

Analisis kualitas layanan: Dimensi, prinsip, dan faktor penyebab rendahnya layanan

Depi Indriani *¹
Kaysa Hasnah Mumtaaza ²
Arinal Nasir ³
Rafi Kenny Akhdan ⁴
Aish Kinar Naqiya ⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia
*e-mail: 231002163@student.unsil.ac.id¹, 231002170@student.unsil.ac.id²,
231002143@student.unsil.ac.id³, 231002165@student.unsil.ac.id³,

Abstrak

Kualitas layanan menjadi faktor penentu utama kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, banyak organisasi masih menghadapi permasalahan serius berupa rendahnya kualitas layanan yang bersumber dari berbagai faktor internal maupun eksternal. Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep kualitas layanan secara komprehensif, meliputi karakteristik, dimensi, analisis kesenjangan (gap), prinsip-prinsip pelayanan, serta faktor-faktor penyebab rendahnya kualitas layanan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur sistematis terhadap artikel jurnal akademik dan buku referensi yang relevan dan terbit dalam lima tahun terakhir. Analisis dilakukan melalui identifikasi tema, sintesis lintas sumber, serta komparasi temuan dengan teori yang ada. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas layanan tersusun atas lima dimensi utama dalam model SERVQUAL, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi aktual terhadap layanan merupakan akar permasalahan yang paling dominan. Faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan meliputi keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, lemahnya sistem manajemen dan standar operasional prosedur, keterbatasan infrastruktur fisik, budaya organisasi yang tidak berorientasi pelanggan, serta buruknya komunikasi internal. Penelitian ini berkontribusi dalam menyajikan kerangka analisis faktor yang terintegrasi dan relevan bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan, baik pada sektor publik maupun swasta di Indonesia.

Kata kunci: *Kualitas layanan, dimensi layanan, kepuasan pelanggan, analisis gap, pelayanan*

Abstract

Service quality is a primary determinant of customer satisfaction and loyalty in an increasingly competitive environment. However, many organizations still face serious challenges due to poor service quality stemming from various internal and external factors. This study aims to comprehensively analyze the concept of service quality, encompassing its characteristics, dimensions, gap analysis, service principles, and the factors contributing to poor service quality. The research employs a qualitative approach using a systematic literature review of academic journal articles and relevant reference books published within the last five years. Analysis was conducted through thematic identification, cross-source synthesis, and comparison of findings with existing theory. The results reveal that service quality consists of five main dimensions in the SERVQUAL model: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The gap between customer expectations and actual service perceptions is identified as the most dominant root cause. Factors contributing to poor service quality include limited human resource competence, insufficient understanding of customer needs, weak management systems and standard operating procedures, limited physical infrastructure, a non-customer-oriented organizational culture, and poor internal communication. This study contributes an integrated analytical framework of causal factors relevant to developing sustainable service quality improvement strategies in both public and private sector organizations in Indonesia.

Keywords: *service quality, service dimensions, customer satisfaction, gap analysis, service*

PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Dalam era persaingan global yang semakin ketat, organisasi dituntut untuk mampu memberikan layanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan berdampak langsung pada tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga menjadi kunci keberlanjutan suatu usaha (Widiyanti, 2025).

Seiring dengan perkembangan zaman, ekspektasi pelanggan terhadap layanan juga semakin meningkat. Kualitas layanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses penyampaian layanan tersebut. Oleh karena itu, organisasi perlu memahami konsep kualitas layanan secara menyeluruh agar mampu memberikan pelayanan yang optimal dan berkelanjutan (Siti et al., 2017).

Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam mengukur kualitas layanan adalah metode *servqual*. Pendekatan ini menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Dimensi-dimensi tersebut digunakan untuk menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Namun dalam praktiknya, masih banyak organisasi yang menghadapi permasalahan terkait rendahnya kualitas layanan. Salah satu penyebab utama adalah adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima. Kesenjangan ini dapat terjadi karena kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, kurangnya optimalnya sistem pelayanan, serta lemahnya pengelolaan kualitas layanan.

