

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PUBLIK  
TERHADAP LEGITIMASI PEMERINTAH KECAMATAN  
DI KABUPATEN GOWA**

*AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF PUBLIC SERVICE  
QUALITY  
ON THE LEGITIMACY OF DISTRICT GOVERNMENT  
OF GOWA REGENCY*

**MUH. ZUBHAN REZKY S**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2008**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PUBLIK  
TERHADAP LEGITIMASI PEMERINTAH KECAMATAN  
DI KABUPATEN GOWA**

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Magister

Program Magister Manajemen  
Kekhususan Sumberdaya Manusia

Disusun dan diajukan Oleh :

**MUH. ZUBHAN REZKY S**

Kepada

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2008**

# TESIS

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PUBLIK TERHADAP LEGITIMASI PEMERINTAH KECAMATAN DI KABUPATEN GOWA

Disusun dan diajukan Oleh :

**MUH. ZUBHAN REZKY S**

**Nomor Pokok : P2100204027**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis  
Pada tanggal 2 Mei 2008  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui  
Komisi Penasehat,

Prof. Dr. Hj. Siti Haerani, SE., M.Si  
Ketua

Dr. Muh. Idrus Taba, SE., M.Si  
Anggota

Ketua Program Magister  
Manajemen

Direktur Program Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr.H.Muh. Yunus Zain, MA  
M.Sc

Prof.Dr.dr.Abdul Razak Thaha,

## ABSTRAK

**MUH. ZUBHAN REZKY.** *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik terhadap Legitimasi Pemerintah Kecamatan di Kabupaten Gowa* (dibimbing oleh Hj. Siti Haerani dan Muh. Idrus Taba).

Penelitian ini bertujuan menganalisis korelasi antara kualitas pelayanan publik dengan legitimasi pemerintah kecamatan di Kabupaten Gowa.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Gowa. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumen. Data dianalisis dengan uji korelasi dan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan publik yang meliputi dimensi fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan variabel legitimasi pemerintah kecamatan. Dari kelima dimensi variabel kualitas pelayanan publik terdapat empat dimensi, yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang berpengaruh terhadap variabel legitimasi pemerintah kecamatan.

## ABSTRACT

**MUH. ZUBHAN REZKY.** *An analysis on the Influence of Public Service Quality on the Legitimacy of District Government of Gowa Regency*(supervised by Hj. Siti Haerani and Muh. Idrus Taba)

This research aims to analyze the correlation between public service quality and the legitimacy of District Government of Gowa Regency.

This research was carried out in Gowa Regency. The data consisted of primary and secondary data collected through questionnaire, interview, observation and documentation. They were then analyzed using correlation and multiple regression analyses. Correlation analysis was used to analyze the correlation level between variable of public service quality and the legitimacy of district government.

The results of correlation test show that there is a positive and significant correlation between variables of public service quality involving physical, reliability, reaction capability, guarantee and empathy factors and variables of legitimacy of district government. Based on multiple regression analysis, it is obtained that among the five variables of public service quality, there are four dimensions of public service quality namely reliability, reaction capability, guarantee and empathy affecting the variable of legitimacy of district government.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Paradigma manajemen Pemerintahan Indonesia dewasa ini telah mengalami pergeseran secara fundamental dari paradigma sentralisasi ke paradigma desentralisasi. Perubahan paradigma tersebut disebabkan oleh adanya tuntutan daerah yang semakin besar, dan menganggap bahwa pemerintahan sentralistik tidak relevan lagi sehingga harus diganti oleh pemerintahan desentralistik yang berorientasi pada pemberian kewenangan seluas-luasnya kepada daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Pemberian otonomi kepada daerah yang dilandasi oleh Undang-undang Nomor : 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan pemerintahan di daerah dalam rangka pelayanan terhadap masyarakat dan pelaksanaan pembangunan.

Implikasi perubahan paradigma manajemen pemerintahan tersebut antara lain meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan pemerintah daerah kepada masyarakat.

Hal ini merupakan kondisi yang wajar jika dilihat dari aspek fungsi dan keberadaan pemerintah, sebagaimana dikemukakan oleh J.J. Rousseau dalam LAN (1997 : 5) bahwa pemberian pelayanan kepada masyarakat merupakan suatu komitmen atau persetujuan antara pemerintah dan masyarakat, dimana masyarakat telah menyerahkan kewenangan kepada

pemerintah untuk mengatur dan melayaninya. Sedangkan konsekuensi jika pemerintah lalai atau tidak sanggup melaksanakan kewenangan tersebut maka harus dikembalikan kepada masyarakat.

Pendapat lain dikemukakan oleh Rasyid (1997 : 11) bahwa pemerintahan modern pada hakekatnya adalah pelayanan kepada masyarakat. Pemerintahan tidaklah diadakan untuk melayani dirinya sendiri, tetapi untuk melayani masyarakat, menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya demi mencapai kemajuan bersama.

Hal ini sejalan dengan pemikiran Osborne dan Gaebler (1992 : 192) bahwa pemerintahan yang demokratis lahir untuk melayani warganya dan karena itulah tugas pemerintah adalah mencari cara untuk menyenangkan masyarakatnya.

Dalam sejarah perkembangan pemerintahan, hubungan antara pemerintah dan masyarakat bersifat sangat dinamis, bergerak seperti pendulum antara kutub sangat berkuasa ke kutub yang sangat lemah. Pada awalnya pemerintah yang dibentuk oleh masyarakat menjalankan fungsi utama melayani masyarakat yang memberikan kewenangan kepadanya.

