

PELAYANAN PUBLIK PADA PENERAPAN INOVASI ONE DAY SERVICE DI KABUPATEN TABANAN DESA JATILUWIH

Oleh :

Ni Made Dwi Widari¹, I Putu Dony Indrayana², I Nyoman Gede Widiana³

ABSTRACT

Bali Province, Tabanan Regency is one of the regions in Indonesia that provides public services as stated in Law Number 25 of 2009 concerning public services, which is a series of activities to fulfill the service needs of the community for goods, services and/or administrative services provided by the organizer. public service. Public Management is a process of planning, directing, organizing and supervising businesses, agencies of member organizations with various other organizational resources in order to achieve goals. Through breakthrough new innovations through One Day Service which provides birth certificate services. The aim of this research is to describe Onne Day Service innovation in Tabanan Regency, Jatiluwih Village using the theory of Parasuraman, Zeitaml, and Berry on formative factors expected service (expected service) provides options or SOPs for providing services to the public in accordance with bureaucratic criteria and arrangements that can help or make things easier for the public (society). The role of regional leaders with local wisdom can also help to educate and provide a mechanism for each banjar to carry out orderly administration as a form of population data collection and a means of identifying children from birth so that they are recognized in the country where they live.

Keywords: *Public Management, One Day Service Innovation, Expected Service (expected service), Leader based on local wisdom*

¹Staf Pengajar STISIP Margarana Email: widari.an.16.01@gmail.com

²Staf Pengajar STISIP Margarana Email: donyindrayanaskom.mm@gmail.com

³Staf Pengajar STISIP Margarana Email: Widiana.nayaka@gmail.com

1. Pendahuluan

Keterlambatan pelayanan, banyaknya prosedur, persyaratan yang bertele-tele, beragamnya persyaratan administratif, dan tidak tersedianya kejelasan masalah pelayanan perizinan yang menangani dalam pembuatan akta kelahiram merupakan beberapa faktor yang menimbulkan keterlambatan administratif. Untuk menanggapi persoalan ini, pemerintah mencetuskan program-program dengan bekerjasama Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) dalam upaya peningkatan pelayanan publik untuk kebutuhan masyarakat (citizen), dengan launching inovasi terbaru yakni Pelayanan Administrasi *One Day Service*.

Penetapan program *One Day Service* memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan perizinan yang baik untuk mewujudkan pelayanan yang efektif dan efisien untuk mewujudkan investasi di masing-masing wilayah. *One Day Service* seluruh kegiatan penyelenggaraan tentang kelengkapan administratif dengan melalui proses pengajuan pembuatan akta kelahiran dilakukan dalam satu tempat yaitu di Rumah Sakit yang telah melakukan kolaborasi (kerjasama) dengan Dinas Kependudukan Pencatatan Sipil (Disdukcapil). Terbitnya dokumen di lokasi yang menerapkan inovasi ini. Pembuatan akta kelahiran menjadi lebih cepat dan bisa dilakukan secara langsung tanpa harus ke dinas Dukcapil dan menunggu waktu yang lama.

Pelayanan administrasi pembuatan akte melalui *One Day Service* merupakan inovasi dari konsep pelayanan publik dalam rangka mempermudah, mendekatkan, dan mempersingkat pelayanan perizinan di tingkat kecamatan yang jaraknya jauh dari kantor Kota/Kabupaten dan sulit dijangkau karena keterbatasan waktu dan lokasi kantor Disdukcapil kurang strategis atau jauh dari masyarakat yang tinggal di daerah pedalaman. Konsep pelayanan yang diterapkan pada pembuatan akta difokuskan pada wilayah kecamatan, karena di kecamatan dianggap sebagai tolak ukur dari keberhasilan pemerintahan daerah. Namun, pada pelayanan kecamatanlah yang banyak menimbulkan permasalahan akibat pelayanan yang kurang optimal dan job desk staff yang masih rancu atau belum terstruktur dengan baik. Oleh sebab itu, dibutuhkan peningkatan kualitas pelayanan dari tingkatan kecamatan.

