

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penyelenggaraan pelayanan publik dilaksanakan oleh aparatur pemerintah dalam berbagai sektor pelayanan. Melalui Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, mengamanatkan kepada seluruh institusi pemerintahan, baik di tingkat pusat maupun daerah, untuk melakukan survei kepuasan masyarakat sebagai tolak ukur keberhasilan penyelenggaraan pelayanan. Kedua produk hukum tersebut secara tersurat menegaskan bahwa kepuasan masyarakat merupakan ukuran untuk menilai kualitas layanan publik. Seiring dengan kemajuan teknologi dan tuntutan masyarakat dalam hal pelayanan, maka unit penyelenggara pelayanan publik dituntut untuk memenuhi harapan masyarakat dalam melakukan pelayanan (<https://ppid.kemhan.go.id/2020>). Oleh karena itu, dalam PP No 96 tahun 2012 menyebutkan bahwa pelayanan publik harus mendapat perhatian dan penanganan yang sungguh-sungguh oleh semua aparatur, karena merupakan tugas dan fungsi yang melekat pada setiap aparatur kementerian/lembaga pada khususnya, yang notabene-nya merupakan jajaran terdepan instansi pemberi pelayanan publik (*public service*). Tingkat kualitas kinerja pelayanan publik memiliki dampak (*impact*) yang luas dalam berbagai kehidupan, terutama untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat juga acuan bagi kementerian/ lembaga untuk mengevaluasi penyelenggaraan pelayanan publik sekaligus sebagai alat untuk meningkatkan kinerja pelayanan publik, dengan upaya penyempurnaan.

Salah satu upaya yang harus dilakukan dalam perbaikan pelayanan publik adalah melakukan survei kepuasan masyarakat kepada pengguna layanan dengan mengukur kepuasan masyarakat pengguna layanan. Mengingat unit layanan publik sangat beragam,

untuk memperoleh Indeks Kepuasan Masyarakat diperlukan metode survei yang seragam sebagaimana yang telah diatur dalam Peraturan Menpan RB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik.

Peningkatan suatu kepuasan baik pada konsumen ataupun masyarakat, tidak terlepas dengan yang disebut dengan kualitas pelayanan, Menurut Hayat (2017) pelayanan adalah pemberian hak dasar kepada warga negara atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya yang diatur oleh perundang-undangan. Pelayanan mempunyai makna yang melayani orang yang dilayani. Jika melayani, maka sejatinya adalah memberikan pelayanan/pengabdian secara profesional dan proporsional. Bentuk dan cara pelayanan juga merupakan bagian dari makna yang tidak terpisahkan dari pelayanan itu sendiri. Pelayanan berarti melayani secara sungguh-sungguh kepada orang yang dilayani untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya dalam rangka memberikan kepuasan dan kemanfaatan.

Kualitas banyak memiliki definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis (Sinambela, 2014). Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti: kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan estetika, dan sebagainya. Adapun dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Menurut Hayat (2017) kualitas pelayanan publik merupakan inti dari sebuah kinerja pelayanan. Kinerja pelayanan menjadi poin penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Kualitas pelayanan publik yang menjadi indikator keberhasilan pelayanan publik yang diberikan. Kualitas pelayanan publik yang baik menjadi barometer bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini juga mengindikasikan kualitas sumber daya manusia yang baik, profesional dan bertanggung jawab serta kompeten.

Inovasi organisasi bisa didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah Organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan

kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa (Sutarno, 2012). Inovasi memiliki pengertian yang tidak hanya sebatas membangun dan memperbarui namun juga dapat didefinisikan secara luas, memanfaatkan ide-ide baru menciptakan produk, proses, dan layanan (Sinambela, 2014).

Menurut Hamel, inovasi dimaknai sebagai peralihan dari prinsip-prinsip, proses, dan praktik-praktik manajemen tradisional atau pergeseran dari bentuk organisasi yang lama dan memberi pengaruh yang signifikan terhadap cara sebuah manajemen yang dijalankan (Ancok, 2012). Sedangkan Fontana (2011) menjelaskan inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersiapkan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang/jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Supranto (2011) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara. Kepuasan pelanggan/masyarakat adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli (Tjiptono, 2012). Jika kinerja

berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2011). Kepuasan masyarakat adalah kesimpulan dari interaksi sesudah menggunakan jasa atau pelayanan yang telah diberikan kemudian membandingkan kinerja yang telah diberikan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