Dalam perkembangan selanjutnya pemerintah menjadi sangat berkuasa dan kemudian “menelan” masyarakat yang membentuknya. Kenyataan ini terlihat secara jelas dalam kehidupan masyarakat dunia sebelum abad ke-19, pada saat terbentuknya pemerintahan yang bercorak monarki absolut.

Pendulum tersebut kemudian bergeser setelah berkembangnya paham demokrasi pada awal abad ke-20 dan paham *good governance* pada awal abad ke-21. Masyarakat yang semula menjadi obyek kekuasaan yang

sewenang-wenang dan posisinya termarginalkan dalam sistem ketatanegaraan, kemudian bangkit dan menuntut adanya hak dan kewajiban yang seimbang.

Konsep ideal sebagaimana dikemukakan di atas dalam prakteknya masih banyak mengalami penyimpangan. Efek *bureaucratism* (Kumorotomo, 1992 : 229) merupakan sisi buruk administrasi pemerintahan yang senantiasa dikeluhkan masyarakat. Dapat dibayangkan betapa kesalnya masyarakat yang menjadi bulan-bulanan petugas dari meja yang satu ke meja yang lain untuk urusan administrasi publik, dan terkadang seseorang harus menunggu berhari-hari untuk urusan pelayanan tersebut. Bahkan setelah menunggu dua atau tiga hari seseorang harus kembali ke kantor pemerintah, hanya karena salah mengisi formulir. Dan kesalahan kecil seperti ini sering mengharuskan seseorang menunggu lebih lama lagi hingga urusan yang dikehendaknya selesai.

Gambaran serupa mengenai lamban, tidak pasti dan berbelit-belitnya urusan pelayanan publik masih terlihat pada pelayanan beberapa Kantor Camat di Kabupaten Gowa. Contoh kasus yang sering ditemui yaitu keterlambatan pelayanan pembuatan akta, baik jual beli maupun hibah. Dalam hal ini masyarakat sering mengeluh mengenai lamanya waktu penyelesaian urusan pelayanan akta yang berkisar satu hingga dua minggu bahkan ada yang sampai satu bulan. Disamping itu biaya pembuatan akta yang harus dibayar oleh masyarakat lebih besar dari ketentuan aturan. Umumnya biaya pembuatan akta yang ditetapkan hampir semua Kantor Camat di Kabupaten Gowa sebesar 2% - 3% dari nilai transaksi atau Nilai Jual Obyek Pajak (NJOP). Sedangkan ketentuan yang diatur PP 37 tahun 1998, uang jasa (honorarium) pembuatan akta tidak boleh lebih dari ½%.

Persoalan ketidakpastian pelayanan dari sisi waktu dan biaya terlihat pula pada pelayanan KTP. Waktu penyelesaian layanan KTP bervariasi antara satu hari hingga satu minggu dan sangat bergantung pada besarnya biaya yang sanggup dikeluarkan masyarakat. KTP dapat selesai dalam satu atau dua hari, jika masyarakat dapat membayar lebih dari biaya yang telah ditentukan yaitu antara Rp.30.000,- hingga Rp.50.000,-. Namun sebaliknya jika masyarakat hanya sanggup membayar sesuai biaya yang telah ditentukan yaitu Rp. 15.000,- maka pelayanan KTP dapat selesai sekitar tiga hari sampai satu minggu.

Rendahnya kualitas pelayanan publik, baik dari segi waktu, biaya, kepastian dan kemudahan pelayanan disebabkan antara lain masih adanya aparat birokrasi yang belum memahami fungsi dan tugasnya sebagai pelayan umum. Ketentuan bahwa birokrasi mempunyai kewajiban untuk melayani masyarakat, menjadi terbalik sehingga bukan lagi birokrasi yang melayani masyarakat tetapi justru masyarakat yang melayani birokrasi.

Faktor lain yang dianggap menjadi penyebab yaitu sikap pandang organisasi pemerintah yang terlalu berorientasi pada kegiatan dan pertanggungjawaban formal. Namun penekanan pada hasil dan kualitas pelayanan sangat kurang, sehingga lambat laun pekerjaan-pekerjaan dalam organisasi pemerintah menjadi suatu rutinitas yang membosankan dan tidak produktif.

Di samping itu adanya prinsip yang berkembang luas dan dipegang teguh di kalangan aparat birokrasi bahwa “kalau bisa diperlambat kenapa harus dipercepat atau kalau bisa dipersulit kenapa harus dipermudah”

menambah keengganan aparat birokrasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Begitu memusingkannya urusan-urusan menyangkut pelayanan publik, sehingga masyarakat sangat membenci birokrasi. Birokrasi menjadi istilah yang *notorious* (Kumorotoma, 1992 : 229) yaitu terkenal karena keburukannya. Selain itu istilah yang sering digunakan masyarakat untuk menggambarkan birokrasi adalah *necessary evil* atau hantu menakutkan yang dibutuhkan (Putra, 2001 : 3).

Majunya tingkat pendidikan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, merupakan potensi bagi masyarakat untuk memberikan dukungan atau tuntutan terhadap eksistensi birokrasi. Masyarakat yang sudah mulai paham terhadap hak dan kewajibannya sebagai warga negara akan melakukan sikap yang kritis bahkan memberikan perlawanan terhadap kebijakan pemerintah yang tidak responsif terhadap aspirasi masyarakat (Zulkarnaen, 1994 : 65).

Hirschman dalam Benveniste (1994 : 77) mengingatkan bahwa terdapat dua cara bagi klien yang tidak merasa puas untuk berhubungan dengan organisasi. Kalau mereka tidak menyukai pelayanannya, mereka dapat melakukan *exit* kapan saja, atau kalau hal ini tidak mungkin dapat dilakukan, mereka dapat menggunakan proses politik atau proses hukum untuk mengungkapkan kebutuhan mereka.

