# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Kualitas Pelayanan *Service Quality (SERVQUAL)*

Kualitas pelayanan *(Service Quality/SQ)* merupakan salah satu faktor penentu utama dalam memastikan kepuasan pelanggan di berbagai sektor, termasuk di bidang sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur. *Service Quality* dalam konteks ini mengacu pada upaya yang maksimal yang dilakukan oleh LPPOM MUI untuk memenuhi harapan dan kebutuhan para pelanggan yang memerlukan sertifikasi halal untuk produk dan jasa mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI tidak hanya dilihat dari hasil akhir sertifikasi, tetapi juga dari proses yang terlibat di dalamnya, mulai dari tahap permohonan hingga penerbitan sertifikat halal (Rahayuningsih dan Ghozali, 2021).

Secara sederhana, kualitas pelayanan dalam proses sertifikasi halal adalah bagaimana LPPOM MUI memberikan pelayanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Pelayanan prima dalam sertifikasi halal ini harus sesuai dengan standar yang berlaku, serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan atau pemohon sertifikasi halal (Pardiansyah dan Abduh, 2022). Hal ini melibatkan berbagai dimensi, termasuk waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, kuantitas, biaya, serta kelancaran proses yang harus ditempuh oleh pelanggan selama pengajuan sertifikasi halal. Sebagai contoh, pelanggan yang berharap proses sertifikasi selesai dalam waktu tertentu namun mengalami percepatan akan merasa puas karena pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi mereka.

Penelitian oleh (Ibrahim dan Thawil, 2019) tentang dimensi kualitas pelayanan sertifikasi halal di LPPOM Jawa Timur dapat diaplikasikan dalam konteks pelayanan sertifikasi halal. Bagi penyedia layanan, dimensi kualitas yang dianggap penting dalam pelayanan sertifikasi halal adalah pengetahuan yang dimiliki oleh petugas LPPOM MUI mengenai regulasi halal, perhatian terhadap

klien, serta efisiensi dalam proses sertifikasi. Sementara itu, bagi pelanggan yang mengajukan sertifikasi halal, dimensi yang paling penting adalah efisiensi waktu, kejelasan informasi, serta kenyamanan yang mereka rasakan selama proses sertifikasi berlangsung.

Dalam perspektif operasional yang dikemukakan oleh (Triantoro dkk., 2015), kualitas pelayanan dalam proses sertifikasi halal dapat dipahami jika memenuhi beberapa kriteria utama, seperti:

1. Ketersediaan dan aksesibilitas layanan: Layanan sertifikasi halal harus mudah diakses oleh pelanggan yang membutuhkan dan tersedia dalam waktu yang tepat.
2. Kesesuaian dengan kebutuhan : Layanan sertifikasi halal harus memenuhi kebutuhan spesifik dari produk atau jasa yang diajukan untuk sertifikasi.
3. Kesesuaian dengan tujuan : Layanan sertifikasi harus tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh pelanggan, yaitu mendapatkan sertifikasi halal yang sah.
4. Penggunaan sumber daya yang tepat : LPPOM MUI harus menggunakan sumber daya manusia, teknologi, dan prosedur yang sesuai untuk memastikan kualitas pelayanan tetap optimal.
5. Keamanan dan standar profesi : Proses sertifikasi halal harus dilakukan dengan memperhatikan standar profesi dan menjaga keamanan serta integritas setiap langkah prosesnya.
6. Kepuasan pelanggan : Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam menilai kualitas pelayanan, di mana pelanggan merasa puas dengan hasil dan proses yang dilalui.

Dalam penelitian ini, kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan dapat dilihat dari dimensi-dimensi yang ada dalam model *SERVQUAL* (Parasuraman dkk., 2002) yang mencakup: tampilan fisik *(tangible)*, empati *(empathy),* kehandalan *(reliability),* ketanggapan *(responsiveness),* dan jaminan *(assurance).* Setiap dimensi ini berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan dalam memperoleh sertifikasi halal baik itu melalui kesan pertama yang ditimbulkan oleh fasilitas LPPOM MUI,

respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan, hingga jaminan bahwa proses sertifikasi dilakukan dengan benar dan aman.

Menurut (Cahyadi, 2016) kualitas pelayanan bersifat multidimensional, yang berarti kualitas tersebut dapat dinilai dari dua perspektif, yakni dari sisi pemakai layanan dan penyedia layanan. Dari sudut pandang pemakai jasa, kualitas pelayanan berkaitan dengan ketanggapan petugas LPPOM MUI dalam merespons kebutuhan dan permintaan pelanggan serta kemampuan komunikasi yang efektif antara petugas dan pelanggan. Sedangkan dari sisi penyedia layanan, kualitas pelayanan mencakup penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru dalam proses sertifikasi halal, serta kemampuan untuk menjaga proses tetap efisien dan sesuai dengan prosedur yang ada.

Pentingnya implementasi *Service Quality* dalam konteks sertifikasi halal LPPOM MUI Jawa Timur adalah untuk menciptakan tingkat kepuasan yang maksimal bagi setiap pelanggan (Wijaya dkk., 2021). LPPOM MUI sebagai lembaga yang mengeluarkan sertifikasi halal harus dapat memastikan bahwa setiap proses pelayanan dapat sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Sehingga, pihak LPPOM MUI perlu mengembangkan kebijakan yang tepat dan memahami setiap dimensi kualitas yang penting bagi pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, tidak akan terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dan ekspektasi pelanggan, yang pada gilirannya akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi.

Secara umum, kualitas pelayanan dalam sertifikasi halal LPPOM MUI dapat dirumuskan sebagai pelayanan yang memuaskan pemakai jasa sesuai dengan tingkat kepuasan yang diharapkan, serta penyelenggaraannya harus mengikuti kode etik dan standar yang telah ditetapkan (Marbouh dkk., 2020). Kualitas pelayanan di LPPOM MUI Jawa Timur mencerminkan suatu fenomena yang unik, karena dimensi dan indikator kualitas pelayanan dapat berbeda di antara pihak yang terlibat dalam proses sertifikasi halal. Oleh karena itu, untuk mengatasi perbedaan tersebut, diperlukan pedoman yang jelas dan dasar yang kokoh dalam penyelenggaraan pelayanan sertifikasi halal.

Dengan memperhatikan dan mengendalikan karakteristik mutu pelayanan serta cara penghantaran pelayanan, LPPOM MUI dapat memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Karakteristik mutu pelayanan yang dimaksud mencakup aspek psikologis, orientasi waktu, etika, dan teknologi yang digunakan dalam proses sertifikasi halal. Dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, LPPOM MUI juga harus meningkatkan komitmen dan kesadaran pekerja, terutama mereka yang berhubungan langsung dengan pelanggan (Shofiyah dan Qadariyah, 2022). Meskipun sistem dan teknik kualitas yang digunakan sudah baik, namun jika implementasi di lapangan tidak sesuai dengan standar yang benar, maka kualitas pelayanan yang diharapkan tidak akan tercapai.

Service Quality (SQ) dalam sertifikasi halal di LPPOM MUI Jawa Timur adalah langkah yang krusial untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memastikan kualitas pelayanan yang optimal, LPPOM MUI tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat reputasi lembaga sebagai penyedia sertifikasi halal yang profesional dan dapat dipercaya.