One Day Service telah dilaksanakan di seluruh Kabupaten Tabanan. Dengan target sarannya ialah desa-desa terpencil, jauh dari pusat kota, dan berfokus pada edukasi dari kerjasama pihak kecamatan masing-masing banjar untuk menyampaikan tentang program yang di rilis oleh pemerintah. Hal tersebut menciptakan pengetahuan baru dan pelayanan baru yang menerapkan pendekatan kepada masyarakatnya untuk memfasilitasi dan mensejahterakan kepentingan publik. Proses pembuatan akta kelahiran yang disediakan oleh Pemerintah ini memiliki keunggulan yakni ibu-ibu yang akan melahirkan sudah tidak bingung lagi untuk membuat kelengkapan administrasi si bayi karena di Kabupaten Tabanan

telah memiliki 2 Rumah Sakit yang bekerjasama dengan Disdukcapil yaitu Rumah Sakit Kasih Ibu dan Rumah Sakit Anak Cahaya Bunda. Kedua Rumah Sakit ini dipilih karena memiliki letak yang strategis diantara desa-desa atau banjar yang berlokasi di pedalaman atau agak jauh dari pusat kota. Sehingga Rumah Sakit ini menjadi *project pillo*t dalam menerapkan Program *One Day Service*.

Kondisi pelayanan di desa Jatiluwih Kabupaten Tabanan sebelum adanya penerapan program *One Day Service* sangat prihatin. Mengapa dikatakan sedemikian rupa, karena desa jatiluwih merupakan salah satu desa yang mendapatkan reward akan keindahan teraseringnya. Namun, mayoritas penduduk desa jatiluwih pada usia lanjut yang mendominasi ialah bermata pencaharian sebagai petani. Untuk itu edukasi terhadap penerapan *One Day Service* sangat terbatas (minim) informasi. Jikalau ada anak dari mereka ingin melahirkan tidak ada pengarahan atau informasi pasti mengenai program baru, namun adanya keterlibatan teori WOM memberikan edukasi yang cepat, tepat, dan akurat dalam memberikan informasi mengenai barang maupun jasa layanan yang telah disediakan oleh pemerintah. Masyarakat menjadi prepering untuk memilih Rumah Sakit yang menerapkan atau berkolaborasi dengan program pelayanan penyedia administrative untuk membuat akta kelahiran bayi yang baru lahir dengan mudah dan cepat tanpa antre. Hal ini menjadi program andalan bagi keluarga yang akan menunggu buah hatinya.

Words of Mouth (WOM) ialah komunikasi yang dilakukan antara individu dengan dengan individu lain terkait dengan pelayanan yang disediakan berbentuk jasa dan barang yang mereka konsumsi dan diberikan untuk kepentingan publik. (menurut Hughes, 2005). WOM juga memiliki makna sebagai komunikasi yang dilakukan oleh antar individu tentang bertukar pengalaman berhubungan dengan perusahaan dalam bentuk barang atau jasa. Bentuk pendapat tentang produk, merek, layanan ataupun perusahaan tertentu. (di dalam Brown, et al 2005). WOM sangat cocok diterapkan di Indonesia karena berdasarkan penelitian oleh Nielsen, Indonesia menduduki posisi ketiga setelah Taiwan dan Hongkong yang merepakan WOM sebagai promosi yang paling kridibel (di dalam Mustofa,2007) hal ini di dukung juga dengan hasil penelitiann Marketing Research Indonesia (MRI) yang

memberikan fakta bahwasannya informasi mengenai produk barang dan jasa seperti kafe, restoran, computer, produk perbankan, motor baru, mobil baru, asuransi, alat elektronik, makanan, rumah sakit, hingga perlengkapan atau peralatan rumah tangga berasal dari WOM (Majalah Marketing Mix edisi 22 September - 21 Oktober 2023).