Oleh karena itu untuk menjaga agar pemerintah tetap mendapat kepercayaan dari masyarakat, dan keberadaannya diterima dengan baik oleh masyarakat, maka salah satu cara yang harus dilakukan adalah menjamin tersedianya kebutuhan dasar bagi masyarakat yaitu pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah.

Pemberian pelayanan publik yang berkualitas akan menimbulkan kepuasan bagi masyarakat. Dan pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan, penerimaan, dukungan serta ketaatan masyarakat terhadap pemerintah.

Dari uraian di atas mengenai masih banyaknya persoalan pada kualitas pelayanan publik dan dapat berdampak pada terjadinya krisis legitimasi pemerintah, sehingga mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dengan judul tesis “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PUBLIK TERHADAP LEGITIMASI PEMERINTAH KECAMATAN DI KABUPATEN GOWA** “.

#### **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, dapat diajukan rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut :

Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan publik terhadap legitimasi pemerintah kecamatan di Kabupaten Gowa?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap legitimasi pemerintah kecamatan di Kabupaten Gowa.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Aspek ilmiah diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya menyangkut pelayanan publik dan legitimasi pemerintah.

2. Aspek praktis diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Gowa, mengenai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik serta upaya mempertahankan legitimasi pemerintah.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### E. Konsep Kualitas Pelayanan

Upaya mendefinisikan kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Meski demikian, dari berbagai literatur dijumpai beberapa definisi kualitas yang banyak dikutip dan diadaptasi. Definisi umum tersebut dikemukakan oleh empat guru kualitas (Tjiptono, 2002 : 11) :

1. Josep M. Juran

Strategi perbaikan kualitas Juran menekankan implementasi proyek perproyek dan rangkaian tahap terobosan. Ia juga menegaskan pentingnya identifikasi dan pemecahan/eliminasi penyebab suatu masalah. Menurutnya langkah ini sangat krusial, karena bila mencari jalan pintas –dari gejala langsung diberikan solusi, maka sumber persoalan sesungguhnya belum di atasi dan sewaktu-waktu bisa terulang lagi. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.

2. Philip B. Crosby

Pendekatan Crosby menaruh perhatian besar pada transformasi budaya kualitas. Ia mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang dalam organisasi pada proses, yaitu dengan jalan menekankan kesesuaian

individual terhadap persyaratan/tuntutan. Pendekatan Crosby merupakan proses *top down*.

### 3. W. Edwards Deming

Strategi Deming didasarkan pada alat-alat statistik. Strategi ini cenderung bersifat *bottom-up*. Penekanan utama strategi ini adalah perbaikan dan pengukuran kualitas secara terus menerus. Strategi Deming berfokus pada proses untuk mengeliminasi variasi, karena sebagian besar variasi (kurang lebih 92%) dapat dikendalikan manajemen. Deming sangat yakin bahwa bila karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah (dengan catatan manajemen menyediakan alat-alat yang cocok), maka kualitas dapat disempurnakan terus menerus.

### 4. Taguchi

Filosofi Taguchi didasarkan pada premis bahwa biaya dapat diturunkan dengan cara memperbaiki kualitas, dan kualitas tersebut secara otomatis dapat diperbaiki dengan cara mengurangi variasi dalam produk atau proses. Strategi Taguchi difokuskan pada *loss function*, yang mendefinisikan setiap penyimpangan dari target sebagai kerugian yang dibayar konsumen. Taguchi mendefinisikan kualitas sebagai kerugian yang ditimbulkan oleh suatu produk bagi masyarakat setelah produk tersebut dikirim, selain kerugian-kerugian yang disebabkan fungsi intrinsik produk.

Tak satupun definisi dari para guru kualitas tersebut yang sempurna. Akan tetapi definisi-definisi tersebut merupakan usaha mereka untuk menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan definisi operasional mengenai

kualitas. Definisi operasional merupakan deskripsi dalam ukuran-ukuran yang dapat dikuantifikasikan mengenai apa yang diukur dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengukurnya secara konsisten. Tujuan pengukuran ini adalah untuk menentukan kinerja aktual proses tersebut.

Definisi-definisi yang dilontarkan para guru kualitas tersebut mengandung keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Tak ada definisi yang sempurna, oleh sebab itu setiap organisasi jasa harus mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan, harapan budaya dan pelanggannya masing-masing. Pada kenyataannya, tak jarang sebuah organisasi mengkombinasikan aspek-aspek terbaik dari definisi yang ada dan kemudian merumuskan definisinya sendiri. Kombinasi tersebut (Tjiptono, 2002 : 13) terutama didasarkan pada tiga faktor :

1. Karakteristik kualitas, yaitu karakteristik output dari suatu proses yang penting bagi pelanggan. Karakteristik kualitas menuntut pemahaman mengenai pelanggan dalam segala hal.
2. Karakteristik kunci dari kualitas (*key quality characteristics*), yaitu karakteristik kualitas yang paling penting. Karakteristik kunci dari kualitas harus didefinisikan secara operasional dengan jalan mengkombinasikan pemahaman mengenai pelanggan dengan pemahaman mengenai proses.
3. Variabel kunci dari proses (*key process variables*), yakni komponen-komponen proses yang memiliki hubungan sebab akibat yang cukup besar dengan karakteristik kunci dari kualitas, sehingga manipulasi dan pengendalian variabel kunci dari proses akan mengurangi variasi

karakteristik kunci dari kualitas dan atau mengubah levelnya menjadi karakteristik kualitas atau karakteristik kunci dari kualitas.