Menurut Mowen dan Minor (2012) kepercayaan konsumen mengandung arti bahwa semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Menurut Gunawan (2013) kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan akan timbul dari benak konsumen apabila produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan konsumen pada suatu produk. Menurut Andromeda (2015) kepercayaan konsumen terhadap *website online shopping* terletak pada popularitas *website online shopping* itu sendiri, semakin bagus suatu website, konsumen akan lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas *website* tersebut. Aribowo dan Nugroho (2013) berpendapat bahwa kepercayaan dari pihak tertentu terhadap

pihak lain yang bersangkutan dalam melakukan hubungan transaksi didasarkan pada suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Firdayanti (2012) kepercayaan konsumen merupakan persepsi dari sudut pandang konsumen akan keandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori pemasaran jasa mengenai pelayanan publik di atas, yang menyatakan bahwa terdapat faktor yang berdampak meningkatkan kepercayaan, akan tetapi berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat hasil penelitian yang tidak berpengaruh atau terjadi *research gap*, adapun hasil penelitian dilakukan oleh Ashari (2019) menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Aspiyah (2020), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variabel inovasi produk layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepercayaan pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variabel inovasi produk layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variabel kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Kasinem (2020), Hasil pengujian statistik dapat diambil kesimpulan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan negatif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji anova variabel independent yang meliputi Kepercayaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan. Dari hasil uji parsial bahwa diketahui nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dapat juga dilihat bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Maradita dan Andi Rusni (2020), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hidayati (2014), menemukan bahwa: tanggap, kompetensi, kesopanan dan kredibilitas langsung mempengaruhi dampak yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat, sedangkan bukti nyata, kekuatan uji dan kemudahan akses langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Variabel *responsiveness* dan kredibilitas secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, sedangkan bukti nyata, kekuatan uji, kompetensi, kesopanan, kemudahan akses langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik. Kepuasan Masyarakat secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Bukti nyata secara tidak langsung berpengaruh negatif terhadap kepercayaan melalui kepuasan, sedangkan daya tes, daya tanggap, kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan kemudahan akses efek tidak langsung positif pada kepercayaan publik melalui kepuasan.

Peneliti masih menemukan kesenjangan hasil penelitian yang menunjukkan tidak konsisten, sehingga peneliti tertarik untuk memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan terkait variabel yang dijelaskan. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah kepuasan masyarakat di seluruh desa di Kabupaten Banyuwangi mengenai *smart city* melalui Banyuwangi *smart kampung* yang diatur dalam Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 18 Tahun 2016 Tentang integrasi program kerja berbasis desa/kelurahan melalui *smart kampung*.

Peraturan Bupati tentang integrasi program kerja berbasis desa/kelurahan melalui *Smart Kampung* dijelaskan pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 6, *Smart Kampung* adalah konsep pengembangan masyarakat dalam suatu komunitas untuk melakukan sesuatu secara cerdas/pintar/bijak dalam mengatasi berbagai permasalahan dengan kemampuan sumber daya yang tersedia dengan efisien di suatu wilayah yang dihuni oleh masyarakat yang membentuk komunitas sendiri dengan tatanan kehidupan yang terkait dengan adat istiadat setempat dan norma-norma yang berlaku didalamnya. Pembinaan, Pendampingan Dan Pengawasan Pasal 6 ayat 1 Desa dan kelurahan diberikan pembinaan dan pendampingan agar dapat memenuhi kualifikasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 ayat (3). Ayat 2 Pembinaan dan pendampingan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh masing-masing OPD yang memiliki program kerja terintegrasi dengan program *smart kampung*. Ayat 3 Bupati melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program *Smart Kampung* di Kabupaten Banyuwangi. Ayat 4 Camat melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program Smart Kampung di desa/kelurahan setempat. Ayat 5 Kepala OPD melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program kerja OPD yang terintegrasi dengan program Smart Kampung. Ayat 6 Kepala OPD yang membidangi pemberdayaan masyarakat dan pemerintahan desa melakukan evaluasi pelaksanaan program *Smart Kampung*. Bab VI Pembiayaan Pasal 7 Pembiayaan atas pelaksanaan program Smart Kampung dapat dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Banyuwangi, dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes).

Konsep *Smart City*, diimplementasikan dengan sebutan *Smart Kampung* karena menyesuaikan dengan kondisi demografis Banyuwangi yang didominasi pedesaan dengan jumlah 189 desa dan 28 kelurahan. Jarak antar desa tersebut dengan pusat kota di Banyuwangi sangat jauh dengan waktu tempuh bisa mencapai tiga jam. Warga yang butuh dokumen harus menuju ke kantor kecamatan atau pusat kota yang lokasinya cukup jauh, sehingga tidak

efisien. Dengan *Smart Kampung*, secara bertahap administrasi cukup diselesaikan di desa. Saat ini seluruh desa sudah menerapkan *smart kampung* dan sudah teraliri *fiber optic*.