## 2.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Dalam konteks pelayanan sertifikasi halal, kualitas pelayanan sangat penting bagi para pemakai jasa yang mengajukan produk atau layanan untuk mendapatkan sertifikat halal. Bagi pemohon sertifikasi halal, kualitas pelayanan mencakup beberapa dimensi yang esensial. Dimensi pertama adalah ketanggapan petugas LPPOM MUI dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, yang berarti bahwa petugas harus sigap dan cepat dalam menangani permohonan serta memberikan informasi yang diperlukan dengan jelas. Dimensi kedua adalah kelancaran komunikasi antara petugas dan pemohon sertifikasi (Triantoro dkk., 2015). Proses sertifikasi halal sering kali melibatkan prosedur yang kompleks, dan oleh karena itu, komunikasi yang baik antara kedua pihak sangat penting untuk memastikan bahwa setiap langkah proses dapat dipahami dengan baik oleh pemohon (Syafitri dkk., 2022). Dimensi ketiga adalah keprihatinan dan perhatian yang ditunjukkan oleh petugas terhadap keluhan, kekhawatiran, atau kebutuhan khusus yang dimiliki oleh pemohon sertifikasi, yang akan menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih

personal dan mendalam. Terakhir, dimensi yang tidak kalah penting adalah keyakinan bahwa sertifikasi halal yang diberikan akan memenuhi standar yang diinginkan, serta bahwa setiap produk atau layanan yang diajukan akan diproses dengan transparansi dan ketepatan, sehingga hasil akhirnya sesuai dengan harapan pemohon (Tileng dkk., 2013).

Dari sudut pandang penyedia layanan yaitu LPPOM MUI, kualitas pelayanan diukur berdasarkan standar yang telah ditetapkan dan prosedur yang sudah ada. Dalam hal ini, proses sertifikasi halal yang dilakukan LPPOM MUI harus sejalan dengan peraturan dan ketentuan yang ada, serta menggunakan teknologi dan ilmu pengetahuan terkini yang mendukung keberlanjutan proses sertifikasi (Salam dan Makhtum, 2022). Penyedia layanan, dalam hal ini LPPOM MUI, berpegang pada prosedur tetap atau standard operating procedure (SOP) yang sudah ditetapkan dalam menjalankan setiap tahapan sertifikasi. Namun, meskipun kualitas pelayanan sudah diatur melalui prosedur yang baku, penting bagi LPPOM MUI untuk lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kriteria mutu yang diinginkan oleh para pemakai jasa, terutama jika tujuan utama dari pelayanan ini adalah untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Fokus utama dalam implementasi kualitas pelayanan adalah memastikan bahwa setiap tahapan dalam proses sertifikasi halal dapat berlangsung dengan efektif dan efisien, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan para pelanggan (Ulkhaq dkk., 2017). Dalam konteks ini, pedoman utama yang harus diikuti adalah bahwa penyelenggaraan sertifikasi halal harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Dengan kata lain, LPPOM MUI perlu memastikan bahwa setiap produk atau layanan yang diajukan untuk sertifikasi halal dapat diproses dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, sehingga produk tersebut tidak hanya memenuhi syarat administratif, tetapi juga memberikan manfaat bagi konsumen yang lebih luas.

Kualitas pelayanan yang tinggi dalam sertifikasi halal juga berkontribusi pada terciptanya hubungan yang lebih baik antara LPPOM MUI dan para pemohon sertifikasi. Pelayanan yang responsif dan perhatian terhadap setiap detail dalam

proses sertifikasi akan menciptakan rasa kepercayaan dan kepuasan yang mendalam di kalangan pelanggan. Dalam upaya untuk memenuhi harapan ini, LPPOM MUI harus memastikan bahwa setiap elemen dalam proses pelayanan – mulai dari interaksi awal, pemahaman terhadap dokumen yang diajukan, hingga komunikasi mengenai hasil sertifikasi dijalankan dengan profesionalisme yang tinggi dan orientasi yang kuat pada kepuasan pelanggan (Al Mustaqim, 2023).

Kualitas pelayanan yang baik, dalam konteks ini, tidak hanya mencakup standar teknis dan administratif, tetapi juga keterlibatan aktif dari petugas yang melayani dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Salam dan Makhtum, 2022). Hal ini juga mencakup penyediaan informasi yang memadai, baik terkait persyaratan sertifikasi, proses, biaya, hingga waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sertifikasi halal. Semua aspek ini berperan dalam menciptakan pengalaman yang positif dan memastikan bahwa setiap pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik sepanjang proses sertifikasi (Gunawan dkk., 2020). Oleh karena itu, LPPOM MUI perlu terus mengevaluasi dan memperbaiki sistem pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan, serta menjaga kualitas layanan yang sudah terjalin dengan baik agar dapat terus berkembang seiring dengan perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI dalam proses sertifikasi halal harus mampu menciptakan nilai tambah bagi para pelanggan dan masyarakat luas. Dengan terus berfokus pada peningkatan mutu pelayanan, LPPOM MUI dapat memastikan bahwa proses sertifikasi halal tidak hanya memenuhi standar yang ditetapkan, tetapi juga memberikan kepuasan maksimal bagi pelanggan, memperkuat reputasi lembaga, dan berkontribusi pada peningkatan kesadaran serta kepatuhan terhadap standar halal di Indonesia.

## 2.3 Faktor yang Mempengaruhi Mutu Pelayanan Sertifikasi Halal LPPOM MUI

Mutu pelayanan sertifikasi halal dapat dilihat dari kinerja atau penampilan pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI. Secara umum, semakin baik kualitas layanan yang ditampilkan, semakin tinggi pula mutu yang tercapai. Dalam konteks ini, penampilan atau kinerja pelayanan dapat dianggap sebagai hasil akhir atau

output dari pelayanan yang diberikan (Maryati dan Utami, 2023). Mutu pelayanan sertifikasi halal LPPOM MUI selalu berhubungan dengan tiga elemen utama yang membentuk sebuah sistem yang saling terintegrasi dan memiliki tujuan yang jelas. Aspek-aspek yang mempengaruhi mutu pelayanan sertifikasi halal dapat dibagi menjadi beberapa komponen utama (Prihandoyo, 2019) yaitu:

1. Struktur

Merujuk pada berbagai elemen yang mendukung pelayanan, seperti fasilitas fisik, peralatan yang digunakan dalam proses sertifikasi, organisasi dan manajemen keuangan, sumber daya manusia, serta sumber daya lainnya yang ada di LPPOM MUI. Semua komponen ini harus berjalan secara efisien dan terkoordinasi untuk mendukung keberhasilan proses sertifikasi halal.

2. Proses

Proses ini mencakup seluruh kegiatan yang dilakukan oleh petugas LPPOM MUI, seperti pemeriksaan dokumen, verifikasi standar halal, serta komunikasi yang terjadi antara petugas dan pemohon sertifikasi. Interaksi yang profesional dan transparan antara petugas LPPOM MUI dan pelanggan merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas pelayanan yang diberikan.

3.*Outcome*

Merupakan hasil akhir dari semua tindakan yang dilakukan selama proses sertifikasi halal, yaitu sertifikat halal yang diterbitkan setelah melalui evaluasi yang ketat. Keluaran ini tidak hanya mencakup penerbitan sertifikat, tetapi juga tingkat kepuasan pelanggan terhadap proses dan pelayanan yang diterima selama pengajuan sertifikasi halal.

Mutu pelayanan sertifikasi halal LPPOM MUI dipengaruhi oleh ketiga komponen ini yang bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan utama yaitu memberikan layanan sertifikasi halal yang tepat, efisien, dan memuaskan bagi pemohon.

