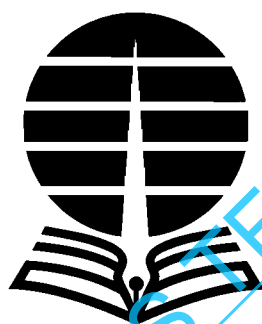


TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**ANALISIS KEPUASAN REKANAN (VENDOR) PENGADAAN
SECARA ELEKTRONIK PADA KANTOR BIRO ADMINISTRASI
PEMBANGUNAN SETDA PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

KARAWAHENI

NIM: 018823698

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2013**

ABSTRAK**Analisis Kepuasan Rekanan (Vendor) Pengadaan Secara Elektronik pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan SETDA Provinsi Kalimantan Tengah (Kasus Pengadaan Secara Elektronik)**

Karawaheni
Universitas Terbuka
karawaheni.yhs@gmail.com

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya fenomena penurunan jumlah vendor dalam pengadaan barang secara elektronik pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan SETDA Provinsi Kalimantan Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan vendor terhadap layanan di instansi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mengambil sampel 40 orang.

Dari hasil analisis disimpulkan 22 faktor yang diajukan adalah valid dan reliabel, karena dengan KMO lebih besar dari 0,60 diatas batas toleransi, yaitu 0,720. Beberapa faktor: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mempunyai angka rata-rata 3 (cukup baik). Hasil analisis pemetaan terutama rasio kesesuaian antara harapan dan fakta yang dirasakan vendor hanya 80% dan paling rendah hanya 40%, meskipun tidak mencapai 100% namun secara rata-rata dikatakan cukup baik. Sedangkan beberapa faktor yang harus diperbaiki karena dianggap tidak memuaskan adalah memberikan layanan sesuai janji, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan, karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan, dan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik.

ABSTRACT**Analysis of Electronic Procurement Vendor Satisfaction at Bureau of Development Administration in Province of Central Kalimantan Secretariat and Administration Office
(Electronic Procurement Case)**

Karawaheni
Universitas Terbuka
karawaheni.yhs@gmail.com

Keywords : Quality Service, Satisfaction, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Physical Evidence .

This research was based on decreasing number of electronic procurement vendors at Bureau of Development Administration in Province of Central Kalimantan Secretariat and Administration Office phenomenon. The research aimed to know vendor's satisfaction to the Bureau's service. This research is using quantitative method and took sample of 40 peoples.

From the analysis this research found that 22 proposed factors are valid and reliable, the KMO greater than 0.60 above the tolerance limit, i.e. 0,720. Some factors: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles have an average figure 3 (pretty good). The results of the mapping suitability analysis especially the ratio is between the expectation; the fact that only 80% felt the vendor and the lowest is only 40% although it does not reach 100% ; but on average the vendor's satisfied with the service. While some factors should be corrected because these are the reason why the vendors are not satisfy are: the promise is to provide appropriate services, provide services at the promised time , the readiness to respond to customer demand , the employee who raised the confidence to customers , and very concerned about the best interests of customers.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN REKANAN (VENDOR) PENGADAAN SECARA ELEKTRONIK PADA KANTOR BIRO ADMINISTRASI PEMBANGUNAN SETDA PROVINSI KALIMANTAN TENGAH " adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Palangka Raya, Desember 2013

Yang menyatakan:



Karawaheni

NIM. 018823698



**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER
(TAPM)**

**JUDUL TAPM : ANALISIS KEPUASAN REKANAN (VENDOR)
PENGADAAN SECARA ELEKTRONIK PADA
KANTOR BIRO ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
SETDA PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**

NAMA : KARAWAHENI

NIM : 018823698

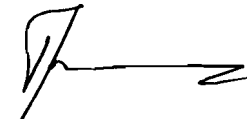
PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN(MM)

Pembimbing I



**Dr. Lelo Sintani, MM
NIP. 19650731 198903 2 001**

Pembimbing II



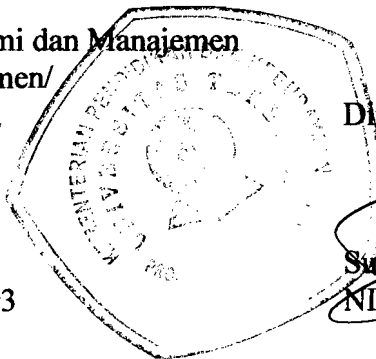
**Dr. Tita Rosita, M.Pd
NIP. 19601003 198601 2 001**

Mengetahui,

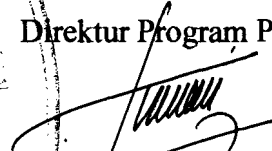
**Ketua Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen
Program Magister Manajemen/
Prog Magister Manajemen,**