Selain itu, berbagai faktor seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan, serta persaingan yang semakin tinggi juga menjadi penyebab rendahnya kualitas layanan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai kualitas layanan yang meliputi karakteristik, dimensi, analisis kesenjangan, prinsip-prinsip, serta faktor-faktor penyebab rendahnya kualitas layanan agar organisasi mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sistematis (*systematic literature review*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bersifat eksploratif dan konseptual, yaitu memetakan, mensintesis, dan menganalisis berbagai temuan dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai konsep kualitas layanan, sehingga tidak memerlukan pengumpulan data primer dari lapangan (Prasetyo & Meiranto, 2022). Metode studi literatur sistematis memungkinkan peneliti untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan berbasis bukti terhadap suatu topik dengan cara yang lebih terstruktur dibandingkan kajian literatur konvensional.

Sumber data dalam penelitian ini sepenuhnya bersifat sekunder, terdiri dari artikel jurnal ilmiah berbahasa Indonesia dan berbahasa Inggris yang terindeks di berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, Garuda (Garba Rujukan Digital), dan DOAJ. Kriteria inklusi yang diterapkan meliputi: (1) artikel diterbitkan dalam rentang tahun 2019 hingga 2025; (2) topik utama artikel berkaitan langsung dengan kualitas layanan, *SERVQUAL*, kepuasan pelanggan, atau manajemen mutu layanan; dan (3) artikel merupakan hasil penelitian empiris atau kajian konseptual yang diterbitkan pada jurnal ilmiah bereputasi. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak tersedia teks lengkapnya, artikel yang bersifat opini tanpa landasan data, serta sumber dari situs web yang tidak memiliki proses penelaahan (*peer-review*).

Proses penelusuran literatur dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan secara sistematis, yaitu: "kualitas layanan", "kualitas pelayanan", "*SERVQUAL*", "analisis gap layanan", "kepuasan pelanggan", "dimensi layanan", dan "faktor penyebab rendahnya layanan". Penelusuran dilakukan dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan

bahasa Inggris. Dari hasil penelusuran awal diperoleh lebih dari 80 artikel yang berpotensi relevan. Setelah melalui proses seleksi berdasarkan judul dan abstrak, serta kemudian penyaringan berdasarkan isi penuh (full-text screening), sebanyak 22 artikel yang memenuhi semua kriteria inklusi akhirnya dijadikan sumber primer dalam kajian ini.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) dan analisis tematik (thematic analysis). Analisis isi dilakukan dengan mengidentifikasi konsep-konsep kunci, definisi, dimensi, dan model yang paling sering digunakan dalam literatur terkait kualitas layanan. Sementara itu, analisis tematik diterapkan untuk mengategorikan dan mengklasifikasikan faktor-faktor penyebab rendahnya kualitas layanan ke dalam tema-tema yang bermakna berdasarkan pola yang muncul secara berulang di berbagai sumber. Proses analisis dilakukan secara induktif, di mana tema-tema tidak ditentukan sebelumnya melainkan berkembang dari data literatur itu sendiri. Untuk menjaga keandalan analisis, setiap tema yang diidentifikasi didukung oleh minimal dua sumber literatur yang berbeda (Hidayat & Supriyanto, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian dan Karakteristik Kualitas Layanan

Kualitas layanan (service quality) adalah sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Secara umum, kualitas layanan dilihat dari hasil perbandingan antara harapan pelanggan (expected service) dengan layanan yang benar benar diterima/dirasakan (perceived service): jika hasilnya sesuai atau lebih baik dari harapan, maka kualitas layanan dianggap baik. Definisi kualitas layanan atau kualitas jasa menurut Wyckof (Tjiptono, 2002:59) adalah “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Karakteristik kualitas layanan merujuk pada dimensi utama yang menentukan persepsi pelanggan terhadap pelayanan, sering diukur dengan model SERVQUAL. Model ini menekankan kesesuaian antara harapan dan kenyataan layanan. Karakteristik pokok jasa dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu sebagai berikut : (Tjiptono, n.d.)

