

ABSTRAK

Reva Maula Putri (1228010180): Kualitas Pelayanan *Investment Corner* Mal Pelayanan Publik Kota Bandung

Mal Pelayanan Publik (MPP) Kota Bandung secara umum menunjukkan capaian pelayanan yang baik, tetapi tidak seluruh unit layanan memiliki tingkat kunjungan yang sama. *Investment Corner* sebagai layanan strategis fasilitasi investasi justru memiliki tingkat kunjungan rendah dibandingkan layanan administratif. Kondisi ini mengindikasikan adanya persoalan yang belum terungkap, karena penelitian terdahulu cenderung menilai kualitas MPP secara agregat tanpa mengkaji layanan non-administratif yang bersifat strategis. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai kualitas pelayanan *Investment Corner* berdasarkan dimensi *SERVQUAL* untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi rendahnya kunjungan masyarakat dan pelaku usaha.

Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas pelayanan *Investment Corner* MPP Kota Bandung berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, serta mengidentifikasi faktor yang berkaitan dengan rendahnya tingkat kunjungan layanan.

Analisis menggunakan model kualitas pelayanan *SERVQUAL* dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang mengukur kualitas melalui lima dimensi tersebut, serta didukung oleh teori *New Public Service* dari Denhardt dan Denhardt (2015) yang menekankan bahwa penyelenggaraan pelayanan publik harus berorientasi pada pemenuhan kepentingan dan hak warga negara sebagai pemegang kedaulatan, bukan sekadar pelanggan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitik dengan peneliti sebagai instrumen utama. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan informan *purposive sampling*, dan studi dokumentasi. Data dianalisis melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, serta diuji melalui triangulasi teknik. Penelitian dilaksanakan di *Investment Corner* MPP Kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* secara umum tergolong baik, meskipun masih terdapat kelemahan pada visibilitas fisik, pencatatan keluhan, dan pendekatan proaktif. Pada dimensi *assurance*, kompetensi, keramahan, dan keamanan data dinilai baik, tetapi *awareness* masyarakat terhadap keberadaan layanan masih rendah. Dengan demikian, rendahnya kunjungan terindikasi tidak terutama berkaitan dengan mutu pelayanan, melainkan lebih berkaitan dengan keterbatasan keterkenalan dan visibilitas *Investment Corner*, sehingga diperlukan strategi promosi dan peningkatan visibilitas yang lebih aktif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *SERVQUAL*, Mal Pelayanan Publik