Dari beberapa definisi di atas Tjiptono (2002 : 2) menyimpulkan beberapa definisi kualitas yang sering digunakan antara lain :

- a. Kesesuaian dengan persyaratan / tuntutan
- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan atau cacat
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan

Pada prinsipnya definisi-definisi yang sudah ada tersebut bisa diterima. Akan tetapi, ada satu pertanyaan yang tetap tersisa, yakni “Unsur-unsur apa saja yang terdapat dalam sistem kualitas yang bisa menentukan, merencanakan, mengembangkan dan menyempurnakan kualitas dalam rangka memuaskan, atau bahkan membahagiakan pelanggan?”.

Agar dapat menjawab pertanyaan fundamental ini, harus dieksplorasi dan dipahami beberapa strategi dasar yang berkaitan dengan unsur manusia dalam setiap organisasi. Ini perlu dilakukan, karena kualitas berawal dari setiap individu –apapun posisinya- dan bukannya dari departemen fungsional sebagaimana yang sering diduga orang. Strategi-strategi dasar tersebut meliputi (Tjiptono , 2002 : 2)

1. Menetapkan tujuan yang jelas
2. memprakarsai atau menentukan kembali budaya organisasi
3. Mengembangkan komunikasi yang efektif dan konsisten

4. Melembagakan Pendidikan dan Pelatihan
5. Mendorong perbaikan terus menerus

Dalam mendefinisikan kualitas pelayanan (Payne, 2000 : 276) telah dilakukan berbagai riset dalam upaya untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Barry dan kawan-kawan melakukan riset terhadap kualitas pelayanan dalam empat sektor pelayanan yaitu pelayanan kartu kredit, reparasi dan perawatan kendaraan, telepon dan perbankan.

Adapun dimensi yang digunakan oleh Berry, Parasuraman dan Zeithaml dalam mengukur kualitas pelayanan adalah :

1. Faktor fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuannya untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pakar lainnya Gronroos dalam Tjiptono (2002 : 14) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan yaitu *outcome-related criteria*, *process related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut masih dapat dijabarkan menjadi enam unsur yaitu :

- i. *Professionalism and Skills*

Kriteria yang pertama ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

ii. *Attitudes and Behavior*

Kriteria ini adalah *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personnel*) menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

iii. *Accessibility and Flexibility*

Kriteria ini termasuk dalam *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

iv. *Reliability and Trustworthiness*

Kriteria ini juga termasuk dalam *process-related criteria*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

v. *Recovery*

*Recovery* termasuk dalam *process-related criteria*. Pelanggan menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

vi. *Reputation and Credibility*

Kriteria ini merupakan *image-related criteria*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

Sebuah model telah dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawannya yang membantu mengidentifikasi gap antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan diterima pelanggan dengan apa yang mereka harapkan. Model ini mengidentifikasi lima gap (Payne, 2000 : 273) sebagai berikut :

Gap pertama adalah perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen.

Gap kedua adalah perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan.

Gap ketiga adalah perbedaan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan pelayanan yang secara aktual disampaikan.

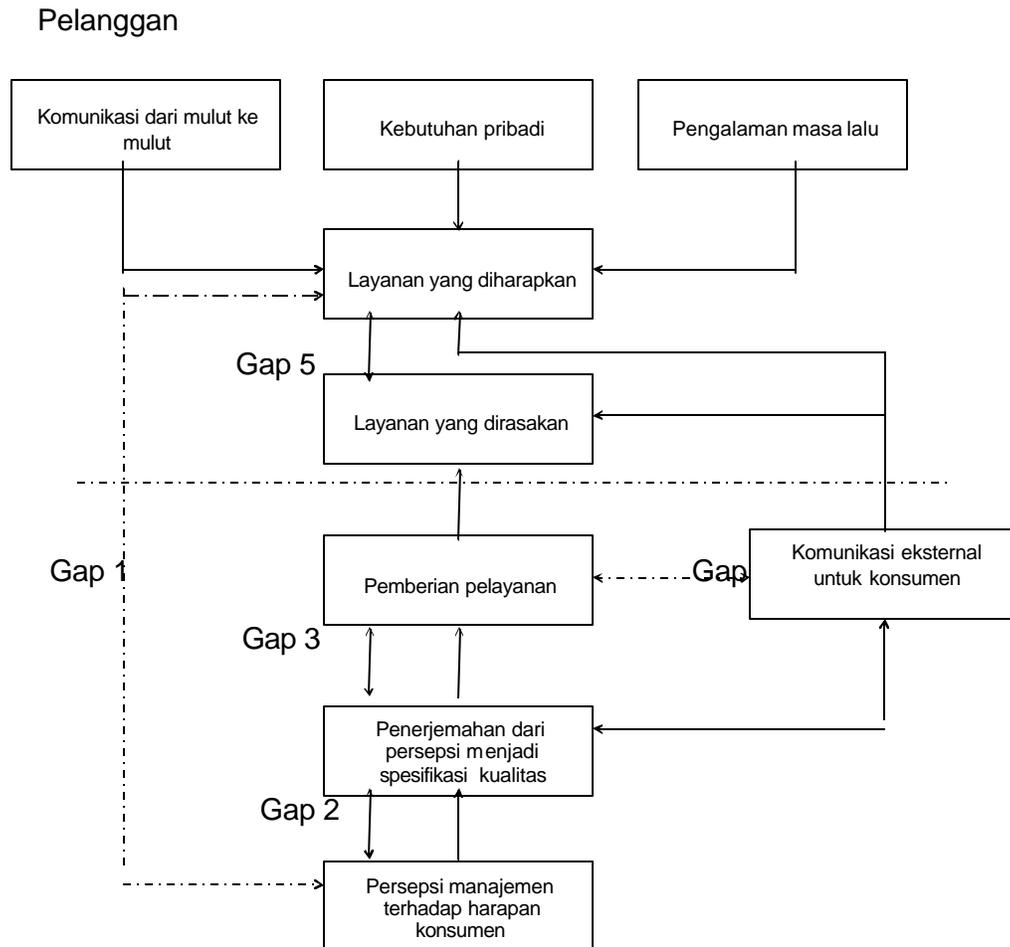
Gap keempat merupakan perbedaan antara minat penyampaian pelayanan dan apa yang dikomunikasikan tentang pelayanan kepada pelanggan.