1. *Intangibility*

Karakteristik pokok jasa dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium sebelum dibeli. Jasa mengandung unsur experience quality dan credence quality yang tinggi. Experience quality adalah karakteristik-karakteristik yang hanya dapat dinilai pelanggan setelah pembelian, misalnya kualitas, efisiensi, dan kesopanan. Sedangkan credence quality merupakan aspek-aspek yang sulit dievaluasi, bahkan setelah pembelian dilakukan. Misalnya sebagian besar orang sulit menilai peningkatan kemampuan berbahasa Inggrisnya setelah mengikuti kursus bahasa Inggris selama periode tertentu.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi, sedangkan jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Maka efektifitas individu dalam menyampaikan jasa merupakan unsur penting dalam pemasaran jasa.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel (non-standardized output), artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak dimanfaatkan, akan berlalu atau hilang begitu saja.

Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi kualitas layanan paling sering dijelaskan melalui model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi utama (Siringoringo et al., 2023).

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dimensi ini mencakup penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi komunikasi yang terlihat oleh pelanggan, seperti kebersihan ruang tunggu atau penampilan karyawan yang rapi.

2. *Reliability* (Keandalan)

Merujuk pada kemampuan menyediakan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan konsisten, misalnya menyelesaikan pesanan sesuai jadwal tanpa kesalahan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Menunjukkan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan responsif, termasuk memberikan informasi yang jelas tanpa membuat pelanggan menunggu lama.

4. *Assurance* (Jaminan)

Melibatkan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman dan yakin dengan layanan yang diterima.

5. *Empathy* (Empati)

Fokus pada perhatian personal, pemahaman terhadap kebutuhan individu pelanggan, dan komunikasi yang ramah, seperti menangani keluhan dengan penuh perhatian (Jazuli & Samanhudi, 2020)

Analisis Gap Kualitas Layanan

Analisis Gap kualitas layanan adalah metode untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan, sehingga organisasi bisa mengetahui di mana kualitas layanan belum optimal dan perlu diperbaiki.

Bagian hasil penelitian memuat hasil analisis uji hipotesis yang dapat menyertakan tabel, grafik, dan sebagainya. Analisis Gap (analisis kesenjangan) membandingkan kinerja layanan aktual dengan kualitas yang diharapkan/diinginkan (misalnya standar pelanggan, standar industri, atau sasaran organisasi). Dalam konteks layanan, gap muncul bila ada perbedaan antara “apa yang diharapkan pelanggan” (expected service) dan “apa yang benar-benar dirasakan pelanggan” (perceived service).

Dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Biasanya analisis gap kualitas layanan menggunakan kerangka SERVQUAL dengan 5 dimensi:

1. Tangibles (fasilitas, penampilan fisik pegawai, peralatan).
2. Reliability (keandalan dalam menepati janji dan memberikan layanan dengan benar).
3. Responsiveness (kecepatan dan kesediaan memberi bantuan).
4. Assurance (pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan memberi kepercayaan).
5. Empathy (perhatian perorangan dan pemahaman kebutuhan pelanggan) (Qory Addin, Marchaban, 2021).

Cara Menghitung dan Menggunakan Gap Secara umum, gap untuk tiap atribut layanan dihitung:

$$\text{Gap} = \text{Rata-rata nilai Harapan} - \text{Rata-rata nilai Persepsi.}$$

1. Nilai gap negatif berarti layanan yang diterima lebih tinggi dari harapan (kinerja baik).
2. Nilai gap positif berarti layanan belum memenuhi harapan sehingga perlu prioritas perbaikan (Analysis et al., 2019).

Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Prinsip-prinsip kualitas layanan merupakan pedoman dasar untuk memastikan pelayanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sering kali berbasis pada pendekatan manajemen mutu seperti Total Quality Management (TQM). Prinsip ini melengkapi dimensi SERVQUAL yang telah dibahas sebelumnya.

Prinsip-prinsip utama mencakup langkah strategis untuk mencapai kualitas berkelanjutan:

1. Kepemimpinan Strategi: Pimpinan menetapkan visi kualitas dan memastikan komitmen seluruh organisasi.
2. Pendidikan dan Pelatihan: Meningkatkan kompetensi karyawan melalui program berkelanjutan untuk layanan prima.
3. Perencanaan Proses: Merancang proses layanan yang efisien, terukur, dan berorientasi pelanggan.
4. Review dan Peningkatan: Evaluasi berkala untuk identifikasi kesenjangan dan perbaikan berkesinambungan

Faktor-Faktor Penyebab Buruknya Kualitas

Rendahnya kualitas layanan merupakan permasalahan yang kompleks dan bersifat multidimensional. Berdasarkan kajian terhadap berbagai literatur akademik yang relevan, ditemukan sejumlah faktor utama yang secara konsisten berkontribusi terhadap buruknya kualitas layanan di berbagai organisasi, baik sektor publik maupun swasta. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori besar, yaitu faktor internal yang berasal dari dalam organisasi dan faktor eksternal yang dipengaruhi oleh lingkungan di luar kendali langsung organisasi (Astuti & Nagase, 2022).

Faktor pertama dan paling dominan adalah keterbatasan kompetensi sumber daya manusia (SDM). Penelitian Wulandari dan Farida (2021) mengungkapkan bahwa karyawan yang tidak mendapatkan pelatihan memadai cenderung menghasilkan layanan yang tidak konsisten, sehingga menimbulkan gap antara harapan pelanggan dengan realitas yang dirasakan. Kondisi ini semakin diperparah ketika organisasi tidak memiliki sistem evaluasi kinerja yang terstruktur, sehingga kesalahan layanan berulang tanpa adanya mekanisme perbaikan yang sistematis. Dalam konteks SERVQUAL, defisiensi SDM secara langsung memperlemah dimensi reliability dan assurance yang merupakan dua dimensi dengan bobot kepentingan tertinggi bagi pelanggan.

Tabel 2 berikut menyajikan ringkasan faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan beserta dampaknya terhadap dimensi SERVQUAL berdasarkan sintesis dari berbagai penelitian terdahulu.

Tabel 2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan dan Dampaknya

No	Faktor Penyebab	Dampak pada Kualitas Layanan	Dimensi SERVQUAL yang Terpengaruh
1	Keterbatasan kompetensi SDM	Layanan tidak konsisten, kesalahan berulang	Reliability, Assurance
2	Kurangnya pemahaman kebutuhan pelanggan	Gap harapan vs. persepsi yang besar	Empathy, Responsiveness
3	Lemahnya sistem manajemen dan SOP	Proses layanan tidak standar dan lambat	Reliability, Responsiveness
4	Keterbatasan infrastruktur fisik	Persepsi negatif terhadap wujud layanan	Tangibles
5	Budaya organisasi yang tidak berorientasi pelanggan	Minimnya inisiatif perbaikan layanan	Semua Dimensi
6	Komunikasi internal yang buruk	Informasi tidak sampai ke pelanggan	Responsiveness, Empathy

Sumber: Sintesis dari berbagai penelitian terdahulu (2020–2025)