## 2.4 Penyelenggaraan Pelayanan Sertifikasi Halal LPPOM MUI

Mutu pelayanan sertifikasi halal selalu terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI dapat diukur dari sejauh mana layanan tersebut dapat menimbulkan rasa puas pada setiap pelanggan yang mengajukan sertifikasi halal. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin baik pula mutu pelayanan yang diberikan. Namun, penerapan konsep ini dalam pelayanan sertifikasi halal tidak selalu mudah, karena kepuasan pelanggan bersifat subjektif dan sangat bergantung pada latar belakang individu (Aliyudin dkk., 2022). Dengan pelayanan yang serupa, setiap pelanggan dapat merasakan tingkat kepuasan yang berbeda.

Karakteristik pelanggan sangat memengaruhi tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diterima. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks sertifikasi halal antara lain: usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Pelanggan yang lebih tua cenderung merasa lebih puas dengan pelayanan dibandingkan pelanggan yang lebih muda. Selain itu, pelanggan dengan tingkat pendidikan lebih tinggi seringkali menuntut pelayanan yang lebih baik dan lebih rinci (Simbolon dan Hidayat, 2021). Pelanggan dengan tingkat ekonomi yang lebih tinggi atau yang bekerja di sektor tertentu mungkin juga mengharapkan pelayanan yang lebih cepat dan efisien, dan cenderung merasa kurang puas jika ekspektasi mereka tidak tercapai.

Seringkali, pelayanan sertifikasi halal dianggap sudah memadai dan memuaskan bagi pelanggan, namun apabila tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan atau etika profesi, maka kualitas pelayanan tersebut sulit dianggap optimal (Jati dkk., 2021). Misalnya, meskipun lembaga sertifikasi halal dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, jika prosedur dan praktik yang diterapkan tidak sesuai dengan standar operasional atau tidak dibutuhkan oleh pemohon, hal tersebut tidak bisa dianggap sebagai pelayanan berkualitas. Contoh ini menunjukkan bahwa terkadang standar yang ditetapkan dalam layanan bisa diabaikan demi memenuhi keinginan pelanggan, padahal itu bisa menyebabkan pelayanan yang

tidak sesuai dengan etika atau prinsip profesional yang seharusnya diikuti. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pedoman yang jelas dalam penyelenggaraan pelayanan sertifikasi halal (Rahayuningsih dan Ghozali, 2021) antara lain:

1. Fokus pada Derajat Kepuasan Pelanggan

Untuk menghindari subjektivitas yang dapat mempersulit pelaksanaan program peningkatan mutu, ukuran kepuasan yang digunakan harus bersifat umum dan mencerminkan tingkat kepuasan mayoritas pelanggan. Mutu pelayanan sertifikasi halal dapat dianggap baik jika dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata yang diinginkan oleh pemohon sertifikasi halal.

2. Fokus pada Upaya yang Dilakukan

Penyedia layanan sertifikasi halal harus memastikan bahwa setiap tahap dalam proses sertifikasi dilakukan sesuai dengan standar dan kode etik yang telah ditetapkan. Mutu pelayanan dapat dinilai baik jika proses sertifikasi halal yang dilakukan tidak hanya efisien, tetapi juga transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah disepakati dalam kode etik profesi. Hal ini juga meliputi penggunaan sumber daya yang tepat dan proses yang tidak berlebihan atau tidak diperlukan, agar sertifikasi halal yang diberikan benar-benar memenuhi standar yang relevan dan dibutuhkan oleh pemohon.

Dengan memperhatikan kedua aspek ini, LPPOM MUI dapat memastikan bahwa layanan sertifikasi halal yang diberikan tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga sesuai dengan standar profesional dan etika yang berlaku, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

## 2.5 Harapan Pelanggan terhadap Mutu Pelayanan Sertifikasi Halal

Mutu pelayanan sertifikasi halal, seperti halnya layanan lainnya, harus dimulai dari pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan. Proses ini berakhir dengan bagaimana pelanggan memersepsi kualitas pelayanan yang mereka terima (Junaidi dkk., 2025). Oleh karena itu, mutu yang dianggap baik bukan hanya dinilai dari perspektif penyedia layanan, tetapi lebih pada persepsi

yang terbentuk di benak pelanggan. Persepsi ini mencakup penilaian pelanggan secara menyeluruh terhadap keunggulan pelayanan yang diterima. Dalam konteks layanan sertifikasi halal LPPOM MUI, penilaian ini sangat penting karena melibatkan berbagai faktor, termasuk interaksi dengan petugas LPPOM MUI, transparansi proses sertifikasi, dan kenyamanan yang dirasakan selama layanan berlangsung.

Beberapa elemen yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan di antaranya adalah kualitas tenaga yang memberikan layanan, bagaimana proses sertifikasi berlangsung, dan juga lingkungan fisik tempat layanan tersebut diberikan (Hastuti dkk., 2024). Ketiga faktor ini tidak hanya berdampak pada kualitas hasil sertifikasi yang diberikan, tetapi juga pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Karyawan atau petugas LPPOM MUI yang terlatih dan ramah dapat menciptakan kesan positif dan memberikan rasa percaya kepada pelanggan. Proses sertifikasi yang jelas, transparan, dan efisien, serta lingkungan yang nyaman, akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Sebaliknya, ketidaknyamanan dalam salah satu aspek ini dapat menyebabkan ketidakpuasan meskipun hasil akhirnya memenuhi harapan.

Dalam konteks mutu produk dan kepuasan pelanggan, ada kesepakatan luas bahwa harapan pelanggan memainkan peranan yang sangat besar dalam menilai kualitas pelayanan. Harapan pelanggan ini berfungsi sebagai standar pembanding atau acuan yang digunakan oleh pelanggan untuk mengevaluasi kinerja layanan yang mereka terima (Sucihati dkk., 2023). Sebelum menggunakan layanan sertifikasi halal, pelanggan memiliki harapan tertentu terkait dengan waktu, biaya, kualitas proses, dan hasil akhir. Harapan ini menjadi dasar bagi mereka untuk menilai apakah layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi mereka atau tidak. Jika hasil sertifikasi halal sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi mereka, maka pelanggan cenderung merasa puas dan lebih percaya pada kualitas layanan LPPOM MUI.

Menurut Maksudi dkk., (2023) harapan pelanggan adalah keyakinan atau ekspektasi yang terbentuk sebelum mereka memutuskan untuk mencoba atau

membeli suatu produk atau jasa. Dalam hal ini, harapan pelanggan terhadap layanan sertifikasi halal adalah gambaran tentang apa yang mereka inginkan dan harapkan dari seluruh proses sertifikasi. Harapan ini bisa berkaitan dengan ketepatan waktu penerbitan sertifikat, kemudahan dalam proses pengajuan, kejelasan prosedur, dan juga kemudahan komunikasi dengan petugas LPPOM MUI. Oleh karena itu, setiap pelanggan akan menilai kinerja layanan sertifikasi halal berdasarkan standar yang telah mereka tetapkan sebelumnya, yang berasal dari pengalaman mereka sendiri, informasi yang mereka peroleh, serta apa yang mereka anggap penting dalam suatu pelayanan.

Sangat penting bagi LPPOM MUI untuk terus memahami dan berusaha memenuhi harapan pelanggan dalam setiap aspek pelayanan sertifikasi halal. Dengan memastikan bahwa setiap tahap proses dilakukan dengan efisiensi, profesionalisme, dan perhatian terhadap detail, LPPOM MUI dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan (Nisa, 2023). Lebih dari itu, memahami harapan pelanggan memungkinkan LPPOM MUI untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan dan terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan ekspektasi pasar. Dengan cara ini, layanan sertifikasi halal yang diberikan tidak hanya akan memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan dan memperkuat reputasi LPPOM MUI sebagai lembaga sertifikasi halal yang terpercaya dan berkualitas.