**Maya Maria, SE, MM
NIP. 19720501 19903 2 003**



Direktur Program Pascasarjana,



**Suciati, M.Sc., Ph.D.
NIP. 19520213 198503 2 001**

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

PENGESAHAN

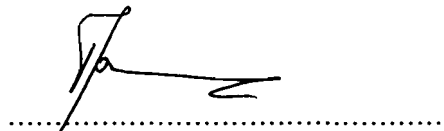
NAMA : KARAWAHENI
 NIM : 018823698
 PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN (MM)/01
 JUDUL TAPM : **ANALISIS KEPUASAN REKANAN (VENDOR)
 PENGADAAN SECARA ELEKTRONIK PADA KANTOR
 BIRO ADMINISTRASI PEMBANGUNAN SETDA
 PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM)
 Program Studi Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada:

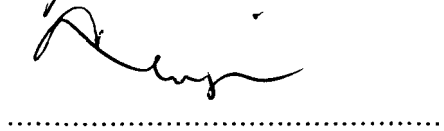
Hari / Tanggal : Minggu, 15 Desember 2013
 Waktu : 09.00-11.00 WIB
 Dan telah dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Panitia Penguji TAPM

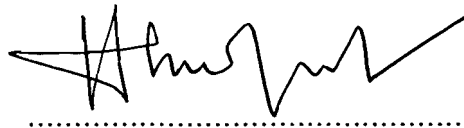
Ketua Komisi Penguji
 Dr. Tita Rosita, M.Pd



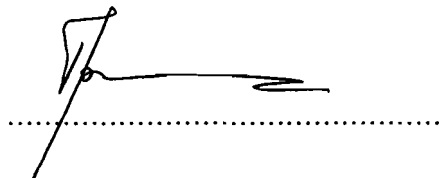
Penguji Ahli :
 Prof. Lincoln Arsyad, Ph.D



Pembimbing I :
 Dr. Lelo Sintani, MM



Pembimbing II :
 Dr. Tita Rosita, M.Pd



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan penyusunan TAPM ini, sangatlah sulit saya bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- (1) Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka,
- (2) Kepala UPBJJ-UT Palangka Raya selaku penyelenggara Program Pascasarjana;
- (3) Pembimbing I Dr. Lelo Sintani, MM dan Pembimbing II Dr. Tita Rosita, M.Pd yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan TAPM ini;
- (4) Ketua Bidang Ilmu/Program Magister Manajemen selaku penanggung jawab program Pascasarjana Magister Manajemen;
- (5) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral;
- (6) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penulisan TAPM ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga TAPM ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Palangka Raya, 26 Desember 2013.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Lampiran	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Konsep Teoritis	7
B. Hasil Penelitian Sebelumnya	43
C. Kerangka Konseptual	45
BAB III. METODE PENELITIAN	47
A. Desain Penelitian	47
B. Populasi dan Sampel Penelitian	47
C. Instrumen Penelitian	49
D. Prosedur Pengambilan atau Pengumpulan Data	52
E. Metode Analisis Data	53
BAB IV. TEMUAN DAN PEMBAHASAN	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran-saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1.1. Jumlah Rekanan (Vendor)	4
Tabel. 2.1. Atribut-atribut Layanan dan Dimensinya	42
Tabel. 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	43
Tabel. 3.1. Dimensi Kualitas Pelayanan	48
Tabel. 3.2. Jadwal Kegiatan Penelitian	51
Tabel. 5.1. Pembentukan LPSE Se-Kalimantan Tengah	76
Tabel. 5.2. Data Produktivitas Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik Pada LPSE Kalimantan Tengah Tahun 2012	78
Tabel. 5.3. Bimbingan Teknis Tentang LPSE Tahun 2012	79
Tabel. 5.4. <i>KMO and Bartlett's Test</i>	82
Tabel. 5.5. <i>Anti Image Correlation</i> Masing-Masing Item Faktor	83
Tabel. 5.6. Usia Vendor	84
Tabel. 5.7. Jenis Kelamin Vendor	85
Tabel. 5.8. Tingkat Pendidikan Vendor	85
Tabel. 5.9. Pekerjaan Vendor	86
Tabel. 5.10. Tingkat Pengeluaran Vendor	86
Tabel. 5.11. Kehandalan Dalam Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	87
Tabel. 5.12. Daya Tanggap Dalam Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	87
Tabel. 5.13. Jaminan Dalam Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	88
Tabel. 5.14. Empati Dalam Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	89
Tabel. 5.15. Bukti Fisik Dalam Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	89
Tabel. 5.16. Rasio Kualitas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	91
Tabel. 5.17. Posisi Kepuasan Vendor Atas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1. Tahapan Proses Keputusan Pembelian Konsumen	9
Gambar. 2.2. Model Pengambilan Keputusan Dalam Pertukaran	10
Gambar. 2.3. Model Terperinci dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku	12
Gambar. 2.4. Tahapan Daur Hidup Keluarga	16
Gambar. 2.5. Konsep Harapan dan Kepuasan Pelanggan	29
Gambar. 2.6. Model Kualitas Jasa (<i>Gap Model</i>)	32
Gambar. 2.7. Kerangka Konseptual Kualitas Pelayanan Publik	45
Gambar. 3.1. Diagram Sarang Laba-Laba (<i>Chart Semantic Differential</i>) Atribut Kepuasan Rekanan (Vendor)	54
Gambar. 5.1. Struktur Organisasi Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah	69
Gambar. 5.2. Kepuasan Vendor Atas Pelayanan Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Uji Validitas Dan Reliabilitas Kepentingan rekanan (vendor)	103
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Try Out	105
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	107
Lampiran 4. Kuesioner Kualitas Pelayanan	110
Lampiran 5. Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan	112
Lampiran 6. Data Rekapitulasi	116

