

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Budaya Organisasi

2.1.1 Pengertian Budaya Organisasi

Budaya organisasi dalam organisasi merupakan alat untuk mempersatukan setiap individu yang melakukan aktivitas secara bersama-sama, hal ini merupakan bagian terpenting dari organisasi. Seluruh prinsip, harapan, sikap, norma, kepercayaan, dan kebiasaan yang dimiliki oleh pegawai, dimanfaatkan sebagai kesadaran kelompok hidup berorganisasi untuk menentukan reaksi terhadap proses di dalam dan di luar organisasi serta berpengaruh terhadap perilaku. Proses pembentukan budaya adalah proses yang terbentuk secara alami di bawah pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal. Ada beberapa pengertian budaya organisasi menurut para ahli yakni:

Menurut Fahmi (2017: 117) menyatakan “budaya organisasi merupakan hasil proses melebur gaya budaya dan perilaku tiap individu yang dibawa sebelumnya ke dalam sebuah norma-norma dan filosofi yang baru, yang memiliki energi serta kebanggaan kelompok dalam menghadapi sesuatu dan tujuan tertentu”.

Menurut yuliantarti (2016) mengatakan bahwa “budaya organisasi berkaitan dengan nilai yang dianut oleh anggota organisasi, nilai-nilai tersebut menginspirasi individu untuk menentukan tindakan dan perilaku yang diterima oleh organisasinya”.

Lathans dalam Alisanda (2018) berpendapat bahwa “budaya organisasi merupakan sebuah norma-norma dan nilai-nilai yang mengarahkan perilaku anggota organisasi. Semua anggota organisasi akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya”.

Hodge, et al., dalam Ningsih dan Setiawan (2019) memberi pengertian bahwa “budaya organisasi adalah konstruksi dari dua

tingkat karakteristik, yaitu karakteristik organisasi yang ke-lihatan (*observable*) dan yang tidak kelihatan (*unoservable*)”.

Menurut Krietner dan kinicki dalam Zuki (2016: 33) menyatakan, “budaya Organisasi adalah suatu wujud anggapan yang dimiliki, diterima secara implisit oleh kelompok dan menentukan bagaimana kelompok tersebut rasakan, pikirkan, dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam”.

Menurut wahab dalam tobari (2016: 49) mengatakan bahwa “budaya organisasi merupakan suatu sistem nilai, kepercayaan, dan kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling berinteraksi dengan struktur sistem formalnya untuk menghasilkan norma-norma perilaku organisasi”.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi merupakan seperangkat keyakinan, nilai, norma, kebiasaan, sikap dan perilaku anggota dalam suatu organisasi yang diciptakan atau dikembangkan oleh sekelompok orang yang menjadi pedoman bersama dalam melakukan interaksi organisasi guna memecahkan masalah internal dan eksternal, serta menjadi pembeda antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.

2.1.2 Kategori Budaya Organisasi

Menurut Wallach dalam Martin et al. (2017) membagi budaya organisasi menjadi tiga kategori, yaitu birokratis, inovatif, dan suportif. Budaya organisasi secara umum memiliki unsur-unsur dari tiga kategori, yaitu:

- a. Budaya birokrasi: budaya yang memiliki ciri dengan pendekatan yang teratur dan sistematis sesuai tanggung jawab dan wewenang yang jelas dan terarah. Organisasi yang menganut budaya ini biasanya terstruktur, berhati-hati, teratur, prosedural, hierarki, solid, dan berorientasi pada kekuatan.
- b. Budaya inovatif: budaya yang kreatif, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, menantang, giat dan mendorong. Budaya ini berfokus pada sistem internal organisasi dan keunggulan kompetitifnya dengan mendorong keterbukaan terhadap ide-ide baru yang dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang bermanfaat.
- c. Budaya suportif: budaya dengan ciri kepercayaan, aman, adil, mudah bergaul, berorientasi pada hubungan diharapkan mendorong suasana kolaboratif. Orang yang memiliki budaya seperti ini layak untuk dipekerjakan karena secara umum orang-orang ini bermanfaat dan memiliki sikap ramah.