## 2.6 Model Pengukuran Mutu Pelayanan Sertifikasi Halal

Salah satu cara untuk memastikan layanan yang diberikan oleh suatu organisasi, seperti LPPOM MUI dalam konteks sertifikasi halal, lebih unggul dibandingkan pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran mutu pelayanan sering dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu layanan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, serta untuk mengevaluasi area yang perlu ditingkatkan.

Nisa (2023), dalam penelitiannya mengenai mutu pelayanan mengembangkan sebuah model yang membandingkan harapan pelanggan dengan persepsi mereka

terhadap layanan yang diterima. Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang berperan penting dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

a) *Tangible* (Bukti Fisik): Merujuk pada elemen-elemen yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan, seperti fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, serta sarana komunikasi yang digunakan oleh LPPOM MUI dalam proses sertifikasi halal. Fasilitas yang baik dan memadai memberi kesan pertama yang positif bagi pelanggan.

b) *Reliability* (Keandalan): Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat waktu, akurat, dan memuaskan. LPPOM MUI harus dapat menjamin bahwa sertifikasi halal yang diberikan sesuai dengan standar dan dilakukan dalam waktu yang telah disepakati.

c) *Responsiveness* (Ketanggapan): Merupakan kemauan dan kesiapan petugas LPPOM MUI untuk membantu pelanggan dengan cepat dan efektif. Pelanggan mengharapkan agar setiap pertanyaan atau masalah yang mereka hadapi selama proses sertifikasi dapat diatasi dengan segera.

d) *Assurance* (Jaminan): Mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf LPPOM MUI. Staf yang kompeten dan sopan dapat memberikan rasa aman kepada pelanggan bahwa proses sertifikasi halal akan dilakukan dengan benar dan profesional.

e) *Empathy* (Empati) : Kemampuan untuk berhubungan dengan pelanggan secara pribadi dan memahami kebutuhan serta harapan mereka. Komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan.

Setiap unit layanan, termasuk LPPOM MUI dalam hal sertifikasi halal, harus berusaha untuk mengurangi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima. Dengan memahami dan mengelola lima dimensi mutu pelayanan ini, LPPOM MUI dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

## 2.7 Dimensi *Servqual* dalam Pengukuran Mutu Pelayanan Sertifikasi Halal

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator utama untuk mengukur mutu pelayanan. Banyak dimensi mutu pelayanan yang dikembangkan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu model yang banyak digunakan dalam pengukuran kualitas layanan adalah Servqual. Model ini mengidentifikasi beberapa dimensi mutu yang berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Beberapa dimensi utama dikembangkan oleh (Liem dkk., 2020) dalam penelitiannya antara lain: *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *competence* (kompetensi), *courtesy* (keramahan), *credibility* (kredibilitas), *security* (keamanan), *access* (akses), *communication* (komunikasi), dan understanding (pemahaman). Meskipun demikian, pada penelitian selanjutnya (Arli dkk., 2024) mengidentifikasi bahwa beberapa dimensi tersebut tumpang tindih satu sama lain. Oleh karena itu, mereka memutuskan untuk menyederhanakan dan memfokuskan dimensi-dimensi tersebut menjadi lima dimensi inti untuk lebih mendalam mengukur kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Kelima dimensi yang disarankan oleh (Jonkisz dkk., 2021) dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah:

1. Bukti Langsung *(Tangible)*

Dimensi ini mencakup semua elemen fisik yang dapat dilihat oleh pelanggan, seperti kebersihan fasilitas, keadaan peralatan yang digunakan, kebersihan ruang periksa, kondisi kamar mandi, pencahayaan yang memadai, serta penampilan petugas. Dalam konteks sertifikasi halal, hal ini mencakup fasilitas dan peralatan yang digunakan oleh LPPOM MUI untuk memproses sertifikasi.

2. Kehandalan *(Reliability)*

Kehandalan mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu, akurat, dan memuaskan. Dalam hal sertifikasi halal, ini berarti bahwa LPPOM MUI harus dapat memberikan hasil sertifikasi halal yang sesuai dengan janji, tepat waktu, dan memenuhi ekspektasi pemohon sertifikasi.

3. Ketanggapan *(Responsiveness)*

Dimensi ini berkaitan dengan keinginan dan kesiapan petugas untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap. Dalam hal sertifikasi halal, ketanggapan ini penting untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan atau masalah yang diajukan pelanggan dapat ditanggapi dengan segera, serta menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan cepat dan efektif.

4. Jaminan *(Assurance)*

Jaminan mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh petugas. Ini menciptakan rasa aman bagi pelanggan bahwa layanan sertifikasi halal dilakukan dengan profesionalisme dan tanpa keraguan. Aspek ini juga mencakup kerahasiaan dan keamanan informasi yang diberikan oleh pelanggan selama proses sertifikasi.

5. Empati *(Empathy)*

Empati mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggan, memberikan perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan serta harapan pelanggan. Dalam konteks sertifikasi halal, ini berarti bahwa petugas LPPOM MUI harus mampu berkomunikasi dengan baik dan memahami setiap kebutuhan pemohon sertifikasi halal, sehingga prosesnya berjalan lancar dan memuaskan.

Nawangsari dan Pramesti, (2017) juga mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dalam menilai kualitas suatu layanan, yang dapat diterapkan dalam konteks sertifikasi halal:

1. Kinerja: Merujuk pada kualitas produk atau layanan yang diterima pelanggan, dalam hal ini, kualitas sertifikasi halal yang diberikan LPPOM MUI berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.
2. Interaksi Pegawai: Menilai keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh petugas dalam berinteraksi dengan pelanggan selama proses sertifikasi halal.

3. Keandalan: Konsistensi dalam memberikan layanan yang dapat dipercaya, di mana LPPOM MUI selalu memastikan bahwa setiap sertifikasi halal yang diberikan memenuhi standar yang berlaku.
4. Daya Tahan: Mengacu pada daya tahan produk atau layanan yang diberikan, dalam hal ini adalah keberlanjutan reputasi LPPOM MUI dalam memberikan sertifikasi halal yang konsisten dan dapat diandalkan.
5. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan: Menilai seberapa cepat dan nyaman proses sertifikasi halal dilakukan, termasuk seberapa cepat pemohon menerima hasil sertifikasi setelah pengajuan.
6. Estetika: Berkaitan dengan penampilan fisik fasilitas, lingkungan, dan sarana yang digunakan dalam proses sertifikasi halal yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan.
7. Kesadaran akan Merek: Mengukur dampak positif atau negatif dari pengakuan merek LPPOM MUI di mata pelanggan, yang berkaitan langsung dengan persepsi mereka terhadap kualitas sertifikasi halal yang diberikan.

Model Servqual yang dikembangkan oleh (Parasuraman dkk., 2002) dan pendekatan dimensi kualitas oleh (Nawangsari dan Pramesti, 2017) memberikan panduan yang sangat berguna dalam menilai dan meningkatkan kualitas pelayanan sertifikasi halal di LPPOM MUI. Dengan mengelola dan memahami setiap dimensi ini, LPPOM MUI dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan memastikan bahwa setiap proses sertifikasi halal dilakukan dengan standar kualitas yang tinggi, sesuai dengan harapan pelanggan.