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Masalah kualitas pelayanan publik bagi pegawai pemerintahan sudah menjadi isu strategis dalam pembangunan. Masalah kualitas pelayanan publik merupakan hak bagi masyarakat untuk menerima pelayanan yang lebih baik. Disamping itu diharapkan adanya kesempatan masyarakat untuk berpartisipasi dalam memperbaiki kinerja birokrasi pemerintah yang semakin terbuka.

Seiring dengan perkembangan jaman yang mengarahkan pada keterbukaan, mondial dan demokratis, maka paradigma lama penyelenggaraan pemerintahan yang lebih baik mengandalkan kewenangan dengan mengabaikan aspek kualitas dan kuantitas pelayanan, sudah selayaknya ditinggalkan. Paradigma baru tersebut secara nyata sesuai dengan filosofi dasar atau masyarakat demokratis yakni bahwa Kedaulatan Berada Di Tangan Rakyat, bukan berada di tangan penguasa (Wasistiono, 2003).

Menurut Dwiyanto, *et.al.*, (2006) kemampuan dari suatu sistem pelayanan publik dalam merespon dinamika yang terjadi didalam masyarakatnya secara tepat dan efisien akan sangat ditentukan oleh birokrasi pada tingkat bawah yang langsung berhubungan dengan masyarakat, selama ini pelayanan tidak lagi berorientasi pada kepentingan masyarakat dengan tuntutan perubahannya, dan ia akan berubah sesuai kepentingan penguasa. Disamping itu

praktek monopoli semakin jelas membuat masyarakat peminta jasa pelayanan publik tidak mampu berbuat banyak dan cenderung menerima apa adanya.

Selanjutnya menurut Dwiyanto, *et.al.*, (2006) sekarang ini terjadi krisis kepercayaan terhadap birokrasi dalam sistem penyelenggaraan pelayanan publik, hal ini disebabkan berbagai macam kegagalan kebijakan yang telah diterapkan pemerintah, diantaranya : 1). Dari segi riset dan pengembangan, kurangnya pelaksanaan penelitian kebijakan guna pengembangan peranan atau fungsi, sehingga struktur organisasi dengan unit kerjanya tidak pernah berubah yang seharusnya sesuai dengan kebutuhan dan perubahan lapangan dan berdasarkan kebutuhan masyarakat yang dilayani sebagai sumber aspirasi, 2). Dari segi minat, kurangnya usaha aparat birokrat untuk memposisikan atau menempatkan masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai sumber aspirasi dari bawah akibatnya birokrasi pemerintah menjadi kaku, 3). Dari segi motivasi, belum tingginya kesadaran aparat birokrat untuk memberikan pelayanan dengan baik kepada masyarakat, 4). Dari segi teknis, tidak adanya ukuran kinerja yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat, 5). Dari segi masyarakat sendiri, lemahnya posisi masyarakat karena birokrasi pemerintah bersifat monopoli, sehingga masyarakat cenderung menerima apa adanya.

Rendahnya tingkat responsivitas aparat birokrasi dan masyarakat sesuai pendapat dari (Dwiyanto, *et.al.*, 2006) : 1). Terdapat tidaknya keluhan dari pengguna jasa selama waktu tahun terakhir, 2). Sikap aparat birokrasi dalam merespon keluhan dari pengguna jasa, 3). Penggunaan keluhan dari pengguna

jasa sebagai referensi bagi perbaikan penyelenggaraan pelayanan pada masa yang akan datang, 4). Berbagai tindakan aparat birokrasi untuk memberikan kepuasan pelayanan kepada pengguna jasa, 5). Penempatan pengguna jasa oleh aparat birokrasi dalam sistem pelayanan yang berlaku.

Demikian halnya dengan Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah dalam kasus pengadaan secara elektronik. Sebagai lembaga pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat, maka perannya dalam pembangunan sangat diharapkan untuk lebih aktif dan lebih baik lagi. Ada beberapa harapan yang dapat diperoleh oleh instansi pemerintah yang bersangkutan, diantaranya : 1). Masyarakat yang puas cenderung bersedia kembali untuk meminta jasa pelayanan sehingga program pemerintah menjadi lebih berdaya guna, 2). Masyarakat yang puas cenderung akan merekomendasikan kepada masyarakat (orang) lain untuk melakukan atau meminta pelayanan, 3). Citra dan reputasi instansi pemerintah yang menyelenggarakan jasa pelayanan publik akan lebih baik.

Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah, telah melaksanakan pengadaan pelelangan secara elektronik secara umum dan terbuka, dan meskipun hanya sebagai fasilitator dan koordinator terhadap instansi pemerintah (terkait) dalam penyelenggaraan pelayanan yang dilaksanakan oleh masing-masing instansi (dinas) agar terjadi sinergik timbal-balik antara dinas dan rekanan. Adapun jumlah rekanan (vendor) sejak tahun 2010 sampai 2012 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Rekanan (Vendor)

2010	4.102	456
2011	3.982	512
2012	3.823	593
Rata-rata	3.969	520

Sumber : Data sekunder (arsip), tahun 2010-2013.

Berdasarkan data diatas selama 3 (tiga) tahun ini dimana jumlah rata-rata mencapai 3.969 rekanan dengan rata-rata mencapai 520 paket. Melihat ada kecenderungan penurunan jumlah rekanan (vendor) dari tahun 2010 sampai 2013 maka perlu dievaluasi kualitas pelayanan yang telah diberikan selama ini, mengingat Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah berkepentingan terhadap kepuasan rekanan (vendor), dengan kepuasan rekanan (vendor) maka diharapkan ada timbal-balik bagi kelancaran kegiatan.

Men-PAN nomor : Kep/25/M.PAN/2/2004 telah memberikan pedoman dan pengukuran sebanyak 14 faktor tentang kualitas pelayanan publik. Meskipun kualitas ke 14 dimensi pelayanan tersebut tidak berhubungan secara langsung, namun bersifat saling melengkapi. Ke 14 dimensi tersebut adalah prosedur pelayanan, persyaratan pelayanan, kejelasan petugas pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan, tanggung jawab petugas pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, kecepatan pelayanan, keadilan mendapatkan pelayanan, kesopanan dan keramahan petugas, kewajaran biaya pelayanan, kepastian biaya pelayanan, kepastian jadwal pelayanan, kenyamanan lingkungan, dan keamanan pelayanan. Disamping itu menurut Parasuraman *et*,

al., 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007) tentang kualitas pelayanan (*Servqual*) terdiri dari 5 (lima) aspek, yaitu : 1). Keandalan pemberi pelayanan (*reliability*), 2). Ketanggapan pemberi pelayanan (*responsiveness*), 3). Keyakinan atau kepercayaan penampilan pemberi pelayanan (*assurance*), 4). Tingkat perhatian pemberi pelayanan (*empathy*), dan 5). Sarana dan fasilitas atau kebendaan yang berwujud lainnya (*tangible*).

Oleh karena itu, ke 5 (lima) dimensi tersebut merupakan penentu kualitas pelayanan (*Servqual*), dan kualitas pelayanan (*Servqual*) adalah penentu kepuasan pelanggan. Artinya, jika ke 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan (*expected*) masyarakat maka masyarakat pengguna jasa pelayanan akan mendapatkan kepuasan, demikian pula Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : Bagaimanakah Kepuasan Rekanan (Vendor) Pengadaan Secara Elektronik Pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisis kepuasan rekanan (vendor) pengadaan secara elektronik pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait baik dalam dunia teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan teoritis tentang pelayanan publik dari ke 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini merupakan bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pengambil keputusan pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah (Kasus Pengadaan Secara Elektronik) dalam upaya memperbaiki kualitas pelayanan publik.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Teoritis

1.a Pengertian Perilaku Konsumen

Swastha DH., (1998) perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Menurut Swastha DH., dan Irawan. (2003) perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Loudon dan Dellabitta. (1987) perilaku konsumen adalah sebagai proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang dilakukan oleh individu-individu dalam mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan atau tidak menggunakan barang-barang dan jasa tersebut. Ada dua hal yang penting dari definisi perilaku konsumen tersebut, yaitu : 1) Proses pengambilan keputusan, dan 2) Kegiatan fisik dalam usaha menilai memperoleh dan menggunakan barang serta jasa ekonomi. Setiap individu memiliki perilaku yang berbeda dalam memenuhi keinginan kebutuhannya.