Gap kelima mencerminkan perbedaan antara kinerja aktual dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan.

Secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini :

Gambar 1

Model Konsep Kualitas Pelayanan



Sumber : A. Parasuraman, V.A. Zeithaml dan L.L. Berry, A Conceptual model of service quality and its implications for future research dalam Payne (2000 : 276).

Model gap yang diuraikan di atas memberikan kerangka untuk mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang penyebab-penyebab masalah kualitas pelayanan, mengidentifikasi kekurangan-kekurangan dalam

kualitas jasa dan menentukan alat-alat yang tepat untuk menghilangkan gap-gap tersebut.

Sementara itu dari sisi pelayanan publik (Dwiyanto, 2003 : 81), ada beberapa indikator yang digunakan untuk menilai kinerja pelayanan publik, yaitu :

### 1. *Equity* (keadilan)

Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, pemenuhan prinsip keadilan dilihat dari kemampuan pemerintah untuk memberikan perlakuan yang sama dan adil kepada warganya dalam penyelenggaraan pelayanan publik (Thompson, 1989). Tata pemerintahan yang baik mengharuskan pemerintah kabupaten dan kota menjamin warganya untuk memperoleh akses yang sama bukan hanya pada pelayanan publik, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang sama. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, masyarakat sering memiliki akses yang berbeda terhadap pelayanan yang berkualitas. Masyarakat yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih baik sering memiliki akses terhadap kualitas pelayanan yang baik, sedangkan yang memiliki status sosial ekonomi yang rendah sering hanya memiliki akses terhadap kualitas pelayanan yang buruk.

### 2. *Responsivitas*

responsivitas di sini menjelaskan kemampuan pemerintah untuk mengenali kebutuhan, menyusun agenda dan prioritas, dan mengembangkan program-program yang sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat (Hormon, 1995). Oleh karena itu, responsivitas menunjuk pada keselarasan antara program dan kegiatan dengan kebutuhan masyarakat.

### 3. Efisiensi Pelayanan

Untuk menilai efisiensi pelayanan digunakan dimensi waktu dan biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan berbagai jenis pelayanan publik, seperti surat kelahiran, akta kelahiran, kartu keluarga, KTP, dan sertifikasi tanah. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan sebuah pelayanan seringkali tidak diatur dengan jelas. Akibatnya ketidakpastian waktu pelayanan cenderung amat tinggi dalam hampir semua jenis pelayanan publik.

#### 4. Suap dan Rente Birokrasi

Fenomena suap dalam pelayanan publik masih banyak dijumpai dalam berbagai jenis pelayanan di banyak kabupaten dan kota. Ada banyak faktor yang menyebabkan suap dan rente birokrasi masih menjadi fenomena yang lazim di dalam praktik pelayanan publik di Indonesia. Di samping karena penghasilan aparat birokrasi yang rendah, suap dan rente birokrasi terjadi terjadi karena struktur birokrasi yang masih sangat dominan dalam praktik penyelenggaraan pelayanan publik. Struktur birokrasi memungkinkan birokrasi menempatkan dirinya lebih sebagai penguasa dari pada pelayan masyarakat. Pelayanan publik di Indonesia tidak pernah ditempatkan sebagai salah satu bentuk kewajiban pemerintah yang harus dipenuhi kepada warganya, tetapi sebagai kebaikan atau kemurahan yang diberikan pemerintah yang harus diperebutkan oleh warga yang menginginkannya. Akibatnya, dalam praktik penyelenggaraan pelayanan publik posisi warga begitu lemah ketika berhadapan dengan rezim pelayanan.

Disamping itu indikator kualitas pelayanan publik berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1995

ditegaskan bahwa pelayanan hendaknya sesuai dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kesederhanaan yaitu prosedur atau tata cara pelayanan dilaksanakan secara mudah, lancar, cepat dan tidak berbelit-belit serta mudah difahami dan dilaksanakan.
2. Kejelasan dan kepastian, menyangkut :
  - a. Prosedur atau tata cara pelayanan umum
  - b. Persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administratif
  - c. Unit kerja atau pejabat yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum
  - d. Rincian biaya pelayanan umum dan tata cara pembayarannya
  - e. Jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum
  - f. Hak dan kewajiban baik pemberi maupun penerima pelayanan umum berdasarkan bukti-bukti penerimaan permohonan/kelengkapannya, sebagai alat untuk memastikan pemrosesan pelayanan umum.
3. Keamanan dalam arti bahwa proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.
4. Keterbukaan dalam arti bahwa prosedur atau tata cara, persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan umum, waktu penyelesaian dan rincian biaya/tarif dan hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.