## 2.8 Proses dan Tahapan Kualitas Pelayanan Sertifikasi Halal

Dalam memberikan pelayanan sertifikasi halal, interaksi dengan pelanggan merupakan bagian integral dari tugas sehari-hari yang harus dikelola dengan baik. Kepuasan pelanggan menjadi elemen yang sangat penting untuk kelangsungan dan citra positif LPPOM MUI sebagai penyedia layanan sertifikasi halal. Pelayanan unggul bukanlah sesuatu yang diwariskan, tetapi dapat dipelajari dan diterapkan secara sistematis untuk memastikan kualitas yang terus meningkat. Berikut adalah

tahapan dalam proses memberikan pelayanan prima yang dapat diterapkan dalam layanan sertifikasi halal (Jati dkk., 2021):

1. Tunjukkan Sikap Positif kepada Pelanggan

Langkah pertama dalam memberikan pelayanan yang baik adalah memancarkan sikap positif kepada pelanggan. Hal ini dapat dimulai dengan sikap yang ramah, penampilan fisik yang profesional, bahasa tubuh yang terbuka dan menyambut, serta suara yang tenang dan jelas ketika berkomunikasi dengan pelanggan. Semua elemen ini penting untuk menciptakan kesan pertama yang positif, terutama saat petugas LPPOM MUI berinteraksi langsung dengan pelanggan yang datang untuk mengajukan sertifikasi halal.

2. Mengidentifikasi Kebutuhan Pelanggan

Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan cermat. Pemahaman terhadap kebutuhan dasar pelanggan sangat penting dalam memberikan pelayanan yang memadai. Dalam konteks sertifikasi halal, hal ini berarti mendengarkan dengan penuh perhatian, mengatur waktu pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan, serta berempati dengan situasi dan kondisi mereka. Setiap pelanggan mungkin memiliki kebutuhan yang berbeda, dan penting bagi petugas untuk menyesuaikan pendekatan berdasarkan kebutuhan individu.

3. Penerapan Pengidentifikasian Kebutuhan Pelanggan

Setelah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, langkah berikutnya adalah mengaplikasikan pemahaman tersebut dalam pelayanan. Petugas LPPOM MUI harus mengambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab mereka, dengan berkomunikasi secara jelas dan asertif, serta menunjukkan pengertian terhadap kebutuhan pelanggan. Pelanggan harus merasa disambut dengan hangat, dihargai, dan diperlakukan dengan perhatian khusus. Ini menciptakan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan, yang pada gilirannya akan membuat pelanggan merasa lebih puas dengan layanan yang diterima.

4. Pengakuan Kepuasan Pelanggan

Langkah terakhir dalam memberikan pelayanan prima adalah memastikan bahwa kepuasan pelanggan diakui dan dipenuhi. Tuntaskan semua kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan ekstra, yang melampaui ekspektasi mereka. Petugas LPPOM MUI harus selalu memberikan sikap yang menjadikan pelanggan merasa dihargai dan dipahami, serta menunjukkan bahwa mereka berada di pihak yang sama. Ketika pelanggan merasa bahwa segala kebutuhan mereka telah diperhatikan dan dipenuhi, maka kepuasan mereka terhadap layanan sertifikasi halal akan meningkat, yang juga meningkatkan citra positif LPPOM MUI.

## 2.9 Metode *SERVQUAL*

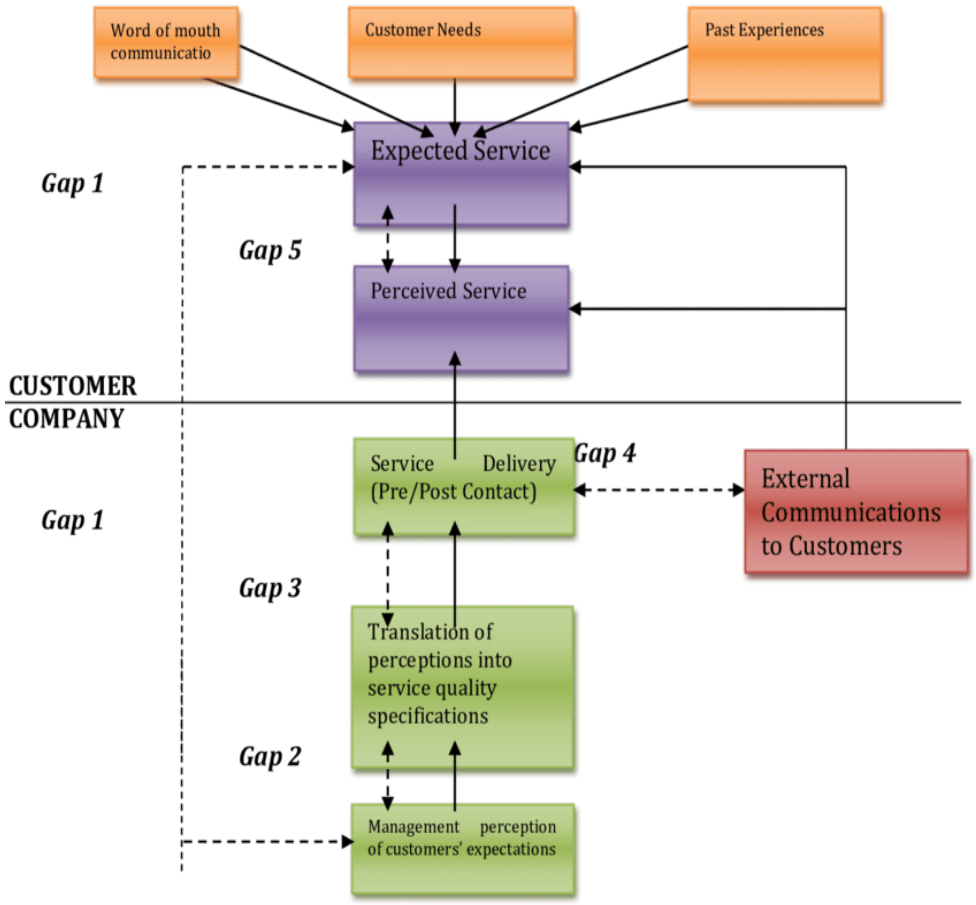
Metode *Servqual* adalah alat yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan menggunakan kuesioner. Metode ini pertama kali dikembangkan oleh (Zeithaml dkk., 1996) dan sejak itu telah diterapkan untuk menilai berbagai jenis layanan. Dengan kuesioner ini, kita dapat mengidentifikasi sejauh mana kesenjangan (gap) terdapat antara persepsi pelanggan dan ekspektasi mereka terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kuesioner Servqual dapat disesuaikan dengan berbagai industri jasa, seperti perbankan, restoran, perusahaan telekomunikasi, atau layanan sertifikasi halal LPPOM Jawa Timur, untuk menilai kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan konteks masing-masing industri.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam riset tentang kualitas layanan adalah model *Service Quality* (Servqual). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sukwadi dkk., 2021) mereka menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam konsep Servqual, kualitas layanan didasarkan pada tiga konsep utama:

1. Kualitas layanan lebih sulit dievaluasi oleh konsumen dibandingkan kualitas barang. Hal ini disebabkan oleh sifat layanan yang tidak berwujud dan lebih abstrak, sehingga penilaiannya lebih bergantung pada pengalaman langsung konsumen.