Untuk menjawab tantangan pengelolaan keuangan desa yang mendapatkan dana besar dari APBN dan APBD, Banyuwangi mengembangkan *e-village budgeting* dan *e-monitoring system*. Perencanaan hingga pelaporan di tingkat desa terintegrasi dalam sebuah sistem. Misalnya pada kegiatan monitoring, setiap proyek terpantau di sistem lengkap dengan titik koordinatnya. *User* hanya perlu mengarahkan kursor pada titik yang akan diinginkan, kemudian akan muncul informasi gambar proyek atau kegiatan dari 0 sampai 100 persen, yang bertujuan untuk meminimalisasi proyek ganda, sekaligus memberi rasa aman kepada perangkat desa mengingat tanggung jawab yang semakin besar karena dana yang mengalir ke desa juga terus bertambah.

Untuk mempercepat pelayanan di tingkat desa, telah mendelegasikan kewenangannya ke desa. Misalnya, pembenahan rumah tidak layak huni, yang dulunya harus berdasarkan persetujuan dan mengetahui bupati, sehingga rentangnya panjang, untuk saat ini cukup di tingkat desa saja. Begitu juga untuk layanan kependudukan, antri pembuatan KTP elektronik yang sangat panjang, mengharuskan warga mengurus surat keterangan (suket) sebagai pengganti KTP elektronik. Jika dulu harus dilakukan di Kantor Dispenduk di pusat kota, maka sekarang warga cukup mengurus di tingkat kecamatan. Warga tidak perlu membuang waktu datang ke pusat kota, karena di kecamatan sudah tersedia sistem *on line* untuk pengurusan suket dengan Dispenduk. Selain itu untuk memberikan pelayanan maksimal, KTP elektronik warga yang sudah jadi juga diantar ke rumah, ini sebagai bonus dari pemerintah daerah bagi warga yang telah lama mengantre KTP. Selain *Smart Kampung*, dalam pelayanan publik Banyuwangi juga telah menggunakan TIK sebagai instrumen. Seperti *e-government*, *e-budgeting*, *e-health*, *e-Sakip*.

Pada masa pandemi *Corona Virus Disease 19* (Covid19), program penanganannya diintegrasikan ke *Smart Kampung*. Mulai layanan rumah isolasi untuk warga, pemantauan

pendatang, hingga penerima bantuan sosial (bansos). Melalui aplikasi *Smart Kampung*, Kabupaten Banyuwangi membuka pelaporan *on line* bantuan sosial (bansos) bagi warga yang terdampak pandemi Covid19. Terdapat fitur di sistem pelaporan yang tautannya telah dibagikan ke berbagai akun media sosial Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Warga terdampak Covid19 bisa melapor dirinya sendiri atau melaporkan orang lain yang dinilai layak dibantu. Untuk warga yang melaporkan orang lain, ada kolom nama pelapor dan nomor telepon pelapor untuk verifikasi. Dalam hal ini basisnya adalah Nomor Induk Kependudukan (NIK) dan Nomor Kartu Keluarga (KK) dari warga yang disilangkan dengan *Smart Kampung* yang telah diinput melalui basis data lengkap bagi semua warga penerima bantuan. Kemudian, warga cukup memasukkan NIK dan KK untuk mengetahui apakah sudah termasuk daftar penerima bantuan atau belum. Data di sistem *Smart Kampung* mengintegrasikan semua penerima bantuan, dari program pusat, provinsi hingga kabupaten. Sehingga dengan sistem ini, pendataan menjadi lebih akurat, dan bantuan bagi warga terdampak pandemi Covid19 bisa lebih disalurkan secara tepat, sesuai data penerimanya.

Pada masa pandemi Covid19 saat ini ada beberapa program bantuan sosial dari pemerintah pusat maupun daerah bagi masyarakat terdampak. Melalui aplikasi *Smart Kampung* pendistribusian bansos dapat berjalan dengan baik dan lancar, karena *Smart Kampung* sudah memiliki database kependudukan termasuk data penduduk miskin, melalui fitur Unit Gawat Darurat (UGD) Kemiskinan. Masa pandemi Covid19 tidak semua mendapat bantuan sosial dari pemerintah pusat, dikarenakan data yang dimiliki oleh Pemerintah Pusat belum atau tidak terupdate. Untuk keperluan tersebut, Banyuwangi membuka pelaporan *on line* bantuan sosial (bansos) bagi warga terdampak pandemi Covid-19. Sistem pelaporan ini digunakan untuk menampung warga yang belum terdaftar di skema jaring pengaman sosial, baik dari pemerintah pusat, provinsi maupun kabupaten. Selain itu, warga bisa melakukan pengecekan para penerima bansos dari pusat, provinsi, maupun kabupaten yang kemudian pelaporan *on line* tersebut terintegrasi dalam sebuah program *Smart Kampung* yang digagas