Sedangkan menurut Engel, James F., (1994) perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan dari individu-individu yang secara langsung terlibat dalam

mendapatkan serta mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen terbagi atas dua bagian :

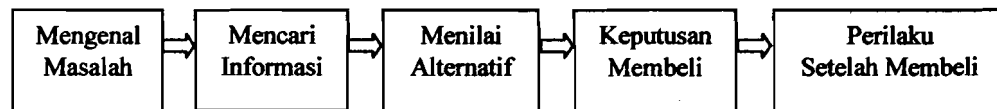
- 1) Perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk kedalamnya adalah jumlah pembeli, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan sebagainya.
- 2) Perilaku yang tak tampak, variabel-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Kotler (2000) menyatakan bahwa:

Perilaku adalah output atau hasil dari rangsangan-rangsangan (stimuli) yang merupakan input dalam mempengaruhi kegiatan manusia. Perilaku merupakan kegiatan atau perbuatan dan bukan pembawaan lahir, konsumen dalam setiap kali melakukan pembelian. Pada dasarnya orang menanggapi berbagai macam pengaruh atau kekuatan, yang kadang-kadang tidak sepenuhnya disadari. Kesiediaan membeli tidak hanya ditetapkan oleh faktor pendapatan ataupun aspek-aspek kegunaan dari barang dan jasa. Kesiediaan membeli akan dipengaruhi oleh faktor pengalaman nyata ataupun harapan. Kecenderungan permintaan di pasar biasanya akan berubah bila faktor-faktor psikologis dan sosiologis berubah. Arah perubahan tersebut ditentukan oleh perkembangan lingkungan sosial, politik dan teknologi.

Kotler (2000) menggambarkan proses pengambilan keputusan seperti di bawah ini.

Gambar. 2.1
Tahapan Proses Keputusan Pembelian Konsumen



Sumber : Kotler (2000).

- 1) Pengenalan masalah, setiap orang dalam keputusan pembelian selalu didasari oleh adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Artinya sebelum mencari informasi orang sudah tahu kebutuhan atau atribut apa yang ingin dipenuhi terutama yang berhubungan kualitas, model, harga dan kemampuan membeli.
- 2) Mencari informasi, berhubungan kebutuhan akan produk dengan atributnya yang ingin dipenuhi maka orang akan mencari informasi, terutama tentang kualitas, harga, jenis atau model, tempat, siapa penjualnya, bagaimana cara pembayaran dan pelayanannya, dan sebagainya.
- 3) Menilai alternatif, adanya berbagai informasi yang didapat maka orang akan melakukan kegiatan menilai atau mengevaluasi dan mempertimbangkan dari berbagai alternatif (misalnya, kualitas, harga, model serta pelayanan).
- 4) Keputusan membeli, adanya pilihan yang dianggap unggul dari berbagai alternatif maka kegiatan selanjutnya adalah melaksanakan pembelian, atau tidak.

- 5) Perilaku setelah membeli, jika apa yang diharapkan relatif dapat dipenuhi dari hasil tindakan pembelian tersebut maka orang akan merasakan kepuasan.

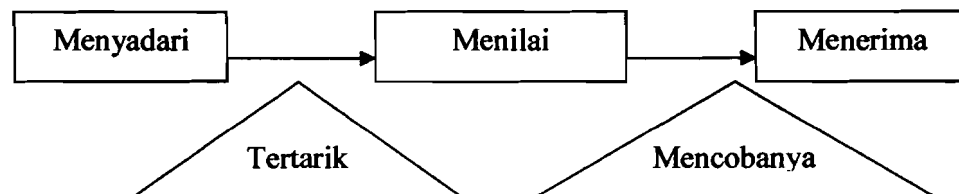
Menurut Swastha DH., Basu (1998) menyatakan bahwa:

Seorang pemasar penting untuk memahami perilaku konsumen atau memahami alasan mengapa orang membeli produk tertentu (*product buying motive*) atau membeli pada penjual tertentu (*patronage motive*), dengan pemahaman tersebut maka dapat dirumuskan strategi pemasaran dalam berbagai bentuk kebijakan.

Kotler (2000) menyatakan bahwa:

“Ada sebuah pepatah lama di Spanyol; Untuk menjadi seorang matador, anda pertama-tama harus belajar menjadi banteng” (Anonim). Anda tidak akan pernah memahami seseorang sampai anda memandang hal-hal dari sudut pandangnya-sampai anda menyusup ke dalam kulitnya dan berkeliling didalamnya (Atticus Finch-Harper Lee).

Gambar. 2.2
Model Pengambilan Keputusan Dalam Pertukaran



Sumber : Swastha DH., Basu (1998).

2.a Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Soetijo (1985) mengajukan konsep untuk memahami perilaku konsumen dalam keputusan membeli melalui dua istilah yaitu psikologis dan sosiologis.