2.1.3 Karakteristik Budaya Organisasi

Karakteristik budaya organisasi ini menjadikan organisasi berfokus kepada hasil bukan hanya pada proses, lalu sejauh mana keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil pada individu di dalam organisasi itu. Menurut Priansadan Garnida (2013: 77) berpendapat bahwa “budaya organisasi merupakan sistem nilai yang dikembangkan dan berlaku dalam suatu organisasi, yang menjadikan ciri khas sebagai sebuah organisasi. Sebagai sarana untuk mempersatukan kegiatan para anggota organisasi, budaya organisasi memiliki karakteristik sebagai berikut inisiatif individual, toleransi terhadap tindakan resiko, pengarahan, integrasi, dukungan manajemen, kontrol, identitas, sistem imbalan, toleransi, dan pola komunikasi”.

Menurut Eisenberger dan Stinglhamber dalam Sri dan Aghani (2017) ada 7 karakteristik yang mencerminkan budaya organisasi, antara lain:

- a. Inovasi dan berani mengambil risiko: karakteristik budaya organisasi yang mengharapkan karyawan menciptakan sikap inovatif dan berani dalam mengambil risiko.
- b. Perhatian pada detail: karakteristik budaya organisasi yang menuntut karyawan untuk teliti dalam hal-hal yang detail seperti ketika melakukan analisis-analisis.
- c. Orientasi hasil: karakteristik budaya organisasi yang berfokus pada hasil atau proses yang dilakukan untuk mencapai hasil tersebut.
- d. Orientasi pada manusia: karakteristik budaya organisasi yang mengharapkan manajemen dalam mengambil keputusan untuk memperoleh hasil yang akan dicapai dengan pertimbangan karyawan di organisasi.
- e. Orientasi menuju tim: karakteristik budaya organisasi yang mengharapkan karyawan dapat bekerja dalam tim daripada bekerja secara individu.
- f. Agresivitas: karakteristik budaya organisasi yang mengharapkan karyawan dapat bersikap agresif dan mempunyai keunggulan kompetitif.
- g. Stabilitas: kegiatan-kegiatan organisasi yang dapat mempertahankan status quo. Status quo berarti mempertahankan keadaan sekarang yang tetap seperti keadaan sebelumnya.

2.1.4 Fungsi - Fungsi Budaya Organisasi

Nilai-nilai dan keyakinan organisasi merupakan dasar budaya organisasi, keduanya berperan penting dalam mempengaruhi etika perilaku orang didalamnya yang secara tidak langsung turut membentuk budaya kerja seseorang.

Menurut kreitner dan kinicki dalam zuki (2016:36) mengatakan bahwa budaya organisasi memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Memberikan identitas organisasi pada karyawan dengan cara memberi penghargaan untuk mendorong inovasi.
2. Memudahkan komitmen kolektif dan menanamkan rasa bangga pada diri karyawan.

3. Mempromosikan stabilitas sistem sosial, stabilitas sistem sosial ini dapat mencerminkan lingkungan yang positif dan nyaman bagi karyawan. Budaya organisasi merujuk kepada suatu sistem pengertian bersama yang dipegang oleh anggota-anggota suatu organisasi, yang membedakan organisasi tersebut dari organisasi lainnya. Sistem pengertian bersama ini, dalam pengamatan yang lebih seksama merupakan serangkaian karakter penting yang menjadi suatu organisasi.

Sedangkan menurut Robbins dan Judge (2014: 262) terdapat lima fungsi budaya organisasi, sebagai berikut :

1. Budaya berperan sebagai penentu batas-batas.
2. Budaya memuat suatu rasa identitas anggota organisasi.
3. Budaya memfasilitasi lahirnya komitmen terhadap sesuatu yang lebih besar daripada kepentingan individu.
4. Budaya meningkatkan stabilitas sistem sosial.
5. Budaya bertindak sebagai mekanisme sense making serta kendali yang menuntun dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.