2. Persepsi terhadap kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual yang diterima. Ini berarti bahwa kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan ekspektasi yang dimiliki pelanggan dengan pengalaman nyata mereka saat menggunakan layanan.
3. Evaluasi kualitas layanan juga melibatkan proses penyampaian layanan. Artinya, bukan hanya hasil akhir dari layanan yang dinilai, tetapi juga bagaimana layanan tersebut diberikan, termasuk kecepatan, ketepatan, dan interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan.

Model Servqual mencakup analisis terhadap lima kesenjangan atau *gap* yang mempengaruhi kualitas layanan. Dari kelima kesenjangan tersebut, satu kesenjangan berasal dari pihak konsumen, sementara sisanya berasal dari penyedia layanan.




**Gambar 2.1. Model SERVQUAL**
**Sumber: (Zeithaml et al., 1996)**

Model ini dapat digambarkan dalam sebuah ilustrasi, di mana garis putus-putus horizontal memisahkan dua fenomena tersebut: bagian atas menggambarkan fenomena yang terkait dengan pelanggan, sementara bagian bawah menggambarkan fenomena yang berkaitan dengan penyedia layanan. Dengan mengidentifikasi dan mengurangi kesenjangan tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi harapan pelanggan lebih efektif.

Model Servqual merupakan kerangka kerja yang sangat berguna dalam menilai dan memperbaiki kualitas layanan. Model ini mengidentifikasi lima jenis kesenjangan *(gap)* yang berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Setiap gap menggambarkan perbedaan antara harapan pelanggan dan pelayanan yang diterima, serta faktor internal yang memengaruhi kesenjangan tersebut. Dengan memahami lima gap ini, penyedia layanan dapat lebih mudah mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan (Juwaheer, 2004).

1. *Knowledge Gap* (Gap 1)

*Knowledge gap* atau kesenjangan pengetahuan adalah kesenjangan yang terjadi antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen terhadap harapan tersebut. Kesenjangan ini muncul ketika manajemen tidak benar-benar memahami apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan, sehingga tidak dapat menyusun strategi atau tindakan yang sesuai untuk memenuhi harapan tersebut. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan gap ini antara lain:

a) Ketidaktepatan riset pemasaran: Riset yang dilakukan untuk memahami kebutuhan pelanggan tidak cukup mendalam atau tidak mencakup semua aspek yang penting, sehingga kesenjangan informasi muncul.

b) Penggunaan hasil riset yang tidak tepat: Meskipun riset pemasaran dilakukan, jika hasilnya tidak dipahami dengan benar atau diterapkan dengan cara yang salah, kesenjangan ini tetap bisa terjadi.

c) Kurangnya interaksi langsung antara manajemen dan pelanggan: Mengandalkan hasil riset saja tanpa melakukan kontak langsung dengan pelanggan dapat menyebabkan kesenjangan yang lebih besar. Interaksi

langsung memungkinkan manajer untuk memperoleh wawasan yang lebih akurat dan terkini mengenai harapan pelanggan.

d) Kurangnya komunikasi dan kontak personal dengan manajemen: Kontak langsung antara karyawan dan pelanggan, serta antara manajer dan pelanggan, sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan persepsi pelanggan.

e) Birokrasi yang berlebihan: Banyaknya lapisan manajerial yang ada dalam organisasi dapat menyebabkan hilangnya informasi penting atau kesalahpahaman dalam menafsirkan harapan pelanggan.

Untuk mengurangi *knowledge gap*, perusahaan perlu meningkatkan kualitas riset yang dilakukan, serta memperkuat komunikasi dan interaksi langsung dengan pelanggan. Manajer dan karyawan harus memiliki saluran yang jelas untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan secara langsung, sehingga mereka dapat segera menanggapi masalah atau kekhawatiran yang muncul.

2. *Standards Gap* (Gap 2)

*Standards gap* adalah kesenjangan yang terjadi ketika manajemen tidak menyusun atau menetapkan standar kinerja yang jelas terkait dengan harapan pelanggan. Kesenjangan ini terjadi karena pihak penyedia jasa tidak memiliki komitmen yang jelas terhadap kualitas layanan atau tidak menyusun pedoman operasional yang sesuai dengan harapan pelanggan. Ketidakjelasan dalam standar kualitas ini sering kali disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain:

a) Ketidakjelasan standar kinerja: Tanpa adanya standar yang jelas dan terukur mengenai kualitas layanan yang diharapkan, karyawan dan manajer akan sulit mengetahui apa yang diharapkan dari mereka.

b) Kurangnya komitmen terhadap kualitas layanan: Manajemen mungkin tidak cukup berkomitmen untuk memastikan kualitas pelayanan yang konsisten, yang dapat mengarah pada kebingungan mengenai apa yang seharusnya dicapai.

c) Keterbatasan sumber daya: Kesenjangan ini juga bisa disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan untuk menyediakan sumber daya yang cukup untuk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan, baik dari segi tenaga kerja, teknologi, atau infrastruktur.

Untuk mengatasi gap ini, perusahaan perlu menetapkan standar kualitas yang jelas, terukur, dan realistis sesuai dengan harapan pelanggan. Manajemen juga harus memastikan bahwa semua karyawan memahami standar ini dan memiliki komitmen untuk mencapainya. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menyediakan sumber daya yang memadai agar standar tersebut dapat tercapai dengan baik.

3. *Delivery Gap* (Gap 3)

*Delivery gap* adalah kesenjangan yang terjadi antara spesifikasi kualitas yang ditetapkan dan bagaimana layanan tersebut disampaikan kepada pelanggan. Kesenjangan ini sering kali muncul akibat masalah dalam proses penyampaian layanan, baik karena kebingungan peran karyawan maupun kurangnya dukungan yang tepat untuk karyawan dalam menjalankan tugasnya. Beberapa faktor penyebab delivery gap ini antara lain:

a) Kebingungan peran karyawan: Ketika karyawan tidak memahami dengan jelas apa yang diharapkan dari mereka, mereka mungkin merasa bingung dalam menjalankan tugasnya, yang dapat mengarah pada kesalahan dalam penyampaian layanan.

b) Konflik peran: Karyawan mungkin merasa kesulitan dalam melayani pelanggan jika mereka menghadapi perintah yang bertentangan dari atasan atau jika mereka memiliki banyak tugas yang harus diselesaikan secara bersamaan.

c) Ketidaksesuaian antara karyawan dan pekerjaan: Dalam beberapa kasus, karyawan yang bertugas memberikan pelayanan kepada pelanggan mungkin dianggap memiliki posisi yang rendah atau tidak mendapatkan perhatian yang cukup dari manajemen, yang memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan.

d) Ketidaksesuaian antara teknologi dan pekerjaan: Teknologi yang tidak sesuai dengan tugas atau proses bisnis dapat menghambat kinerja karyawan dalam memberikan layanan dengan efisien.

e) Pengawasan yang tidak memadai: Tanpa pengawasan yang baik, karyawan mungkin tidak dapat mengukur atau meningkatkan kinerja mereka, yang berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan.

Untuk mengurangi gap ini, perusahaan perlu memberikan pelatihan yang jelas tentang peran dan tanggung jawab karyawan, memastikan bahwa teknologi yang digunakan mendukung kebutuhan layanan, serta memperbaiki sistem pengawasan untuk memastikan standar kualitas dipenuhi. Memberdayakan karyawan dan memberikan mereka otonomi dalam mengambil keputusan dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

4. *Communication Gap* (Gap 4)

*Communication gap* adalah kesenjangan yang terjadi antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal perusahaan, seperti yang tercermin dalam iklan atau promosi. Kesenjangan ini muncul ketika perusahaan mengkomunikasikan janji-janji yang sulit dipenuhi atau memberikan informasi yang membingungkan kepada pelanggan. Hal ini sering terjadi karena:

a) Komunikasi yang tidak memadai antar departemen: Ketika komunikasi antar departemen tidak berjalan lancar, informasi mengenai layanan yang ditawarkan bisa terdistorsi atau tidak disampaikan dengan benar kepada pelanggan.

b) Janji yang berlebihan: Iklan atau promosi yang memberikan janji lebih besar daripada yang dapat dipenuhi oleh perusahaan sering kali menyebabkan harapan pelanggan menjadi tidak realistis.