1) Psikologis

Tiga macam faktor psikologis yang banyak diterapkan dalam tingkah laku para konsumen dalam membeli maupun tingkah laku umum orang adalah :

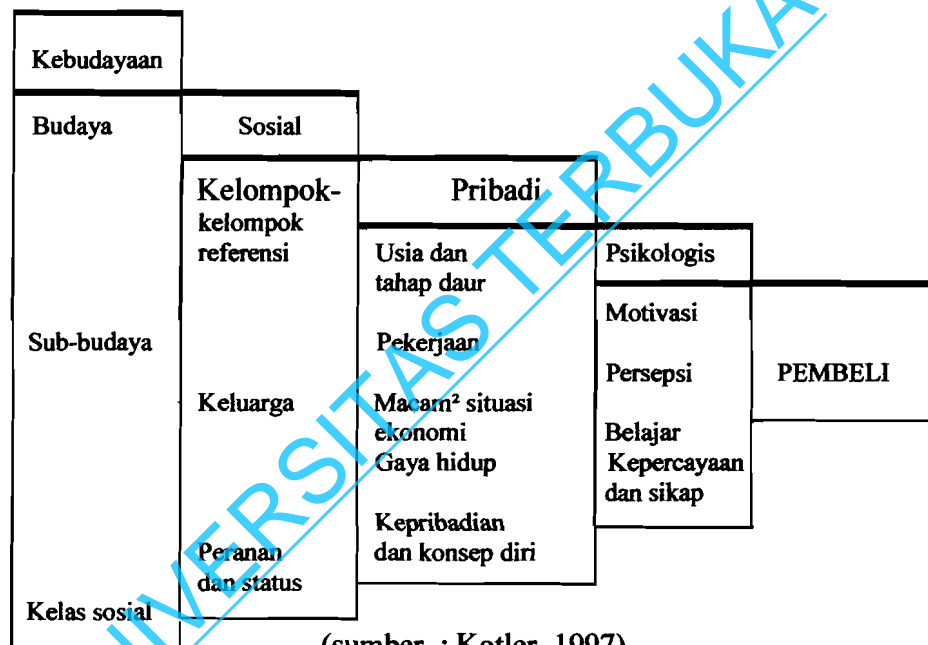
- a) Motivasi adalah proses dorongan yang menyebabkan tingkah laku meskipun tidak memberikan arah yang setepat – tepatnya dari tingkah laku tersebut.
- b) Persepsi adalah interpretasi dari sensasi, adalah proses yang menjurus kepada tingkah laku.
- c) Belajar memegang peranan penting dari tingkah laku terutama bagi yang baru membeli. Karena membeli merupakan tindakan bebas konsumen.

2) Sosiologi

Manusia cenderung berkumpul dan berkelompok, dapat berbentuk formal maupun informal serta dapat meliputi perkumpulan antar tetangga, perkumpulan usaha, sosial kebudayaan dan sebagainya. Menurut Kotler (1997) model yang lebih terperinci dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

konsumen, diantaranya; kebudayaan, sosial, keadaan pribadi, dan psikologis. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar. 2.3
Model Terperinci dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku



(1) Faktor-Faktor Ekternal

(a) Kebudayaan (*Culture*)

Stanton mendefinisikan kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan oleh generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada (Swastha DH., dan Irawan 2003). Perilaku konsumen juga ditentukan kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan

dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar. Jadi, cara hidup, kebiasaan dan tradisi sangat menentukan perilaku konsumen, misalnya cara hidup bersih maka perilaku dalam membelanjakan pendapatan cenderung pada hal-hal yang berorientasi pada produk kebersihan dan kesehatan.

(b) Sub budaya (*Sub Culture*)

Budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub budaya membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Jadi, sub budaya juga mempengaruhi perilaku konsumen, misalnya kelompok remaja maka cenderung untuk menghabiskan uangnya berbelanja pada busana, makan-makanan, dan rekreasi.

(c) Kelas Sosial (*Social Class*)

Lapisan masyarakat ditentukan terhadap suatu yang berharga menurut penilaian masyarakat tersebut. Semakin banyaknya penilaian terhadap suatu yang berharga, maka semakin tinggi pula kelas sosialnya, dan sebaliknya sehingga timbul lapisan atas dan lapisan bawah.

Kelas sosial mempunyai karakteristik, yaitu :

- 1 Orang-orang digolongkan kedalam posisi cenderung bertingkah laku sama.
- 2 Orang-orang digolongkan kedalam posisi paling bawah atau paling atas sesuai dengan kelas mereka.
- 3 Kelas sosial tidak ditunjukkan oleh suatu variabel saja, tetapi diukur oleh suatu fungsi tertimbang dari jabatan seseorang, pendapatan, kemakmuran, pendidikan dan sebagainya.
- 4 Setiap individu dapat pindah dari kelas sosial ke kelas sosial lainnya yang lebih tinggi atau turun ke kelas yang lebih rendah.

Perusahaan dapat melaksanakan program pemasaran yang sesuai dengan perilaku kelompok sosial, sehingga tujuan dapat tercapai dengan lebih efisien dan efektif. Swastha DH dan Irawan. (2003) menyimpulkan kedalam tiga golongan, yaitu :

- a Golongan atas, yang termasuk dalam kelas ini adalah : Pengusaha, pengusaha tinggi, pejabat tinggi.
- b Golongan menengah, yang termasuk dalam kelas ini adalah : karyawan instansi, pemerintah, pengusaha menengah.
- c Golongan rendah, yang termasuk dalam kelas ini adalah : buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak dan pedagang kecil.