2.1.5 Indikator Budaya Organisasi

Menurut Afandi (2018: 101), mengemukakan indikator budaya organisasi adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Norma
Norma adalah peraturan perilaku yang menentukan respon karyawan atau pegawai mengenai apa yang dianggap tepat dan tidak tepat dalam situasi tertentu. Norma organisasi dikembangkan dalam waktu lama oleh pendiri dan anggota organisasi. Norma organisasi sangat penting karena mengatur perilaku anggota organisasi, sehingga perilaku anggota organisasi dapat diramalkan dan dikontrol.
2. Pelaksanaan Nilai-Nilai
Nilai-nilai merupakan pedoman atau kepercayaan yang dipergunakan oleh orang atau organisasi untuk bersikap jika berhadapan dengan situasi yang harus membuat pilihan nilai-nilai berhubungan erat dengan moral dan kode etik yang menentukan apa yang harus dilakukan individu dan organisasi yang mempunyai nilai kejujuran, integritas dan keterbukaan menganggap mereka harus bertindak jujur dan berintegritas tinggi.
3. Kepercayaan
Kepercayaan organisasi berhubungan dengan apa yang menurut organisasi dianggap benar dan tidak benar. Kepercayaan melukiskan karakteristik moral organisasi atau kode etik organisasi, misalnya memberikan upah minimum sesuai dengan kebutuhan layak akan meningkatkan motivasi karyawan atau pegawai.
4. Pelaksanaan Kode Etik
Kode etik adalah kumpulan kebiasaan baik suatu masyarakat yang diwariskan dari generasi ke generasi lainnya. Fungsi dari kode etik adalah pedoman perilaku bagi anggota organisasi.

2.2 Mutu Pelayanan

2.2.1 Pengertian Mutu

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dijelaskan arti dari “mutu adalah “ukuran baik buruk suatu benda, kadar, taraf, atau derajat berupa kepandaian kecerdasan, kecakapan, dan sebagainya.”

Mutu merupakan ukuran standar yang diinginkan oleh konsumen, jika suatu perusahaan dikatakan sudah berkualitas berarti sudah memenuhi standar keinginan konsumen bahkan melebihi harapan dari konsumen. Berikut pengertian kualitas mutu menurut para ahli:

Menurut lupiyoadi (2018: 212) mengatakan bahwa “mutu adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya”.

Sedangkan menurut rohiat (2019: 52) menyatakan “mutu atau kualitas adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh dari barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang diharapkan atau yang tersirat”.

Dari berbagai pendapat atau pandangan para ahli tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mutu adalah sesuatu yang berhubungan dengan produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya dengan standar atau persyaratan yang dapat dimanfaatkan atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan kepuasan kepada masyarakat yang diperoleh melalui manajemen yang baik dan berkelanjutan.

2.2.2 Karakteristik Mutu

Memahami konsep mutu dapat ditelaah dari karakteristik jasa/barang yang ditawarkan. Yang ditawarkan pertama adalah bentuk produk atau output dalam suatu sistem. *Output*/produk ini harus jelas sesuai dengan keinginan pelanggan. Kalau produknya sudah bagus, pelanggan akan mengaitkannya dan bertanya tentang proses pembentukannya, jelas produk yang bermutu tidak terlepas dari penggarapan atau proses yang tertata rapi dan terkontrol baik, dan suatu proses yang bermutu memerlukan *input* yang baik dan lengkap.

Menurut husaini usman dalam umi hani (2018: 79-82) menyatakan bahwa “mutu memiliki 13 karekteristik sebagai berikut:

1. Kinerja (*performa*)
2. Waktu Wajar (*time liness*)
3. Andal (*reliability*)
4. Daya tahan (*durability*)
5. Indah (*aesthetics*)
6. Hubungan manusiawi (*personal interface*)
7. Mudah penggunaannya (*easy of use*)
8. Bentuk khusus (*feature*)
9. Standar tertentu (*conformance to specification*)
10. Konsistensi (*Consistency*)
11. Seragam (*uniformity*)
12. Mampu melayani (*serviceability*)
13. Ketepatan (*acruracy*)

2.2.3 Pengertian Pelayanan

Pelayanan publik merupakan pemberian cara dari suatu organisasi untuk memberikan layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

Pelayanan adalah setiap aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak lain. Pelayanan terhadap pelanggan sangat penting dilakukan perusahaan karena tanpa pelayanan yang bagus maka pelanggan tidak akan mau membeli produk yang akan diperjualbelikan. Berikut pengertian pelayanan menurut beberapa ahli:

Menurut kotler (2018: 85) menyatakan bahwa “pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Menurut tjiptono sunyoto (2019: 236) menyatakan, “pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di

tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Berdasarkan pengertian pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh masyarakat.