Pemkab Banyuwangi sejak 2016, *Smart Kampung* memberikan banyak kemudahan dalam penanganan Covid-19, termasuk dalam pendataan penerima bantuan sosial (bansos). Dari data yang sudah ada, akan dikategorisasikan bantuan pusat, provinsi, maupun kabupaten. Integrasi data ini akan membantu sistem untuk menolak penerima bantuan ganda, karena data yang diinput berdasarkan NIK dan Nomor KK. Adapun jumlah raealisasi penerima Bansos dalam aplikasi *Smart Kampung* ialah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Realisasi Penerima Bansos berdasarkan data yang ter input dalam Smart Kampung tahun 2020-2021.

No	Jenis Bansos	Realisasi berdasarkan data	Ketepatan data terbaru	Jumlah penerima yang belum terdaftar
1	BLT DD	100%	Sudah Optimal	0 %
2	Sembako APBD	100%	Sudah Optimal	0 %
3	BLT Pusat	100%	Belum Optimal	33,3 %
4	Bumil & ibu menyusui	100%	Belum Optimal	20,05%
5	BNPT	100%	Belum Optimal	3%
6	ASN peduli	100%	Real Time	-
7	JPS Provinsi	100%	Belum Optimal	12,77%

Sumber : diolah peneliti (2021)

Berdasarkan data bansos di atas dapat diketahui bahwa realisasi saluran bantuan sosial sudah terealisasi 100% tepat sasaran berdasarkan data yang tercatat, akan tetapi ketepatan data terbaru penerima bansos masih belum ter *Up date* sehingga jumlah penerima bansos yang seharusnya bertambah atau sesuai dengan data yang terbaru dapat menerima akan bantuan yang telah diberikan. Selain itu pula berdasarkan penggunaan aplikasi *Smart Kampung* yang mengacu pada Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Integrasi Program Kerja Berbasis Desa/Kelurahan Melalui *Smart Kampung* dan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 60 Tahun 2017 Tentang Penerapan *Masterplan Smart City* Melalui Banyuwangi *Smart Kampung* Bupati Banyuwangi. Dalam penerapan *Smart Kampung* seluruh Desa di Kabupaten Banyuwangi masih mengalami kendala terkait hal sebagai berikut :

Tabel 1.2 Jenis program *Smart Kampung*.

No	Jenis program <i>Smart Kampung</i>	Proses akses tingkat optimal	Ketepatan informasi terbaru
1	<i>e-Village Budgeting</i>	Sudah	Sudah ter <i>update</i>
2	<i>e-Monitoring System</i>	Sudah	Sudah ter <i>update</i>
3	Lacak Dokumen Perijinan	Sudah	Sudah ter <i>update</i>
4	UGD Kemiskinan	Belum	Belum ter <i>update</i>
5	Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan (TKPK)	Belum	Belum ter <i>update</i>
6	Perijinan Kesehatan	Belum	Sudah ter <i>update</i>
7	Pelaporan Bansos <i>On Line</i>	Belum	Belum ter <i>update</i>
8	Informasi rumah singgah Covid19	Belum	Belum ter <i>update</i>
9	Layanan Pengadilan Negeri	Sudah	Sudah ter <i>update</i>

Sumber : Dinas Komunikasi dan Informasi Kab. Banyuwangi, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, jumlah penerima bansos berdasarkan data yang ter *input* dalam *Smart Kampung* tahun 2020-2021 masih belum optimal serta pada jenis pelayanan yang dapat diakses dengan *Smart Kampung* sudah baik dengan penyediaan fitur program yang dapat diketahui serta dapat mempermudah masyarakat terpencil dalam mencari informasi tentang pelayanan publik yang dibutuhkan tanpa harus datang langsung di tempat yang dituju, akan tetapi dalam proses akses tingkat optimal, untuk beberapa fitur pada aplikasi masih sering terjadi kendala, serta mengenai ketepatan informasi terbaru masih ada yang belum terealisasi dengan baik. Meski masyarakat telah memanfaatkan fitur pengaduan/keluhan mengenai jenis layanan atau ketepatan data yang ada, masyarakat sering kali tidak mendapatkan respon yang sesuai bahkan terlihat lamban dalam mengatasi keluhan masyarakat mengenai Aplikasi *Smart Kampung*. Berikut ini data jumlah pengaduan/keluhan masyarakat selama tahun 2020-2021 yang ditunjukkan pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Data jumlah Keluhan Masyarakat Tentang Layanan Smart Kampung