Kenyataan yang terjadi di Indonesia perlu ditangani oleh praktisi untuk mencegah ketimpangan dan memberikan manfaat guna mengembangkan teori dari WOM tersebut. Tidak hanya secara praktek saja tetapi juga secara teoritis pemahaman tentang WOM menjadi lebih maksimal karena teori ini dapat mempengaruhi konsumen terbukti lebih ampuh 7 kali lipat dari pada iklan di majalah dan koran, 4 kali lebih efisien dari pada personal selling dan 2 kali lebih efisien dari pada iklan yang diterapkan di radio. (Cengiz dan Yayla, 2007:73). Maka dari itu artikel ini mencoba untuk menerapkan perkembangan dari teori-teori yang melandasi WOM. Namun demikian, membahas tentang asal usul teori WOM tidak terlepas dari sejarah lahirnya teori komunikasi antar individu (massa). *Word of Mouth Communication* (WOM) atau komunikasi yang diterapkan dengan cara mulut ke mulut yang memberikan rekomendasi secara individu atau kelompok terhadap ketersediaan produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi mendalam secara personal menurut (Kotler & Keller, 2007). Demikian WOM dideskripsikan sebagai salah satu proses komunikasi yang bisa memberikan simbol berupa pesan kepada penerima mengenai informasi yang dibutuhkan berbentuk rekomendasi personal tentang merk, produk, jasa, perusahaan, atau pelayanan.

Studi tentang WOM pertama kali dikenalkan oleh Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz pada tahun 1955 di dalam buku yang berjudul *Personal Influence* (Kotler & Keller, 2009: 154). Dalam buku tersebut mereka berusaha mendeskripsikan teori WOM yang dikembangkan dari opini disalurkan ke penerima pesan dimana opini yang berasal dari opini yang di dapatkan dari media massa maupun penerima pesan. Dari semua faktor yang disebutkan tadi, citra diri dan pesan adalah dua hal yang saling berkaitan agar WOM bisa berjalan dengan baik menurut (AG. Lunardi, 1994). Harga diri merupakan bagaimana individu

memberikan pesan ialah gagasan yang disampaikan dari pemberi pesan ke penerima pesan. Jika kita menyampaikan pesan yang baik untuk menyampaikan WOM maka akan dapat diterima dengan baik juga oleh seseorang dalam memperoleh pesan dari orang lain, sebaliknya jika kita menyampaikan pesan yang kurang baik maka pesan yang diperoleh juga kurang baik.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif untuk menjelaskan lebih detail mengenai proses administrasi dan pelayanan publik pada kolaborasi inovasi *One Day Service* di Kabupaten Tabanan Desa Jatiluwih. Pendekatan metode penelitian kualitatif yang digunakan ialah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan ialah salah satu jenis penelitian yang mengumpulkan informasi dari catatan, laporan, sumber ilmiah, dan buku terkait lainnya. (Mirzaqon & Purwoko, 2018) penelitian perpustakaan merangkum pada pengumpulan informasi, data dari buku, referensi literatur ilmiah, dan referensi ilmiah lainnya seperti prosiding dan laporan dari lembaga atau organisasi resmi. Penelitian perpustakaan ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review*. Pendekatan *Systematic Literature Review* (Ahmad et al., 2021) ialah rangkaian metode untuk menilai, menemukan, dan menginterpretasikan semua bahan kajian yang ada guna memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Word Of Mouth

Word Of Mouth ialah salah satu jenis promosi produk maupun jasa yang dilakukan secara berkomunikasi secara informal tentang manfaat produk maupun jasa oleh pelanggan yang sudah puas telah menggunakan produk maupun jasa tersebut (menurut Dye, 2000; Kotler, 2002; Silverman, 2001; Blackwell et.al, 2001) komunikasi ini dilakukan dengan cara pemasaran melalui *World Of Mouth* (WOM) merupakan salah satu alat sebagai promosi dari pengguna layanan ke pengguna layanan lainnya sehingga memberikan kepercayaan karena dinilai efektif karena bermula dari pelanggan yang telah menggunakan produk atau jasa tersebut, adapun tiga dimensi menurut Kotler & Keller, 2009. terjadinya *word of*