2.2.4 Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta kepada masyarakat, hal tersebut untuk memenuhi segala kebutuhan yang harus dipenuhi agar proses pelayanan publik berjalan sesuai dengan harapan dan tetapkan sebelumnya. Istilah lain dari pelayanan adalah pengabdian dan pengayoman.

Seorang pelaku administrasi diharapkan bisa mencerminkan sifat-sifat memberikan pelayanan publik, artinya dapat mengabdikan pada kepentingan umum dan memberikan pengayoman kepada masyarakat lemah dan bisa lebih menekankan pada mendahulukan kepentingan masyarakat daripada kepentingan dirinya sendiri.

Menurut Wasistiono (Hardiyansyah, 2018: 15) “Pelayanan publik adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat”.

Menurut Rasyid (Hardiyansyah, 2018: 19) mengemukakan pelayanan publik sebagai berikut: Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Pemerintah pada hakekatnya adalah pelayanan kepada masyarakat. Ia tidaklah diadakan untuk melayani dirinya sendiri, tetapi untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya demi mencapai tujuan bersama.

Menurut Ibrahim (Hardiyansyah, 2018: 18) mengatakan pemerintah/pemerintahan sudah seharusnya menganut paradigma customer driven (berorientasi kepentingan masyarakat) dan memberikan pelayanan kepada masyarakat luas, mempersiapkan seluruh perangkat untuk memenuhi paradigma tersebut secara sistemik

(sejak masukan-proses-keluaran-hasil/dampaknya), sehingga terwujud pelayanan publik berkualitas.

Dari penjelasan pelayanan publik diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan publik merupakan sebuah layanan yang dilakukan dan diberikan kepada masyarakat oleh pemerintah maupun swasta baik itu pelayanan yang berbentuk barang maupun jasa. Dalam pemberian pelayanan adanya landasan seperti peraturan perundang-undangan atau regulasi agar terselenggaranya pelayan yang baik

2.2.5 Asas -Asas Pelayanan Publik

Dalam memberikan pelayanan publik yang baik, efektif dan efisien, penyelenggaraannya memiliki suatu asas-asas pelayanan. Dengan kata lain, bahwa dalam pemberian pelayanan publik yang baik maka dibutuhkan dan diperhatikan sebuah asas dalam pelayanan publik.

Asas-asas pelayanan publik menurut Keputusan Menpan Nomor 63/2003 sebagai berikut:

- a. Transparan. Pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. Akuntabilitas. Pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Kondisional. Pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. Partisipatif. Pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan Hak. Pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lainlain.
- f. Keseimbangan Hak Dan Kewajiban. Pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Asas-asas penyelenggaraan pelayanan publik juga diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang dikutip oleh Eny Kusdarini (2001: 190) yaitu terdiri dari 12 asas:

- a. Asas kepentingan umum
- b. Asas kepastian hukum
- c. Asas kesamaan hak
- d. Keseimbangan hak dan kewajiban
- e. Asas keprofesionalan
- f. Asas partisipasif
- g. Asas persamaan perlakuan/tidak deskriminatif

- h. Asas keterbukaan
- i. Asas akuntabilitas
- j. Asas fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan
- k. Asas ketepatan waktu
- l. Asas kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa pelayanan publik akan berjalan dengan baik dan berkualitas harus memenuhi dan menjalankan asas-asas pelayanan publik yaitu, kesamaan hokum, partisipatif, keterbukaan, akuntabilitas, ketepatan waktu, kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

2.2.6 Standar Pelayanan Publik

Dalam pemberian pelayanan publik harus adanya sebuah standarisasi yang dilakukan, hal ini bertujuan untuk sebuah ukuran untuk mewujudkan pelayanan kepada masyarakat yang ditentukan oleh penyelenggara atau penyedia pelayanan publik sehingga dapat ditaati dan dijalankan oleh pemberi dan atau penerima pelayanan.