Pembagian masyarakat kedalam tiga golongan di atas bersifat relatif, karena sulit untuk dikuantitatifkan secara pasti.

(d) Kelompok-kelompok sosial dan Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok ini merupakan kelompok dimana orang ingin menjadi anggota atau orang ingin mengidentifikasi dirinya. Kelompok ini mempunyai kemampuan menjadi pelopor opini yang dapat mempengaruhi dalam membeli.

(e) Keluarga

Anggota keluarga dapat menanamkan suatu pengaruh yang kuat pada perilaku pembeli. Menurut Swastha DH., (1998) peranan anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda, menurut macam barang yang dibeli. Oleh karena itu perlu diketahui semua manajer pemasaran siapa anggota keluarga yang bertindak sebagai;

1. Pengambil inisiatif (*Initiator*), adalah seseorang yang mempunyai ide pertama kali untuk membeli.
2. Orang yang mempengaruhi (*Influencer*), adalah seseorang yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk membeli.
3. Pembuat keputusan (*Decider*), adalah seseorang yang mengambil keputusan untuk membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana pembeliannya, kapan dan dimana membelinya.
4. Pembeli (*Buyer*), adalah orang yang melakukan transaksi pembelian yang sesungguhnya.

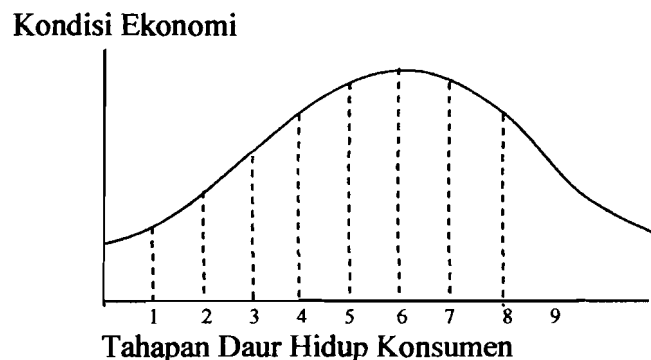
- 5 User, adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk
- 6 Pemberi persetujuan (*Approvers*), adalah orang yang memotorisasi pembelian,
- 7 Penjaga gerbang (*Gatekeepers*), adalah orang yang mempunyai kekuasaan untuk menghalang-halangi penjual.

Peran yang dilakukan oleh anggota keluarga dapat berubah-ubah, suatu saat berperan sebagai pengambilan inisiatif, pada saat yang lain berperan sebagai penentu dalam membuat keputusan untuk membeli.

(f) Usia dan Tahap Daur Hidup

Orang membeli suatu barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya, sesuai dengan perubahan usia. Setiap perubahan usia selalu merubah nilai, pendidikan, pengetahuan dan pengalaman, serta lingkungan sehingga merubah persepsi.

Gambar. 2.4
Tahapan Daur Hidup Keluarga



- Tahap *single*, pendapatan relatif rendah, sebagian digunakan untuk membeli mobil peralatan dasar dan perabotan untuk tempat tinggal, cenderung mengikuti mode serta berorientasi pada rekreasi, menghabiskan sebagian besar pendapatan untuk busana, makan diluar rumah, liburan serta jasa lainnya.
- Pasangan baru menikah, pasangan baru menikah tanpa anak biasanya lebih kaya secara finansial dari sebelumnya. Keluarga pada tahap ini juga membelanjakan sebagian besar dari pendapatan mereka untuk mobil, busana, liburan, dan kegiatan waktu senggang lainnya. Mereka mempunyai angka pembelian yang tinggi untuk barang-barang tahan lama, khusus perabot dan peralatan rumah tangga dan barang mahal lainnya, dan nampaknya lebih rentan terhadap iklan.
- Sarang lengkap I (*Full Nest I*), dengan datangnya anak pertama yang mengubah cara keluarga membelanjakan pendapatannya, membeli perabot dan perlengkapan untuk anak, membeli mesin cuci, dan barang pemeliharaan rumah, makanan bayi, obat-obatan, dan mengurangi tabungan keluarga.
- Sarang lengkap II (*Full Nest II*), pada tahap ini anak terkecil berusia enam tahun atau lebih, pendapatan suami membaik, posisi keuangan biasanya meningkat. Pola konsumsi sangat dipengaruhi oleh anak-anak karena keluarga cenderung membeli makanan dan

suplai untuk kebersihan dalam kemasan berukuran lebih besar, sepeda, piano, dan pelajaran musik.