5. Efisien, meliputi :
  - a. Persyaratan pelayanan umum hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan umum yang diberikan
  - b. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan kelengkapan persyaratan, dalam hal proses pelayanannya mempersyaratkan kelengkapan persyaratan dari satuan kerja/instansi pemerintah lain yang terkait
6. Ekonomis dalam arti pengenaan biaya pelayanan umum harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan :
  - a. Nilai barang atau jasa pelayanan umum dengan tidak menuntut biaya yang tinggi diluar kewajaran
  - b. Kondisi dan kemampuan pelanggan (masyarakat) untuk membayar secara umum
  - c. Ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
7. Keadilan yang merata dalam arti cakupan atau jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil.
8. ketepatan waktu dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

#### **F. Konsep Pelayanan Jasa**

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Pembedaan secara ketat antara barang dan jasa sukar dilakukan., karena pembelian barang tertentu seringkali disertai jasa-jasa khusus dan

pembelian suatu jasa seringkali meliputi barang-barang yang melengkapinya, misalnya makanan di restoran.

Meskipun demikian Kotler dalam Tjiptono (2002 : 23) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Gambar di bawah ini menunjukkan kontinum barang murni hingga jasa murni, berdasarkan kadar berwujud dan tidak berwujudnya.

Gambar 2

Kontinum ketidakberwujudan dan keberwujudan



Sumber : Payne, A. (1993) *The Essence of Service Marketing*, New York : Prentice Hall

Philip Kotler dalam Payne (2000 : 8) telah membedakan empat kategori tawaran yang bervariasi dari barang murni hingga jasa murni :

- a. Barang fisik murni seperti sabun, pasta gigi atau garam. Tidak ada jasa yang membarengi produk tersebut.

- b. Barang fisik dengan jasa pelengkap untuk meningkatkan daya tarik konsumen, contohnya komputer.
- c. Jasa utama disertai barang dan jasa minor seperti perjalanan penerbangan kelas satu
- d. Jasa murni seperti mengasuh bayi dan psikoterapi.

Kategorisasi ini membuat jelas mengapa tidak mudah mendefinisikan ataupun memilah-milah jasa. Jasa amat beragam berdasarkan sejumlah faktor, termasuk apakah mereka diarahkan pada bisnis atau konsumen individual, memerlukan kehadiran fisik konsumen, dan bersifat equipment intensive atau people intensive.

Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Ada empat karakteristik yang paling sering dijumpai (Tjiptono, 2002 : 24) yaitu :

1. *Intangibility*

Jasa bersifat intangible, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep intangible pada jasa memiliki dua pengertian yaitu :

Pertama jasa sebagai sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.

Kedua jasa sebagai sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

2. *Inseparability*

Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut.

### 3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

### 4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktek seorang dokter akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan untuk dipergunakan di waktu yang lain.

Dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan manufaktur, nampaknya perusahaan jasa ketinggalan dalam penggunaan pemasaran. George dan Barksdale telah melakukan survei terhadap empat ratus perusahaan jasa dan manufaktur, kemudian menyimpulkan bahwa perusahaan jasa :

1. Pada umumnya kurang melakukan aktivitas bauran pemasaran seperti dilakukan departemen pemasaran.
2. Kurang dalam melakukan analisis pada penawaran.
3. Lebih senang melakukan periklanan secara internal daripada melalui agen-agen luar
4. Kurang memiliki rencana penjualan menyeluruh
5. Kurang mengembangkan program latihan penjualan

6. Kurang menggunakan jasa-jasa perusahaan riset dan konsultan manajemen
7. Kurang melakukan pengeluaran sebanyak yang tampak pada persentase penjualan kotor.

Karena jasa pada umumnya bernilai tinggi dalam mutu pengalaman dan mutu kepercayaan, konsumen merasakan resiko yang lebih besar dalam pembelian mereka. Hal tersebut mengakibatkan beberapa konsekuensi antara lain :

- a. Konsumen umumnya lebih percaya pada kata-kata yang keluar dari mulut ke mulut daripada iklan layanan perusahaan.
- b. Konsumen sangat bergantung pada harga, personil dan hal-hal fisik dalam menilai mutu pelayanan tersebut.
- c. Konsumen akan sangat loyal kepada penyedia jasa tertentu apabila mereka merasa puas.

## **G. Konsep Kepuasan Pelanggan**

Pelayanan pada hakekatnya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu setiap organisasi berfokus pada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono, 1996 : 54).

Gasparz (1997 : 34) mengatakan bahwa pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui suatu produk yang dikonsumsi.

Sementara itu Kotler (2002 : 42) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan tidak semudah mengukur berat atau tinggi para pelanggan tersebut. Data yang diperoleh bersifat subyektif, sesuai dengan jawaban para responden menurut pengalaman mereka, dalam menggunakan suatu jenis produk tertentu.

Metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melacak kepuasan pelanggan (Kotler, 2002 : 44) yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan. Banyak restoran dan hotel menyediakan formulir bagi tamu untuk melaporkan hal-hal yang mereka sukai dan tidak sukai. Rumah sakit dapat menempatkan kotak saran di koridor, menyediakan kartu komentar untuk diisi oleh pasien yang akan keluar dan mempekerjakan staf khusus untuk menangani keluhan pasien. Ada pula perusahaan yang menggunakan web pages dan e-mail untuk melaksanakan komunikasi dua arah. Bagi

perusahaan tersebut, informasi itu merupakan sumber gagasan yang baik yang meyakinkan perusahaan bertindak cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Survei kepuasan pelanggan

Penelitian menunjukkan bahwa walaupun para pelanggan tidak puas terhadap satu dari setiap empat pembelian, kurang dari 5% pelanggan yang tidak puas akan mengeluh. Kebanyakan pelanggan akan membeli lebih sedikit atau berganti pemasok daripada mengajukan keluhan. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan tidak dapat menggunakan banyaknya keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Perusahaan-perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan melakukan survei berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon pelanggan-pelanggan terakhir mereka sebagai sampel acak dan menanyakan apakah mereka amat puas, puas, biasa saja, kurang puas atau amat tidak puas terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Mereka juga meminta pendapat pembeli tentang kinerja para pesaing mereka.