Oleh karena itu perlu disusun dan ditetapkan standar pelayanan sesuai dengan sifat, jenis dan karakteristik layanan yang diselenggarakan, serta perhatian kebutuhan dan kondisi lingkungan. Dalam proses perumusan dan penyusunan melibatkan dan stakeholder lainnya untuk mendapatkan saran dan masukan, membangun kepedulian dan komitmen meningkatkan kualitas pelayanan.

Standar pelayanan publik menurut Zaenal (2018: 85) sekurang-kurangnya meliputi:

- a. Prosedur Pelayanan. Prosedur pelayanan yang dibagikan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
- b. Waktu Penyelesaian. Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
- c. Biaya Pelayanan. Biaya/tariff pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- d. Produk Pelayanan. Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- e. Sarana dan Prasarana. Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
- f. Kompetensi petugas pemberi pelayanan. Kompetensi petugas pemberi pelayanan kompetensi harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

2.2.7 Kualitas Pelayanan Publik

Pemberian pelayanan yang baik merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Jika konsumen merasa telah mendapatkan pelayanan yang baik berarti perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik pula. Demikian pula sebaliknya, pelayanan tidak dapat diuraikan secara obyektif seperti sebuah produk, melainkan merupakan interaksi social dengan subyektivitas, lebih tergantung pada nilai, parasaan dan perilaku. Kualitas pelayanan telah hampir menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah.

Menurut Ibrahim (Hardiyansyah, 2018: 55) “kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tertentu”.

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik. Konsep kualitas bersifat relatif, karena penilaian kualitas sangat ditentukan dari perspektif yang digunakan. Pada dasarnya, terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten antara yang satu dengan yang lain, yaitu persepsi pelanggan, produk, dan proses. Untuk produk jasa layanan, ketiga orientasi tersebut dapat menyumbangkan keberhasilan organisasi ditinjau dari kepuasan pelanggan.

Dalam pelaksanaan pelayanan publik harus memperhatikan aspek pendukung agar pelayanan dapat berjalan dengan baik. Faktor yang harus diperhatikan meliputi: faktor kesadaran baik dari petugas pelayanan maupun dari masyarakat, faktor aturan yang telah ditentukan oleh instansi pemberi layanan, faktor organisasi yang baik, faktor imbalan atau gaji, faktor kemampuan dalam bekerja, faktor sarana dan prasarana, komunikasi dan pendidikan.

2.2.8 Mutu Pelayanan

Masyarakat menilai mutu suatu pelayanan dengan cara memperhatikan instrumen yang berkaitan dengan proses pemberian layanan tersebut. Pelayanan akan dinilai berkualitas, apabila ditunjukkan dengan kecakapan pegawai dalam memahami segala kebutuhan Masyarakat. Kecakapan pegawai tersebut, menimbulkan persepsi yang positif dari masyarakat.

Pelayanan publik merupakan pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara pemerintah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, Negara didirikan oleh publik (masyarakat) tentu saja dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Pelayanan publik menurut definisi di atas dikatakan bahwa pelayanan publik merupakan pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pada hakikatnya negara dalam hal ini adalah pemerintah (birokrat) harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut hamirul (2020) menyatakan bahwa “mutu pelayanan merupakan sebuah perbandingan antara sebuah kenyataan atas pelayanan yang akan diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin di terima oleh masyarakat”.

Menurut waluyo & crosby lethimen (2020) menyatakan, “mutu pelayanan adalah sebuah penyesuaian terhadap beberapa karakteristik-karakteristik dimana kualitas pelayanan dapat dianggap sebagai titik keunggulan dalam memenuhi kebutuhan dalam sebuah pengguna jasa”.