No	Bulan	Jumlah keluhan Masyarakat Tahun		Jumlah masyarakat yang tidak puas Tahun	
		2020	2021	2020	2021
1	Januari	17	16	-	1
2	February	15	19	-	3
3	Maret	3	25	-	-
4	April	22	15	1	2
5	Mei	39	11	8	2
6	Juni	27	9	1	-
7	Juli	22	20	1	-
8	Agustus	12	16	1	-
9	September	35	12	-	-
10	Oktober	24	2	-	-
11	November	9	-	3	-
12	Desember	16	-	2	-

Sumber : diolah penulis (2021)

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa masih banyak permasalahan yang terjadi pada aplikasi *Smart Kampung*. Permasalahan yang paling umum adalah terkait pengaduan perubahan data yang diajukan tidak cepat direspon, sehingga masyarakat tidak dapat mengakses jenis layanan tertentu sebelum data kependudukannya sesuai. Hal ini memicu peneliti untuk mencoba mengangkat permasalahan tersebut dalam suatu fenomena pelayanan jasa publik ialah masih kurang optimalnya layanan pada aplikasi *Smart Kampung* yang ditunjukkan dengan beberapa kendala informasi yang belum ter *Up To Date*, masih banyak masyarakat yang mengeluhkan tentang fitur aplikasi serta penilaian masyarakat yang masih belum puas. Dari permasalahan yang ada, peneliti menggunakan teori *Customer Relationship Management* (CMR), yang dikembangkan oleh Lazarus (1991), untuk memberikan dukungan teoritis untuk hubungan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi terhadap Kepercayaan Masyarakat dengan Kepuasan Masyarakat sebagai Variabel *Intervening*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penelitian yang didapat ialah masih ditemukan kesenjangan hasil penelitian antara pengaruh kualitas layanan dan inovasi terhadap loyalitas. Selain itu

fenomena pada objek penelitian yang menunjukkan bahwa masih kurang optimalnya layanan pada aplikasi *Smart Kampung* yang ditunjukkan dengan beberapa kendala informasi yang belum ter *Up To Date*, masih banyak masyarakat yang mengeluhkan tentang fitur aplikasi serta penilaian masyarakat yang masih belum puas. Maka dibutuhkan teori dasar sebagai solusi pada penelitian ini adalah Teori CMR, yang dikembangkan oleh Lazarus (1991), Teori ini menunjukkan hubungan antara evaluasi kognitif dan respons emosional yang digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan dukungan teoritis untuk hubungan kualitas layanan, inovasi terhadap kepercayaan masyarakat dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Maka pertanyaan penelitian yang akan muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
2. Apakah inovasi Smart Kampung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
4. Apakah inovasi Smart Kampung berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
5. Apakah kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat melalui kepuasan masyarakat sebagai variabel *intervening* di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?
7. Apakah inovasi smart kampung berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat melalui kepuasan masyarakat sebagai variabel *intervening* di Pemerintah Desa Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengusulkan dan menguji model konseptual untuk memecahkan kesenjangan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan inovasi terhadap kepercayaan masyarakat melalui variabel kepuasan masyarakat. Berdasarkan solusi dari model yang dibangun maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi Smart Kampung terhadap kepuasan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuwangi.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi Smart Kampung terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuwangi.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat selama masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Banyuwangi.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan masyarakat melalui kepuasan masyarakat sebagai variabel intervening di Kabupaten Banyuwangi.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi smart kampung terhadap kepercayaan masyarakat melalui kepuasan masyarakat sebagai variabel intervening di Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi:

1. Instansi pemerintah

Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kepentingan praktis pihak manajerial, khususnya yang terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan terhadap kepercayaan masyarakat untuk mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.

2. Akademisi

Dapat memberikan kontribusi akademisi bagi pengembangan konsep teori pemasaran dalam kaitannya dengan kepercayaan masyarakat yang memang perlu ditelaah lebih lanjut guna menghasilkan konsep baru.

3. Peneliti

Dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan pemahaman tentang teori kualitas layanan, inovasi pemerintah daerah, kepuasan masyarakat dan kepercayaan masyarakat.

4. Stakeholder

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dari segi kualitas layanan, maupun kualitas jasa yang diberikan.