3. Belanja siluman

Perusahaan-perusahaan dapat membayar orang-orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial guna melaporkan hasil temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami ketika membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Para pembelanja siluman itu bahkan dapat menyampaikan masalah tertentu untuk menguji apakah staf penjualan perusahaan menangani situasi tersebut dengan baik. Selain membayar pembelanja siluman, terkadang para manajer

meninggalkan kantor mereka, melihat situasi penjualan perusahaan dan mengalami sendiri secara langsung perlakuan yang mereka terima sebagai “pelanggan”.

#### 4. Analisis Pelanggan yang hilang

Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya. Ketika IBM kehilangan pelanggan, perusahaan itu melakukan usaha yang mendalam untuk mempelajari kegagalan mereka. Bukan saja penting untuk melakukan wawancara keluar ketika pelanggan mulai berhenti membeli, tetapi juga harus memperhatikan tingkat kehilangan pelanggan. Dimana jika meningkat, jelas menunjukkan bahwa perusahaan gagal memuaskan pelanggannya.

Hirschman dalam Benveniste (1994 : 77) mengingatkan bahwa terdapat dua cara bagi klien (masyarakat atau pelanggan) yang tidak merasa puas untuk berhubungan dengan organisasi. Kalau mereka tidak menyukai pelayanannya, mereka dapat melakukan exit kapan saja, atau kalau hal ini tidak mungkin dapat dilakukan, mereka dapat menggunakan proses politik atau proses hukum untuk mengungkapkan kebutuhan mereka.

Dalam organisasi privat (perusahaan) biasanya pelanggan memilih alternatif pertama (exit) jika pelayanan yang diberikan perusahaan tidak dapat memuaskan mereka. Tetapi pelanggan (masyarakat) dalam organisasi publik biasanya memilih alternatif kedua jika mereka tidak puas dan bahkan berdampak pada dukungan masyarakat terhadap pemerintah.

Oleh karena itu selaku pelayan publik sewajarnya organisasi pemerintah harus menerapkan konsep kepuasan masyarakat dalam

pelayanannya dan hendaknya menempatkan masyarakat pada posisi yang harus dilayani dan dipuaskan, karena kondisi saat ini masyarakat semakin kritis dalam menilai kinerja pemerintah.

#### **H. Konsep Legitimasi**

Legitimasi secara etimologis berasal dari bahasa latin : Lex, yang berarti hukum, dalam hal ini konsep legitimasi selalu mengacu kepada hukum yang berlaku. Namun perkembangan selanjutnya, istilah legitimasi bukan hanya mengacu pada kesesuaian hukum formal, tetapi juga hukum-hukum kemasyarakatan dan norma-norma etis. Dalam hubungan ini legitimasi selalu akan berkaitan dengan kewenangan.

Surbakti (1992 : 92) mengatakan bahwa legitimasi berkaitan dengan sikap masyarakat terhadap kewenangan, artinya apakah masyarakat menerima dan mengakui hak moral pemimpin untuk membuat dan melaksanakan keputusan yang mengikat atau tidak. Dalam hal ini legitimasi dipandang sebagai penerimaan dan pengakuan masyarakat terhadap hak moral pemimpin untuk memerintah, membuat dan melaksanakan keputusan politik.

Pendapat senada dikemukakan Suseno (1994 : 53) dan kumorotomo (1992 : 41) bahwa pada hakekatnya legitimasi adalah keabsahan kekuasaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa keabsahan itu tidak identik dengan keyakinan masyarakat dimana wewenang penguasa adalah wajar dan patut ditaati.

Berbeda dengan Jones (1996 : 205) mengatakan bahwa legitimasi adalah sebuah atribut dinamis dari suatu sistem politik. Masalah legitimasi merupakan masalah yang utama dalam demokrasi, di mana orang-orang

merasa mempunyai kekuasaan kolektif untuk memberi atau memotong legitimasi.

Dari uraian-uraian tersebut di atas dapat dipahami bahwa konsep legitimasi berkaitan dengan hubungan antara penguasa, pemerintah, pemimpin dengan yang dikuasai, yang diperintah dan dipimpin. Surbakti (1992 : 92) mengatakan bahwa hanya anggota masyarakat saja yang dapat memberikan legitimasi pada kewenangan pemimpin yang memerintah atas kewenangannya.

Adapun unsur-unsur dari legitimasi adalah :

1. Obyek legitimasi

Easton (1997 : 171) mengemukakan adanya perbedaan obyek-obyek legitimasi. Disebutkan bahwa legitimasi dapat dianggap sebagai otoritas-otoritas politik, seperti sebuah elit, seorang staf administrasi atau sekumpulan orang yang menjalankan otoritas tersebut, atau juga norma-norma dari struktur sebuah rezim. Secara sederhana dikatakannya bahwa obyek legitimasi dikelompokkan pada komunitas politik rezim dan pemerintahan.

2. Kebutuhan dan kadar legitimasi

Jones (1992 : 200) mengatakan bahwa legitimasi menjadi suatu yang sifatnya esensial bagi sebuah sistem politik. Emmeison dalam Himawan (1997 : 86) bahwa pada negara demokrasi legitimasi diperoleh dari suatu pemilu, namun kewenangan ini sangat sulit diperoleh bagi pemerintah yang telah kehilangan kepercayaan dari rakyat.

3. Tipe dan bentuk legitimasi

Menurut Pye dalam Biner (1971 : 138) mengatakan bahwa jika legitimasi merupakan pengakuan dan dukungan masyarakat terhadap pemerintah, maka legitimasi dapat dikelompokkan ke dalam tiga tipe, yaitu legitimasi kualitas pribadi, legitimasi prosedural, dan legitimasi instrumental.