Menurut Azwar (2020) menyatakan, “mutu pelayanan juga merupakan suatu bentuk penelitian atas konsumen terhadap sebuah tingkat pelayanan yang akan diterima dengan sebuah layanan yang dapat kita harapkan”.

Pada saat berbicara mengenai mutu pelayanan, maka salah satu konsep yang harus dipahami bersama adalah pelayanan atau jasa, serta bagaimana

kaitannya antara pelayanan itu sendiri dengan masyarakat. Bermutu mempunyai arti memuaskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan masyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk perilaku yang dapat memberikan suatu pemenuhan kebutuhan serta dari masyarakat atas jasa yang telah mereka gunakan sehingga pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap mutu pelayanan yang telah diberikan tersebut.

2.2.5 Indikator Mutu Pelayanan

Menurut hardiansyah (2016) terdapat beberapa indikator mutu pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangible*/fakta langsung adalah sebuah adanya kualitas pelayanan yang dapat berupa sarana fisik dalam pe Kantoran, komputerisasi sebuah administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
2. *Realibility*/keandalan adalah sebuah kemampuan dan keandalan yang dapat untuk menyediakan sebuah pelayanan yang dapat terpercaya.
3. *Responsiveness*/kemampuan tanggapan adalah kesanggupan yang dapat untuk membantu dan juga menyediakan sebuah pelayanan dengan baik dan tepat dan serta adanya tanggap terhadap keinginan masyarakat.
4. *Assurance*/tanggungan adalah terhadap sebuah kemampuan dan keramahan serta sopan dalam santun pegawai dapat meyakinkan bahwa kepercayaan terhadap masyarakat.
5. *Empathy*/empati adalah sikap yang tegas akan tetapi sebuah perhatian dari seorang pegawai terhadap masyarakat.

2.3 Kerangka Berpikir

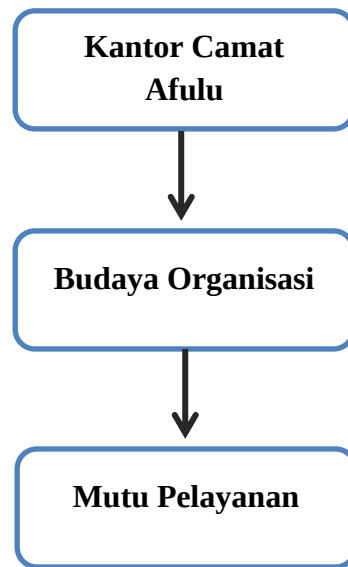
Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian.

Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. “Kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal” (Sugiyono, 2017: 92). Tetapi kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “Analisis Peran Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepada Masyarakat (Studi Kasus di Kantor Camat Afulu)”.

Budaya organisasi merupakan pola-pola interaksi dan relasi yang telah ditemukan, diterima, dan dikembangkan oleh setiap organisasi yang dijadikan sebagai basis orientasi berpikir, berperilaku, dan bertindak dari para anggota organisasi. Konsep yang digunakan dalam mendukung penelitian ini adalah peran budaya organisasi dalam meningkatkan pelayanan masyarakat di Kantor Camat Afulu

Penyelenggara pemerintahan wajib untuk memberikan pelayanan publik yang bermutu. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang menjadi standar pelayanan publik yaitu tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

2.3 Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penulisan rancangan penelitian ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan untuk dapat saling melengkapi.

Adapun ringkasan penelitian-penelitian relevan yang dijadikan sumber referensi terkait kajian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan Pelayanan Publik Studi Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Salak Kabupaten Pakpak Bharat oleh Ismail Fahmi Harahap (2021) diperoleh

hasil penelitian bahwa Peran tokoh masyarakat sangat berpengaruh dalam ketaatan membayar pajak kendaraan dan Menjalin hubungan secara emosial di Pakpak Bharat sangat harmonis dengan dinas terkait seperti petugas Kecamatan dan Puskesmas dalam membantu pengambilan cetak STNK.