Untuk mengurangi communication gap, perusahaan harus memastikan bahwa semua janji yang dibuat dalam komunikasi eksternal sesuai dengan kenyataan dan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Selain itu, komunikasi antara departemen harus

diperkuat untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada pelanggan adalah akurat dan konsisten.

5. *Service Gap* (Gap 5)

*Service gap* adalah kesenjangan antara layanan yang dipersepsikan oleh pelanggan dan layanan yang sebenarnya mereka harapkan. Kesenjangan ini terjadi ketika pelanggan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi daripada apa yang dapat disediakan oleh perusahaan, atau ketika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan meskipun telah berusaha. Kesenjangan ini sering kali berhubungan dengan persepsi pelanggan tentang kualitas layanan yang diterima dibandingkan dengan yang mereka harapkan berdasarkan berbagai faktor seperti iklan, pengalaman masa lalu, atau informasi dari pihak lain.

Untuk mengatasi service gap, perusahaan harus terus-menerus mengevaluasi dan menyesuaikan pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Meningkatkan pengalaman pelanggan, merespon keluhan dengan cepat, dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah beberapa cara untuk mengurangi gap ini. Selain kelima kesenjangan tersebut, ada beberapa faktor yang memengaruhi harapan pelanggan (Norouzinia dkk., 2016) yaitu:

1. *Enduring service intensifiers*: Faktor yang bersifat stabil dan dapat mendorong pelanggan untuk memiliki harapan yang lebih tinggi, seperti filosofi pribadi atau pengaruh dari orang lain mengenai kualitas layanan.
2. Kebutuhan pribadi: Kebutuhan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk kesejahteraannya dapat memengaruhi harapannya terhadap layanan tertentu.
3. *Transitory service intensifiers*: Faktor yang bersifat sementara dan muncul berdasarkan situasi yang dialami pelanggan, seperti kebutuhan mendesak untuk suatu layanan.
4. *Perceived service alternatives*: Persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan dari penyedia jasa lain yang sejenis dapat mempengaruhi harapan mereka terhadap layanan yang diberikan.

5. *Self-perceived service role*: Persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatan mereka dalam proses layanan dapat memengaruhi harapan terhadap hasil yang diperoleh.
6. Faktor situasional: Situasi tertentu yang tidak dapat dikendalikan oleh penyedia jasa namun dapat memengaruhi kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan.
7. Janji layanan eksplisit: Janji yang dibuat perusahaan melalui iklan, komunikasi dengan karyawan, atau perjanjian mengenai layanan yang akan diberikan.
8. *Word of mouth*: Informasi yang diperoleh pelanggan dari orang lain mengenai layanan yang diberikan, yang dapat mempengaruhi harapan mereka.
9. Pengalaman masa lalu: Pengalaman pelanggan sebelumnya dengan penyedia layanan dapat mempengaruhi harapan mereka terhadap kualitas layanan yang akan diterima.

Dengan memahami berbagai faktor yang memengaruhi harapan pelanggan, perusahaan dapat lebih mudah mengelola harapan tersebut dan memastikan bahwa layanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.

## 2.10. Pengukuran *Gap*

Pengukuran kualitas layanan menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbedaan antara nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap pernyataan yang menggambarkan harapan dan persepsi mereka (Mujinga, 2019). Untuk menghitung skor Servqual, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Skor Servqual = Skor Persepsi - Skor Harapan**

Kualitas layanan suatu perusahaan pada lima dimensi utama dapat dihitung dengan menghitung rata-rata skor Servqual pada pernyataan yang mewakili setiap dimensi kualitas layanan tersebut. Proses perhitungan rata-rata ini dilakukan dalam

dua langkah. Langkah pertama, untuk setiap pelanggan, semua skor Servqual yang terkait dengan pernyataan yang mencerminkan dimensi kualitas jasa dijumlahkan, kemudian dibagi dengan jumlah pernyataan yang mewakili dimensi tersebut. Langkah kedua adalah menjumlahkan nilai yang diperoleh pada langkah pertama dan membaginya dengan jumlah total responden.

Skor rata-rata dari kelima dimensi Servqual ini memberikan ukuran kualitas layanan keseluruhan, namun ukuran ini belum mencerminkan kepentingan relatif masing-masing dimensi. Untuk mendapatkan ukuran yang lebih akurat, skor Servqual dapat dihitung secara tertimbang dengan cara mengalikan skor rata-rata setiap dimensi dengan bobot kepentingan relatif yang diberikan kepada dimensi tersebut. Setelah itu, hasilnya dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden untuk memperoleh nilai akhir yang lebih representatif.

Proses ini menghasilkan skor Servqual tertimbang, yang memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kualitas layanan berdasarkan prioritas dimensi-dimensi yang dianggap paling penting oleh pelanggan. Data yang diperoleh melalui instrumen Servqual ini dapat digunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas layanan pada berbagai tingkat analisis seperti *item by item analysis*, *dimension by dimension analysis*, serta perhitungan ukuran tunggal kualitas layanan atau *gap* Servqual secara keseluruhan.

Melalui analisis terhadap berbagai kesenjangan *(gap)* yang teridentifikasi, penyedia layanan dapat menilai kualitas keseluruhan dari layanan yang diberikan dan mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci yang memerlukan perbaikan. Selain itu, analisis ini juga berguna untuk:

1. Membandingkan harapan dan persepsi pelanggan sepanjang waktu, untuk melihat apakah kualitas layanan telah berkembang sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Membandingkan dengan skor Servqual dari pesaing, untuk mengetahui posisi perusahaan dalam hal kualitas layanan dibandingkan dengan kompetitor di industri yang sama.

3. Mengidentifikasi pelanggan dengan persepsi kualitas yang berbeda, yang dapat memberikan wawasan mengenai segmen pelanggan yang mungkin memiliki ekspektasi berbeda.
4. Menilai persepsi kualitas dari pelanggan internal, yaitu karyawan atau pihak lain dalam perusahaan yang dapat memberikan penilaian terkait kualitas layanan yang disediakan.

Melalui langkah-langkah ini, perusahaan dapat memiliki gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas layanan yang diberikan dan area mana yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan secara lebih efektif.

## 2.11 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian Tileng dkk. (2020) berjudul " *Analysis Of Service Quality Method and Importance Performance Analysis (IPA) in Population Departement, Tomohon City"*. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui indicator – indicator kualitas pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan oleh Departement Kependudukan KotaTomohon dalam melayani masyarakat. Sehingga penelitian ini dapat melakukan pertimbangan terhadap pelayanan Dinas Kependudukan Kota Tomohon untuk melakukan pengembangan atau peningkatan pelayanan terutama berkaitan dengan kepuasan masyarakatdan dapat dilakukan sebagai evaluasi.