mouth yaitu pertama pemasaran melalui buz, yang memiliki definisi sebagai opini/gosip yang secara tidak sengaja pemasaran bisa diviralkan, hal ini bisa dimaknai sebagai salah satu bentuk virus sehingga cepat menyebar. Kedua, *opinion leader* merupakan masyarakat yang terdiri dari kumpulan beberapa orang atau kelompok kecil yang anggotanya terdiri dari circle yang terbentuk atas faktor lingkungan kemudian saling berinteraksi, dimana setiap anggota memiliki caranya masing-masing untuk dapat mengerti sampai memfasilitasi komunikasi agar berjalan efektif dan efisien. Ketiga, media sosial yang merupakan suatu media *online*, dengan para *user*nya bisa mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog atau opini jejaring sosial menjadi gerai penting bagi berita dari mulut ke mulut. Pemasaran dari mulut ke mulut juga bisa berbentuk *online* dan *offline*.

Word Of Mouth Marketing ialah salah satu metode/upaya pada pemasaran yang merupakan suatu keadaan ketika minat pelanggan pada suatu produk atau jasa akan tergambar pada pembicaraannya setiap harinya membahas tentang itu saja secara terus menerus. Tentunya dalam opini konsumen yang menyukai akan memberikan pujian pada produk secara terus menerus secara tidak langsung. Bahkan, kemungkinan besar dia akan merekomendasikan produk tersebut pada orang terdekatnya untuk ikut menggunakan produk maupun jasa yang sudah digunakan.

Word Of Mouth (WOM) yang diterapkan pada inovasi “*One Day Service*” di Kabupaten Tabanan, Bali. Terbukti dengan adanya WOM pada ibu-ibu yang akan melahirkan sudah memiliki database dan mekanisme yang jelas karena bisa memfasilitasi mereka di Rumah Sakit yang sudah memiliki kerjasama dengan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) yaitu Rumah Sakit Kasih Ibu Tabanan, Rumah Sakit Ibu dan Anak Cahaya Bunda, dan Badan Rumah Sakit Umum Daerah Tabanan. Karena di Rumah Sakit yang disebutkan di atas telah menerapkan “*One Day Service*” dengan memberikan pelayanan pembuatan akta kelahiran tidak dipungut biaya alias (gratis). Adapun beberapa gambar yang menjadi bukti kerja sama Disdukcapil dengan beberapa Rumah Sakit yang ada di Tabanan sebagai berikut :

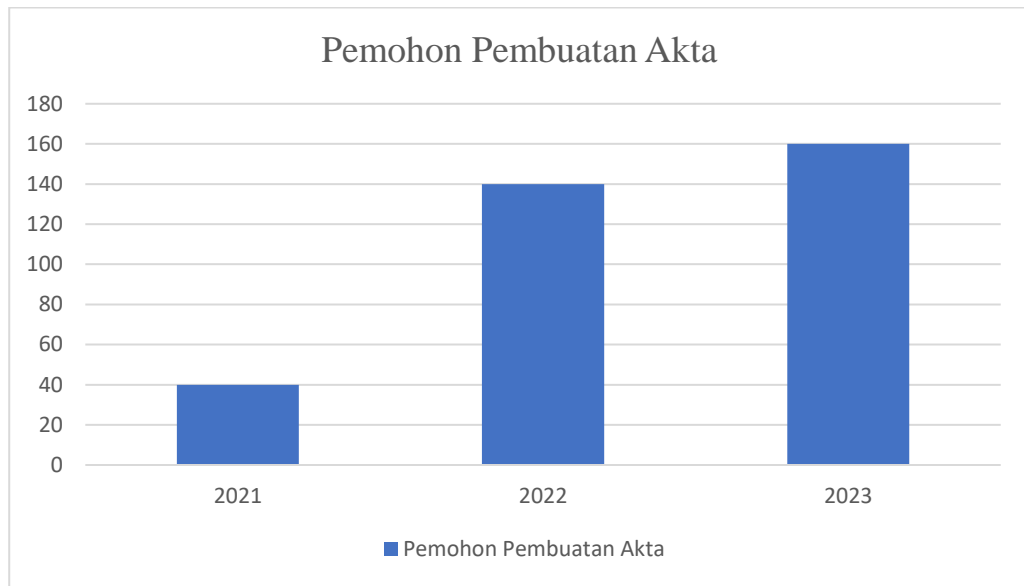


1. Gambar kerjasama Disdukcapil dan Rumah Sakit Ibu dan Anak Cahaya Bunda, Sumber : Kilas Bali
2. Gambar kerjasama Disdukcapil dan Rumah Sakit Kasih Ibu, Sumber : Bali Top News

