. Dengan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa arah pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan masyarakat adalah baik. Jadi, kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya akan semakin menguat dengan adanya persamaan persepsi bukti fisik pelayanan yang baik. Maka hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat diterima.

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan kehandalan mempengaruhi kepuasan masyarakat secara signifikan. Dengan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa arah kehandalan mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah baik. Jadi, kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya akan semakin menguat dengan adanya persamaan persepsi kehandalan pelayanan yang baik. Maka, hipotesis H2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan masyarakat diterima.

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan daya tanggap mempengaruhi Kepuasan Masyarakat secara signifikan. Dengan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa arah daya tanggap mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah baik. Jadi, kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya akan semakin menguat dengan adanya persamaan persepsi daya tanggap pelayanan yang baik. Maka, hipotesis H3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan masyarakat diterima.

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan jaminan mempengaruhi kepuasan masyarakat secara signifikan. Dengan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa arah jaminan mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah baik. Jadi, kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya akan semakin menguat dengan adanya persamaan persepsi jaminan pelayanan adalah baik. Maka, hipotesis H4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa jaminan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat diterima.

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan *empathy* mempengaruhi kepuasan masyarakat secara signifikan. Dengan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa arah *empathy* mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah baik. Jadi, kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya akan semakin menguat dengan adanya persamaan persepsi *empathy* pelayanan adalah baik. Maka, hipotesis H5 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *empathy* mempengaruhi kepuasan masyarakat diterima.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu (Efendi & Lili, 2016; Mosahab et al., 2010; Safitri et al., 2016; Yaqin & Ilfitriah, 2015) yang kesemuanya menyatakan bahwa kualitas pelanggan mempengaruhi kepuasan.

Kesimpulan

Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, karena bukti fisik pelayanan yang semakin baik akan memberikan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan. Keandalan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat, karena keandalan pelayanan yang semakin baik akan memberikan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat, karena daya tanggap pelayanan yang semakin baik akan memberikan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat, karena jaminan pelayanan yang diberikan oleh Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya dapat memberikan kepuasan masyarakat terutama mengenai ketepatan dan kecepatan kualitas pelayanan. *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat, karena *empathy* pelayanan yang semakin baik akan memberikan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan.

Daftar Pustaka

- Bloemer, J., de Ruyter, ko, & Peeters, P. (1998). Investigating drivers of bank loyalty: The complex relationship between image, service quality and satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/02652329810245984>
- Efendi, P. J., & Lili, Y. ai. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). Service quality, customer satisfaction and loyalty: a test Of mediation. *International Business Research*. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n4p72>
- Safitri, F., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang]. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Sivadas, E., & Baker-Prewitt, J. L. (2000). An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/09590550010315223>

- Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., & Anantharaman, R. N. (2002). The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach. *Journal of Services Marketing*, 16(4), 363–379. <https://doi.org/10.1108/08876040210433248>
- Tjiptono, F. (2005). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publising. *Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publising*.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>