Jones (1996 : 198) mengemukakan bahwa sekurang-kurangnya terdapat dua bentuk legitimasi yang dapat didefinisikan pada sistem politik.

Kedua bentuk legitimasi tersebut adalah :

- a. Bentuk yang memberikan wewenang kepada proses-proses politik dasar yang meliputi juga proses yang dirancang untuk mengesahkan proposal-proposal khusus mengenai pemecahan masalah-masalah publik,
- b. Meliputi proses-proses khusus lewat mana program-program pemerintah disahkan.

#### 4. Krisis Legitimasi

Krisis legitimasi adalah suatu kondisi di mana masyarakat tidak memberikan dukungan terhadap suatu sistem politik. Krisis ini biasanya terjadi pada masa transisi (Surbakti, 1992 : 98). Mengenai transisi tersebut adalah perubahan dari masyarakat tradisional yang berstruktur sederhana menjadi modern dan berstruktur kompleks. Selanjutnya dikatakan bahwa krisis legitimasi tercermin dari memudarnya dukungan terhadap suatu pemerintah. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya kehancuran suatu rezim, kejatuhan suatu pemerintah ataupun pergantian pimpinan pemerintah.

#### 5. Dimensi legitimasi pemerintah

Mengukur legitimasi pemerintah merupakan hal yang tidak mudah. Namun demikian Jones (1996 : 205) mengemukakan bahwa indikator dari suatu legitimasi pemerintah bertumpu pada kepercayaan dan kerja sama dalam pemerintahan, sinisme publik, kebanggaan atas kesetiaan serta pandangan-pandangan terhadap perubahan.

Sementara itu Rasyid (1998 : 32) mengemukakan empat dimensi legitimasi pemerintah. Adapun keempat dimensi legitimasi itu adalah:

- a. Kepercayaan masyarakat
- b. Penerimaan masyarakat
- c. Dukungan masyarakat
- d. Ketaatan Masyarakat

#### **I. Kerangka Pikir**

Terdapat lima dimensi pokok yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Kelima dimensi pokok ini digunakan sebagai indikator variabel untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan publik pada Kantor Camat di Kabupaten Gowa.

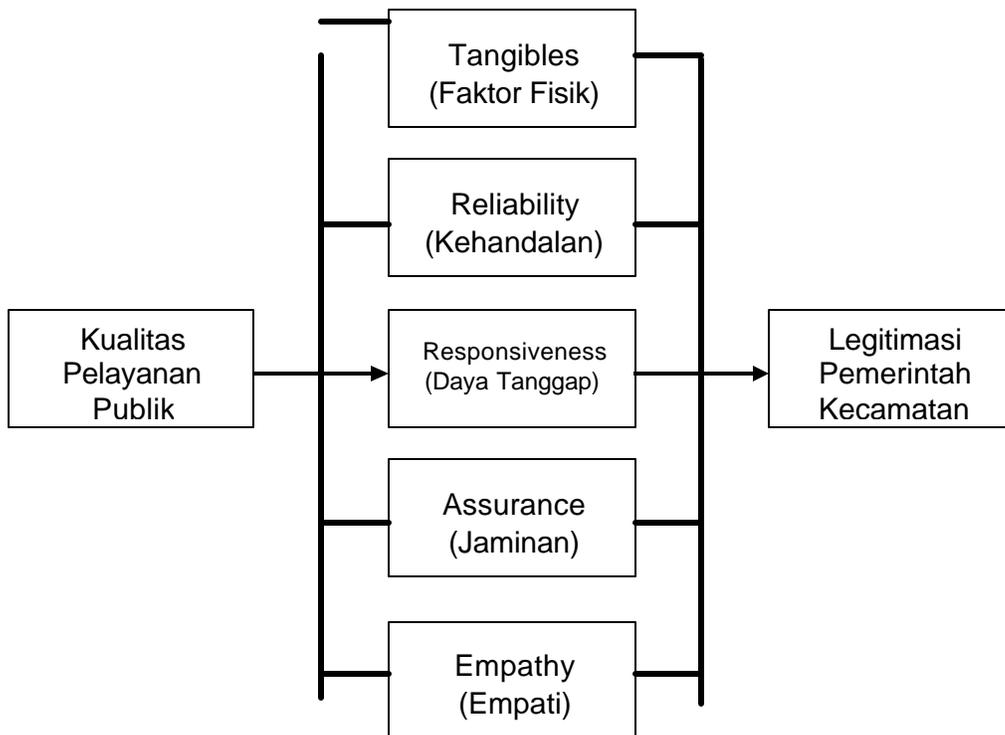
Kualitas pelayanan publik yang merupakan variabel bebas (independen Variabel) menjadi salah satu dimensi strategis dalam menilai tingkat legitimasi Pemerintah Kecamatan di Kabupaten Gowa. Hal ini disebabkan karena melalui pemberian pelayanan yang berkualitas akan memenuhi tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

Pada saat yang sama, kepuasan yang dirasakan masyarakat akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan, penerimaan, dukungan serta ketaatan masyarakat terhadap Pemerintah Kecamatan di Kabupaten Gowa.

Secara lebih jelas dapat dilihat pada skema kerangka pikir di bawah ini :

Gambar 3

Bagan Kerangka Pikir



## J. Hipotesis

Dari rumusan masalah dan kerangka pikir di atas, maka diajukan suatu hipotesis sebagai berikut :

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan publik terhadap legitimasi pemerintah kecamatan di Kabupaten Gowa.