Sehingga opini masyarakat yang sudah menggunakan jasa yang disediakan oleh pemerintah dengan memberikan argument tidak diperlukan antrian, biaya gratis, dan tidak menunggu lama. Masyarakat yang sudah menggunakan jasa tersebut akan memiliki kekuatan dalam meyakinkan masyarakat disekitarnya untuk melakukan pelayanan tersebut. Karena memang benar pelayanan yang disediakan oleh kerjasama rumah sakit dan Disdukcapil cepat, sigap, dan gratis. Menurut data Disdukcapil Tabanan dari Tahun 2017 sampai 2019 terjadi peningkatan pemohon pembuatan akta kelahiran melalui inovasi “*One Day Service*” sebagai berikut :

Masyarakat sebagai pemohon pembuatan akta kelahiran menggunakan inovasi “*One Day Service*” Sumber : Disdukcapil Tabanan, 2023

Dengan memfasilitasi kemudahan untuk masyarakat, maka masyarakat akan menjadi antusias dan semangat untuk memilih kemudahan pelayanan tersebut. Penulis melakukan observasi kecil berupa wawancara dengan masyarakat pemohon Ni Nyoman Kariasih pada tanggal 4 Februari 2024 kebetulan penulis memang sering ke daerah Tabanan di desa Pupuan dan Jatiluwih karena wisata yang disediakan disana sangat banyak. Adapun wawancara yang dijelaskan ialah sebagai berikut :



“Saya sebelumnya tidak mengetahui tentang inovasi *“One Day Service”* yang dibuat oleh Pemerintah. Kemudian karena pada saat itu saya sedang hamil, ada saudara saya memberi tahu jika ada inovasi *“One Day Service”*. Kemudian dijelaskanlah semua dari runtutan kinerjanya sampai rumah sakit mana saja yang menggunakan inovasi ini, karena gak semua rumah sakit bekerjasama dengan Disdukcapil. Jadi setelah dipikir-pikir daripada saya dua kali kerja, tidak sampai berfikir panjang untuk menargetkan ke rumah sakit yang dijelaskan”.

Jadi terbukti dengan adanya *Word Of Mouth (WOM)* pelayanan menjadi cepat terintegrasi dan terealisasi tujuan yang ingin dicapai. Antusias masyarakat dalam mendorong tertib administrasi dengan kepemilikan akta kelahiran dan nantinya akan memberikan dampak kepada inovasi. Program inovasi *“One Day Service”* ini menjadi familiar dan digemari oleh masyarakat yang memberikan paket komplit yaitu administrasi dan kesehatan yang di dapat pada saat anak lahir di rumah sakit.

3.2. Personal Needs

Keperluam yang dibutuhkan seseorang sebagai dasar bagi kesejahteraannya, sehingga faktor ini sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi psikologis, sosial, maupun fisik. Perusahaan maupun instansi memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) masing-masing. Namun, pada dasarnya SOP sendiri pada intinya memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mensejahterakan pelanggan

ataupun masyarakat. Adanya faktor psikologis, sosial, maupun fisik yang dihadapi oleh pelanggan atau pengguna layanan seringkali terdapat segmen yang berbeda-beda. Ketika standar itu dibuat kepada satu segmen saja, maka segmen yang lain tidak akan mendapatkan kepuasan pelanggan. Sehingga perlunya standar yang secara umum dapat merangkul seluruh lapisan segmen. Dengan melakukan pemahaman pengguna layanan, pemerintah sebagai wadah atau jembatan untuk menerapkan strategi kepuasan pelanggan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan, yaitu :

1. *Experience* (pengalaman pelanggan/pengguna layanan)
2. *Communication* (komunikasi)

Kedua faktor di atas memberikan spekulasi bahwa pelanggan atau pengguna layanan memiliki latar belakang yang berbeda-beda sesuai dengan yang dialami. Sehingga tidak ada klaim bahwa pelanggan atau pengguna layanan tidak boleh memilih maupun memberikan keputusan produk atau layanan jasa mana yang akan dipilih.