Faktor kedua yang tidak kalah penting adalah kurangnya pemahaman organisasi terhadap kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Penelitian Prasetyo dan Meiranto (2022) menunjukkan bahwa banyak organisasi pelayanan publik di Indonesia masih menggunakan pendekatan supply-driven, yaitu merancang layanan berdasarkan kemampuan internal tanpa lebih dahulu menggali kebutuhan aktual pelanggan. Akibatnya, terjadi misalignment yang serius antara apa yang disediakan dengan apa yang sesungguhnya diinginkan pelanggan. Situasi ini juga dikonfirmasi oleh Hidayat dan Supriyanto (2023) yang menemukan bahwa organisasi yang secara rutin melakukan survei kepuasan pelanggan memiliki skor gap SERVQUAL yang jauh lebih kecil

dibandingkan organisasi yang tidak melakukannya, sehingga menegaskan pentingnya feedback loop yang terstruktur dan berkelanjutan.

Lemahnya sistem manajemen dan ketidakjelasan Standar Operasional Prosedur (SOP) turut menjadi faktor ketiga yang signifikan. Menurut Rachman dan Kusumawati (2021), ketiadaan SOP yang jelas menyebabkan setiap karyawan memberikan layanan menurut interpretasinya masing-masing, sehingga standar layanan yang diterima pelanggan menjadi sangat bervariasi dan tidak dapat diprediksi. Kondisi ini berhubungan langsung dengan gap pertama dalam model Parasuraman (Gap 1), di mana manajemen gagal memahami ekspektasi pelanggan, serta gap ketiga (Gap 3), yaitu ketidakmampuan karyawan mengikuti standar layanan yang telah ditetapkan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Jazuli dan Samanhudi (2020) yang mengidentifikasi bahwa ketidaksesuaian proses internal dengan standar layanan merupakan pemicu utama rendahnya skor dimensi reliability pada sektor jasa.

Faktor keempat adalah keterbatasan infrastruktur dan fasilitas fisik. Nugroho dan Wahyuni (2023) dalam studinya di rumah sakit pemerintah kelas C menemukan bahwa kondisi fasilitas fisik yang kurang memadai seperti ruang tunggu yang sempit, peralatan yang usang, dan kebersihan yang tidak terjaga secara langsung menurunkan persepsi pelanggan terhadap dimensi tangibles. Yang menarik, temuan ini juga menunjukkan efek spillover, yaitu persepsi negatif terhadap fasilitas fisik turut memperburuk penilaian pelanggan terhadap dimensi non-fisik seperti assurance dan empathy. Ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi SERVQUAL tidak berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dalam membentuk persepsi kualitas layanan secara keseluruhan (Siringoringo et al., 2023).

Budaya organisasi yang tidak berorientasi pada pelanggan merupakan faktor kelima yang sifatnya lebih struktural dan sulit diubah dalam jangka pendek. Mahmudi (2023) menegaskan bahwa pada banyak instansi pelayanan publik, orientasi karyawan masih berpusat pada pemenuhan prosedur administratif semata, bukan pada kepuasan pengguna layanan. Akibatnya, ketika pelanggan menyampaikan keluhan, respons yang diberikan cenderung defensif dan tidak solutif. Perbedaan mendasar ini yang membedakan temuan pada sektor publik dengan sektor swasta, di mana tekanan kompetitif pasar mendorong perusahaan swasta untuk lebih responsif terhadap keluhan pelanggan demi mempertahankan pangsa pasarnya. Dengan demikian, transformasi budaya organisasi menjadi prasyarat mutlak sebelum intervensi teknis lainnya dapat berjalan efektif.

Faktor keenam yang turut berkontribusi adalah buruknya komunikasi internal antar lini dalam organisasi. Penelitian Qory Addin dan Marchaban (2021) menemukan bahwa informasi mengenai perubahan kebijakan layanan atau prosedur baru sering kali tidak tersampaikan secara merata kepada seluruh karyawan frontline, sehingga pelanggan menerima informasi yang tidak konsisten dari petugas yang berbeda. Kondisi ini secara langsung memperlemah dimensi responsiveness dan empathy, karena pelanggan merasa tidak dilayani dengan tepat dan tidak mendapatkan perhatian yang seharusnya. Temuan ini sejalan dengan konsep Gap 4 dalam model Parasuraman yang menekankan bahwa janji layanan yang dikomunikasikan kepada pelanggan harus sesuai dengan kapasitas aktual yang dapat dipenuhi oleh organisasi.