Lalu pada penelitian Liem (2020) berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan *Mobile Banking* PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan *E-Servqual*". Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile Bangking* khususnya pada Bank XYZ Wilayah Airmadidi. Berdasarkan hasil penelitian hasil analisis *linear regresi* berganda menunjukkan bahwa metode *E-Servqual* berpengaruh sebesar 64,4% terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Bangking* dan 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Sebagai saran dari penelitian, peneliti berharap PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi dapat lebih meningkatkan layanan pada *Mobile Bangking* dari segi *efficiency, reliability, responsivessn,* dan *compensation* yang diberikan kepada nasabah pengguna *Mobile Banking* PT. Bank XYZ agar tidak terjadi gangguan

ketika melakukan transaksi sehingga dapat memberikan layanan yang sesuaidengan harapan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Riadi (2020) yang berjudul "Pengaruh Faktor-Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wardah Beauty House" Penelitian ini dilakukan dan dilatarbelakangi oleh adanya komplain pelanggan, belum pernahnya diadakan survey kepuasan pelanggan, dan hasil survey pendahuluan kepuasan pelanggan yang masih dapat ditingkatkan lagi. Oleh karena itu dilakukan survey lanjutan dengan metode kuesioner berdasarkan dimensi SERVQUAL. Kemudian atribut yang gapnya relatif besar dijadikan Voice of Customer pada metode *Quality Function Deployment.* Hasil yang didapat, diketahui bahwa faktor yang menjadi prioritas untuk perbaikan adalah atribut dari dimensi Tangible, Responsiveness, dan beberapa atribut dari dimensi Assurance. Dan untuk upaya improvement yang prioritas pertama adalah pengikutsertaan Beauty Advisor dalam *retraining service.*

Penelitian Sukwadi (2021) berjudul "Penerapan Model Integrasi *Fuzzy Servqual-IPA-QFD* Dalam Analisis Kualitas Layanan Stasiun Gambir" pada metode QFD digunakan untuk menentukan upaya/startegi yang tepat untuk memperbaiki atribut yang telah didapatkan dari metode lainnya. Berdasarkan hasil untuk memenuhi kebutuhan penumpang, Stasiun Gambir harus mengadakan papan pengingat berupa tanda kebersihan, petugas stasiun diharapkan untuk melalkukan pelatihan yang lebih, dan menambahkan area penghijauan.

Penelitian yang dilakukan oleh Riadi (2021) yang berjudul "Analisis Kualitas Website Majelis Ulama Indonesia (MUI) Menggunakan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Matrix" Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas website MUI menurut tanggapan responden dan menggambarkan tingkat kualitas website MUI yang dinilai berdasarkan tingkat kualitas yang diterima dan tingkat kualitas yang diharapkan oleh pengguna. Hasil penelitian yang telah dilakukan menurut tanggapan responden website MUI mendapatkan rata-rata nilai persentase performance sebesar 82,7% dan importance sebesar 87,3%. Dan terdapat kesenjangan (*Gap*) yang bernilai negatif sebesar -0,23. Hal tersebut menunjukan

bahwa tingkat kualitas yang dirasakan pengguna belum memenuhi tingkat kualitas yang diharapkan pengguna website MUI. Indikator yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yaitu mudah dipelajari, tidak memerlukan keahlian khusus, desain website, memberikan informasi terkini, dan *up to date.*

Tabel 2.1 Research Gap Penelitian Terdahulu

| Peneliti & Tahun | Judul | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|
| Marlin Yuvina Tileng Tahun (2020) | Analysis Of Service Quality Method and Importance Performance Analysis (IPA) in Population Departement, Tomohon City | • Subjek penelitian<br>• Hasil penelitian<br>• Fokus penelitian<br>• Metode penelitian | Hasil dari penelitian, peneliti dapat mempertimbangkan metode yang cocok terhadap pelayanan Dinas Kependudukan Kota Tomohon dalam upaya pengembangan terutama pada layanan dan kepuasan masyarakat yang dapat dilakukan secara terstruktur sebagai evaluasi. |
| Andrew Tanny Liem Tahun (2020) | Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan *E-Servqual* | • Subjek penelitian<br>• Hasil penelitian<br>• Fokus penelitian<br>• Analisis perbaikan<br>• Metode penelitian | Hasil analisis *linear regresi* berganda menunjukkan PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi dapat lebih meningkatkan layanan pada *Mobile Bangking* dari segi *efficiency,reliability,responsivessn,* dan *compensation* yang diberikan kepada nasabah pengguna *Mobile Banking* PT. Bank XYZ agar tidak terjadi gangguan ketika melakukan transaksi. |
| Selamet Riadi Tahun (2020) | Pengaruh Faktor-Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wardah *Beauty* | • Subjek penelitian<br>• Fokus Penelitian<br>• Hasil penelitian | Hasil yang didapat, diketahui bahwa faktor yang menjadi prioritas untuk perbaikan adalah atribut dari dimensi *Tangible,* |

| Peneliti & Tahun | Judul | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|
| | *House* | • Analisis perbaikan | *Responsiveness,* dan beberapa atribut dari dimensi *Assurance.* Dan untuk upaya *improvement* yang prioritas pertama adalah pengikutsertaan Beauty Advisor dalam *retraining service.* |
| Ronald Sukwadi Tahun (2021) | Penerapan Model *Integrasi Fuzzy Servqual*-IPA-QFD Dalam Analisis Kualitas Layanan Stasiun Gambir | • Subjek penelitian<br>• Fokus Penelitian<br>• Hasil penelitian<br>• Analisis perbaikan | Perlu adanya penambahan fasilitas pada Stasiun Gambir seperti papan tanda kebersihan, dan penambahan area penghijauan yang sejuk dan nyaman untuk memperbaiki penilaian kepuasan penumpang pada kualitas stasiun. |
| Selamet Riadi Tahun (2021) | Analisis Kualitas Website Majelis Ulama Indonesia (MUI) Menggunakan Metode *Webqual 4.0* Dan *Importance Performance Matrix* | • Subjek penelitian<br>• Fokus Penelitian<br>• Hasil penelitian<br>• Analisis perbaikan | Hasil penelitian yang telah dilakukan menurut tanggapan responden website MUI mendapatkan rata-rata nilai persentase performance sebesar 82,7% dan importance sebesar 87,3%. Dan terdapat kesenjangan (*Gap*) yang bernilai negatif sebesar -0,23. Hal tersebut menunjukan bahwa tingkat kualitas yang dirasakan pengguna belum memenuhi tingkat kualitas yang diharapkan pengguna website MUI. Indikator yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yaitu mudah dipelajari, tidak memerlukan keahlian khusus, |

| Peneliti & Tahun | Judul | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|
| | | | desain website, memberikan informasi terkini, dan *up to date.* |
| Penelitian yang akan dilakukan | Implementasi *Quality Function Deployment* Dan *Metode Service Quality* Untuk Meningkatkan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sertifikasi Halal LPPOM MUI Jawa Timur | • Fokus penelitian<br>• Subjek penelitian<br>• Metode penelitian<br>• Analisis perbaikan | • Penelitian ini akan menganalisis implementasi *Quality Function Deployment* Dan *Metode Service Quality* dalam peningkatan mutu layanan dan kepuasan pelanggan Pada LPPOM MUI Jawa Timur<br>• Subjek penelitian yaitu para pelanggan serta pengguna jasa Sertifikasi Halal LPPOM MUI Jawa Timur<br>• Metode penelitian deskriptif kuantitatif.<br>• Analisis usulan perbaikan *Quality Function Deployment* Dan *Metode Service Quality* dengan alat bantu statistik yang terupdate. |

Sumber : Dikaji dari berbagai jurnal tiga tahun terakhir 2020-2023