Jika dikaitkan ke dalam Program inovasi “*One Day Service*” *Personal Needs* yang mempengaruhi pengguna layanan yaitu ekspektasi pengguna layanan yang dibentuk oleh faktor internal konsumen yang menerima inovasi “*One Day Service*”. Sehingga untuk mencapai kesejahteraan publik (masyarakat) dapat memilih akan menggunakan program Program inovasi “*One Day Service*” ini atau tidak. Namun berdasarkan kenyataan di lapangan inovasi ini sangat diminati oleh masyarakat Kabupaten Tabanan. Karena pelayanan yang ditawarkan sangat meminimalisir waktu dan biaya. Kemudian faktor-faktor internal lainnya seperti *Experience* (pengalaman pelanggan/pengguna layanan) yang telah melakukan pembuatan akta kelahiran sebelum adanya inovasi “*One Day Service*” di kantor Disdukcapil memberikan kinerja dua kali dan membutuhkan waktu yang lama karena antrean yang panjang dan tidak bisa diselesaikan dengan satu hari saja karena berkas yang menumpuk. Sehingga inovasi ini memberikan jembatan untuk memudahkan publik. Kemudian faktor *Communication* (komunikasi) yang didapatkan melalui berbagai sumber seperti dari mulut ke mulut, sosial media, dan platform yang tertera. Pada wawancara diatas menjelaskan kekuatan dari mulut ke

mulut sangat berpengaruh pada pengguna layanan. Sehingga antar masyarakat memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi pendataan penduduk yang cepat melalui jasa inovasi “*One Day Service*”.

3.3. *Past Experience*

Past Experience merupakan pelanggan masa lalu meliputi hal-hal yang telah dipelajari dan ditelaah oleh pelanggan dari yang pernah dilalui pada masalah. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring berjalannya waktu semakin banyak informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan atau penerima layanan. Sehingga semua ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan maupun penerima layanan. *Past Experience* bisa memberikan dampak positif dan negatif terhadap pelanggan maupun penerima layanan, dampak positif yang didapatkan pada inovasi “*One Day Service*” ialah memberikan citra dan mekanisme yang lebih baik pada masa lampau, jadi diterapkannya inovasi ini berbasis kerjasama para aktor Pemerintahan dan Rumah Sakit serta penyediaan layanan berupa layanan pengaduan dan berbasis teknologi sehingga lebih cepat dan mudah. Selain itu ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung dapat memberikan dampak positif terhadap berjalannya program karena sebelum inovasi ini dibuat masyarakat awam akan informasi dan tidak taat pada peraturan dan tidak tertib administrasi karena enggan untuk mengurus akta kelahiran.

3.4. *External Communication From Management To Customer*

External Communication ialah strategi yang dilakukan penyediaan layanan untuk menjaga hubungan dengan organisasi atau perusahaan lain serta dapat menarik perhatian publik. Tujuan dilakukannya strategi ini adalah untuk meraih keuntungan bagi perusahaan. Adapun beberapa jenis-jenis komunikasi eksternal, yang pertama *website* merupakan suatu alah yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk maupun layanan jasa. Di dalam *website* tersebut dapat menjadi perantara antara konsumen atau pengguna layanan untuk berkomunikasi dengan pihak luar. Di dalam *website* penyedia layanan dapat membangun dan memasukkan informasi mengenai perusahaan maupun informasi penting di instansi yang memberikan citra yang baik di hadapan publik

(masyarakat). Seperti *website* yang dipajang di instagram pemilik *account coffe, restaurant*, penginapan, portal intansi, penyedia program, dll. Dapat meningkatkan kinerja dalam bentuk penyediaan layanan agar publik mudah mengakses dan mengetahui apa saja prosedurnya. Lalu yang kedua melalui live event, konferensi, maupun seminar. Dengan mudah publik mendapatkan informasi lebih dalam mengenai perusahaan maupun program inovasi apa yang sedang dilakukan oleh pemerintah. Jika dikaitkan dengan *inovasi "One Day Service" live event* yang digunakan ialah dengan cara membuat dalam bentuk sosialisasi ke banjar-banjar atau biasa disebut dengan (Mapengarah) dengan begitu masyarakat setempat dengan mudah mengetahui informasi baru yang didapat dari rapat rutin yang dilakukan di banjar.