Secara metodologis, perlu dicatat bahwa sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan cross-sectional dengan instrumen kuesioner skala Likert, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan kondisi pada satu titik waktu tertentu. Hal ini dapat memengaruhi generalisabilitas temuan, terutama dalam konteks layanan yang dinamis. Selain itu, faktor konteks penelitian seperti jenis industri, lokasi geografis, dan karakteristik demografis responden juga turut berkontribusi pada variasi temuan antar studi. Perbedaan antara hasil penelitian di perkotaan dan pedesaan, misalnya, dapat mencerminkan perbedaan ekspektasi pelanggan yang dipengaruhi oleh pengalaman dan aksesibilitas layanan sebelumnya (Widianti, 2025). Oleh sebab itu, kajian lanjutan dengan metode longitudinal dan pendekatan mixed-method dipandang perlu untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual terhadap faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan.

Jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, kajian ini menegaskan posisi yang konsisten bahwa faktor manusia (human factor) tetap menjadi determinan utama kualitas

layanan, melampaui faktor teknologi maupun infrastruktur fisik. Temuan ini sejalan dengan argumen Tjiptono (2004) yang menyatakan bahwa karakteristik inseparability pada jasa menjadikan interaksi antara karyawan dan pelanggan sebagai momen kritis (moment of truth) yang sangat menentukan kepuasan. Implikasinya bagi praktik manajerial adalah bahwa investasi pada pengembangan SDM, pembentukan budaya pelayanan prima, dan penguatan sistem manajemen harus diprioritaskan sebagai strategi utama untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian kerangka analisis faktor yang terintegrasi, yang menghubungkan temuan empiris dengan model teoritis SERVQUAL dalam konteks keindonesiaan yang relevan bagi pengembangan ilmu manajemen layanan maupun kebijakan praktis di lapangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan konstruk multidimensional yang tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan harus dikaji secara menyeluruh dan terintegrasi. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry tetap relevan dan menjadi kerangka paling komprehensif dalam mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utamanya, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Analisis gap antara harapan dan persepsi pelanggan terbukti menjadi alat diagnostik yang efektif untuk mengidentifikasi area-area layanan yang membutuhkan perbaikan, sebagaimana dikonfirmasi oleh berbagai penelitian empiris yang dikaji dalam studi ini.

Faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan yang teridentifikasi dalam kajian ini mencakup enam dimensi utama: keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, lemahnya sistem manajemen dan standar operasional prosedur, keterbatasan infrastruktur fisik, budaya organisasi yang tidak berorientasi pada pelanggan, serta buruknya komunikasi internal antar lini. Dari keenam faktor tersebut, faktor manusia terbukti menjadi determinan yang paling dominan dan mendasar, karena berpengaruh langsung terhadap hampir seluruh dimensi SERVQUAL. Temuan ini konsisten dengan sifat inseparability pada jasa yang menjadikan kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan sebagai momen kritis penentu kepuasan. Terdapat pula perbedaan yang nyata antara sektor publik dan swasta, di mana tekanan kompetitif mendorong organisasi swasta untuk lebih responsif dalam mengelola kualitas layanan.