2. Peranan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pendidikan oleh Siti Lailatul Fajriyah (2020) diperoleh hasil penelitian bahwa budaya kualitas, di pengaruhi oleh kepemimpinan, perencanaan strtegis, fokus pada pelanggan, pengukuran, analisis dan manajemen pengetahuan, fokus staff, manajemen proses, dan hasil kinerja organisasi. Maka berarti peningkatan terhadap variabel kepemimpinan, perencanaan strategis, fokus pada pelanggan, pengukuran, analisis dan manajemen pengetahuan, fokus staff, manajemen proses, dan hasil kinerja organisasi akan meningkatkan budaya kualitas.
3. Analisis Peran Budaya Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Karyawan PT MLM oleh Giacinta Evania (2021) diperoleh hasil penelitian bahwa budaya organisasi, terdapat komunikasi organisasi PT MLM berupa alur komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, dan media komunikasi organisasi. Alur komunikasi organisasi yang dilakukan adalah alur komunikasi ke bawah yaitu dari atasan hingga kepada staffnya, dan alur komunikasi ke samping yaitu antar karyawannya yang memiliki jabatan yang sama. Pola komunikasi organisasi yang diterapkan adalah satu arah saat briefing, dua arah saat meeting, dan multi arah saat bekerja. Fungsi komunikasi organisasi yang diterapkan adalah fungsi pengendalian saat briefing, fungsi motivasi saat bekerja dalam divisi, dan fungsi informasi saat berkomunikasi. Media komunikasi organisasi yang digunakan adalah media baru, untuk komunikasi antar karyawan adalah Whatsapp, e-mail, Telegram, Google Meet.
4. Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pembelajaran Di SMP Islam Terpadu Nurul Fadhillah Deli Serdang Oleh Rohimah Yanti Nasution (2020) diperoleh hasil bahwa Budaya upacara yang dilaksanakan

di SMP Islam Terpadu Nurul Fadhilah dalam meningkatkan kualitas layanan pembelajaran dilaksanakan berdasarkan kebiasaan-kebiasaan yang sudah di bentuk sebelumnya. Budaya upacara ini berkenaan dengan melaksanakan upacara bendera setiap hari senin, memperingati acara-acara besar seperti maulid Nabi dan isra' miraj dan pemberian reward kepada siswa yang berprestasi.

5. Analisis Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Prestasi Kerja Pegawai Administrasi UIN Datokarama Palu oleh Jismin (2022) diperoleh hasil bahwa Kondisi budaya organisasi pegawai administrasi di UIN Datokarama Palu mengacu pada perilaku atau kebiasaan yang dianut oleh orang atau kelompok sesuai dengan nilai dan keyakinannya untuk mencapai keberhasilan organisasi. keyakinan akan kemampuannya untuk memenuhi tujuan organisasi, maka budaya organisasi akan kuat. Kemampuan untuk berpikir dan menjadi kreatif yang dimiliki individu dari suatu organisasi untuk menghasilkan ide-ide untuk merencanakan atau melakukan sesuatu yang terkait dengan tujuan perusahaan dalam rangka membantu serta mengarahkan sumber daya manusia menuju pencapaian visi, maksud, dan tujuan organisasi. Berdasarkan temuan di lokasi penelitian dan hasil wawancara, dapat ditentukan bahwa pegawai administrasi UIN Datokarama Palu telah dibimbing dalam usahanya mencapai keberhasilan organisasi. Analisis budaya organisasi dalam meningkatkan prestasi kerja pegawai administrasi di UIN Datokarama Palu mengacu pada suatu sistem peran, alur kegiatan dan proses (pola hubungan kerja) yang melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. objektif. Ada hasil positif dari upaya individu yang dilakukan oleh staf UIN Datokarama Palu. Operasional organisasi diusahakan agar tetap berjalan dengan lancar. Meskipun ada pemisahan tanggung jawab yang jelas, ada kalanya pekerja diharuskan melakukan pekerjaan yang bukan tanggung jawabnya karena pekerjaan tidak dapat ditunda demi kebaikan perusahaan. Karyawan percaya bahwa output organisasi adalah hal yang paling esensial; Selain

itu, koordinasi tetap dilakukan dengan atasan langsung agar tidak menyimpang dari sistem/aturan yang sudah ada di dalam bisnis.