4. Kesimpulan

Dari uraian dan pembahasan di atas, memperoleh simpulan sebagai berikut:

- 1) Efektivitas Penerapan One Day Service. Penerapan inovasi *One Day Service* di Desa Jatiluwih Kabupaten Tabanan terbukti efektif dalam meningkatkan kemudahan dan efisiensi layanan administratif, khususnya pembuatan akta kelahiran. Program ini memungkinkan masyarakat, terutama ibu yang baru melahirkan, untuk memperoleh layanan secara cepat, hemat tenaga, dan tanpa biaya, berkat kolaborasi dengan dua rumah sakit yang menyediakan fasilitas pelayanan gratis.
- 2) Peran Transparansi dan Fasilitas dalam Meningkatkan Kualitas Layanan. Keberhasilan program *One Day Service* dapat diukur melalui transparansi dalam alur proses, waktu penyelesaian, pengumpulan persyaratan, dan ketentuan biaya yang gratis. Fasilitas yang memadai serta sistem yang sederhana memainkan peran penting dalam memastikan pelayanan berjalan lancar dan memberikan kepuasan kepada masyarakat pengguna.
- 3) Kontribusi Kepemimpinan Berbasis Kearifan Lokal dalam Mendukung Inovasi . Peran pemimpin berbasis kearifan lokal sangat signifikan dalam mendukung penyebaran informasi melalui *Word of Mouth* (WOM) dan memotivasi partisipasi masyarakat. Strategi ini membantu memastikan bahwa inovasi *One*

Day Service dapat berjalan sesuai target dan memberikan dampak nyata dalam pelayanan publik di tingkat desa.

Daftar Pustaka

- Aheame Michael, Douglas E. Hughes. Niels Schillewaert, 2007. Why Sales Reps Should Welcome Information Technology: Measuring the Impact of CRMbased IT on Sales Effectiveness. *Intern. J. of Research in Marketing* 24 336-349.
- Ahmad, I., Iqbal, S., Kamran, M., & Jamil, S. (2021). A Systematic Literature Review of E-Banking Frauds: Current Scenario and Security Techniques. *Linguistica Antver piensia*, June(2).
- Brown, et al., 2005. Spreading The Words : Investigating Antecedents of Customer's Positive Word of Mouth Intention And Behavior in Retailing Context, *Academy of Marketing Science Journals*, Vol.33, no 2, p.123-138
- Cengiz dan Yayla, 2007. The Effect of Marketing Mix on Positive Word of Mouth Communication: Evidence from Accounting Offices in Turkey, *Journal of Innovative Marketing*, Vol. 3. No. 4, p. 73-82.
- Dye, Renee, The Buz on Buz, *Harvard Business Review*, November/December, 2000, pp. 139- 146
- Effect, T H E et al. 2021. "Word of Mouth Sebagai Pemediasi Pada Publik Kopi the Effect of Facilities on Consumer Purchase Intention." 4328(November): 175-84.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM.*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lunardi, A.G., 1994. *Komunikasi Mengena: Meningkatkan Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi*. Kanisius, Yogyakarta.
- <https://www.kilasbali.com/2019/01/30/one-day-service-disdukcapil-tabanan-rambah-rs-kasih-ibu-dan-klinik-cahya-bunda/> diakses tanggal 27 Juni 2022

<https://www.balitopnews.com/read/2817/disdukcapil-tabanan-buka-layanan-one-day-service-di-rs-kasih-ibu-dan-klinik-cahya-bunda.html> diakses tanggal 27 Juni 2022

Majalah Marketing Mix edisi 22 September - 21 Oktober 2023

Mirzaqon, A., & Purwoko, B. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. Jurnal BK UNESA, 1, 1–8.