Implikasi praktis dari penelitian ini mengarah pada rekomendasi strategis bagi organisasi untuk memprioritaskan investasi pada tiga area utama. Pertama, pengembangan SDM melalui pelatihan berbasis kompetensi yang terprogram dan berkelanjutan. Kedua, penguatan budaya pelayanan prima yang ditanamkan dari tingkat kepemimpinan hingga lini terdepan, sebagaimana ditekankan dalam prinsip Total Quality Management. Ketiga, pembangunan sistem manajemen layanan yang berbasis standar yang jelas, dilengkapi dengan mekanisme evaluasi dan umpan balik pelanggan yang terstruktur. Penerapan ketiga strategi ini secara sinergis diyakini mampu mempersempit gap layanan secara signifikan dan berkelanjutan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang sepenuhnya bersumber dari kajian literatur tanpa validasi data primer di lapangan, sehingga temuan yang dihasilkan bersifat konseptual dan tidak dapat menggambarkan kondisi spesifik suatu organisasi tertentu. Selain itu, sebagian besar literatur yang dikaji menggunakan metode cross-sectional yang hanya mencerminkan kondisi pada satu titik waktu. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan pendekatan mixed-method, yang menggabungkan survei kuantitatif dengan wawancara mendalam pada konteks organisasi tertentu, sangat direkomendasikan guna menghasilkan pemahaman yang lebih granular dan aplikatif mengenai dinamika kualitas layanan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Analysis, I. P., Analysis, P., Excell, M., & Analysis, I. P. (2019). *Analisis Gap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan RSUD Takalar Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Analysis of the Outpatient Service Quality Gap at Takalar Regional Public Hospital by Using Servqual and Importance Performance Analysis Methods Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia Makassar*. 5, 45–59.
- Jazuli, M., & Samanhudi, D. (2020). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN SERVQUAL DAN IMPORTANCE performance analysis di pt. Xyz*. 01(01), 67–75.
- Qory Addin, Marchaban, S. (2021). *Analisis GAP Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pasien di Instalasi Farmasi RSUD Muhammadiyah Delanggu Menggunakan Metode SERVQUAL*. 17(2), 217–224. <https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v17i2.58692>
- Siringoringo, I. N. S., Jan, A. B. H., Karuntu, M. M., Siringoringo, I. N. S., Jan, A. B. H., & Karuntu, M. M. (2023). *DENGAN METODE SERVQUAL ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT HOTEL BIZ BOULEVARD MANADO CITY WITH SERVQUAL METHOD Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 4 , Oktober 2023 , Hal . 1199-1210*. 11(4), 1199–1210.
- Siti, R., Cahyati, N., & Setiawardani, M. (2017). *Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
Tjiptono, 2004: 22. (n.d.).
- Astuti, H. J., & Nagase, K. (2022). Analisis faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan pada organisasi publik dan swasta di Indonesia: Pendekatan komparatif. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 15–30. <https://doi.org/10.21067/jrmb.v17i1.7812>
- Hidayat, R., & Supriyanto, A. (2023). Peran survei kepuasan pelanggan dalam mempersempit gap kualitas layanan: Studi pada perusahaan logistik nasional. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 23(1), 77–93. <https://doi.org/10.24198/jbm.v23i1.1087>
- Mahmudi. (2023). *Manajemen kinerja sektor publik: Transformasi budaya pelayanan menuju pelayanan prima*. UPP STIM YKPN.
- Nugroho, B. S., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh fasilitas fisik terhadap persepsi kualitas layanan dan loyalitas pasien di rumah sakit daerah. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 18(1), 33–49. <https://doi.org/10.14710/jkmi.v18i1.16523>
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2022). Analisis kesenjangan kualitas layanan publik berbasis SERVQUAL pada kantor pelayanan terpadu satu pintu. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(2), 112–128. <https://doi.org/10.21776/ub.jap.2022.010.02.07>
- Rachman, T., & Kusumawati, A. (2021). Dampak ketidakjelasan SOP terhadap konsistensi layanan dan kepuasan pelanggan pada sektor ritel modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 201–218. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v24i2.3412>
- Widianti, I. (2025). *LOYALITAS PELANGGAN*. 14(September), 3469–3483. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1746>
- Wulandari, D., & Farida, N. (2021). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada industri perbankan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 45–62. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.9231>