- Sarang lengkap III (*Full Nest III*), sementara keluarga bertambah tua, posisi keuangan biasanya terus membaik, dan anak-anak mendapatkan uang dari pekerjaan sambilan. Keluarga pada umumnya mengganti beberapa bagian perabot, membeli satu mobil lagi, membeli beberapa peralatan mewah, dan membelanjakan banyak uang untuk pelayanan kesehatan dan pendidikan untuk anak-anak.
- Sarang kosong I (*Empty Nest I*), pada tahap ini keluarga paling puas dengan posisi keuangan mereka dan jumlah uang ditabung karena pendapatan terus bertambah, dan anak-anak sudah meninggalkan rumah dan tidak lagi bergantung pada orang tua dalam hal keuangan. Pasangan tersebut kerap membuat perbaikan rumah, membeli barang mewah, dan membelanjakan proporsi yang lebih besar dari pendapatan mereka untuk liburan dan rekreasi.
- Sarang kosong II (*Empty Nest II*), pada waktu ini kepala rumah tangga sudah pensiun sehingga pasangan tersebut biasanya menderita penurunan nyata dalam pendapatan. Pengeluaran lebih berorientasi pada kesehatan, produk perawatan medis yang

membantu kesehatan, tidur dan barangkali dengan rumah yang lebih kecil.

- Orang yang bertahan sendiri (*Solitary Survivor*), bila masih bekerja orang yang bertahan ini masih menikmati pendapatan yang besar. Mereka mungkin menjual rumah mereka, biasanya membelanjakan uang lebih banyak untuk liburan, rekreasi, dan jenis produk serta jasa yang berorientasi kesehatan.
- Orang yang bertahan sendiri dan sudah pensiun (*Retired Solitary Survivor*), Orang yang bertahan sendiri dan sudah pensiun mengikuti pola konsumsi umum yang sama kecuali pada skala yang lebih rendah karena penurunan pendapatan. Selain itu, individu ini mempunyai kebutuhan khusus akan perhatian, kasih sayang, dan keamanan (Engel, James F., 1994).

(g) Peranan dan Status

Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok selalu mempunyai peranan dan status. Misalnya status pimpinan dalam keluarga sudah pasti dipegang oleh seorang laki-laki, dan ia mempunyai peranan sebagai suami atau ayah dari anak-anaknya. Oleh karena itu, perilaku pembelian sangat dipengaruhi oleh pemegang peranan dan status pimpinan, peranan dominannya sering pada posisi yang mempengaruhi (*influencer*), pengambil keputusan (*decider*), dan yang membayar (*buyer*).

(2) Faktor-faktor Internal

(a) Motivasi

Kotler (1997) menjelaskan tentang motivasi dengan menguraikan seseorang melakukan pembelian komputer; “Larry Brown menaruh minat untuk membeli sebuah komputer”. Mengapa demikian? Apa yang sebenarnya dia cari? Kebutuhan apakah yang dia coba puaskan? Seseorang mempunyai beberapa kebutuhan pada suatu waktu. Beberapa diantara kebutuhan itu adalah *Biogenic*, yakni muncul dari ketegangan fisiologis seperti lapar, dahaga, tidak nyaman. Kebutuhan lain adalah *psychogenic*, yaitu muncul dari ketegangan psikologis seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau merasa diterima lingkungan.

Motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar supaya mencari pemuasan terhadap kebutuhan itu. Motivasi adalah proses dorongan yang menyebabkan tingkah laku, meskipun tidak memberikan arah yang setepat-tepatnya dari tingkah laku tersebut (Soetijo,Siswanto, 1985).

(b) Persepsi

Bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu adalah dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya. Dua orang yang mengalami keadaan dorongan yang sama dan tujuan

situasi yang sama mungkin akan berbuat sesuatu yang agak berbeda karena mereka menanggapi situasi berbeda pula. Persepsi dapat dirumuskan sebagai "proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia" (Kotler, 1997).

(c) Pembelajaran (*Learning*)

Sewaktu orang berbuat, mereka belajar. Belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang individu yang bersumber dari pengalaman. Kebanyakan perilaku manusia diperoleh dengan dipelajari. Katakanlah Larry membeli sebuah komputer dan memilih IBM. Jika pengalamannya ini memperoleh ganjaran maka dia akan memakai komputer itu terus menerus.

(d) Kepercayaan dan sikap

Melalui perbuatan dan belajar, orang memperoleh kepercayaan dan sikap. Suatu kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Sebuah sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan (Kotler, 1997).

Sikap adalah suatu kecenderungan yang harus dipelajari untuk beraksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsisten. Ada suatu kecenderungan menganggap bahwa sikap itu merupakan faktor yang tepat untuk meramalkan perilaku yang akan datang. Jadi dengan mempelajari sikap seseorang diharapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukan. Namun saat ini para ahli masih belum menemukan korelasi yang kuat antara sikap dengan tingkah laku.

Kepercayaan adalah sebuah gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Kepercayaan bisa berdasarkan pengetahuan, mendapat atau sekedar percaya. Para produsen sangat tertarik untuk mengetahui kepercayaan yang dimiliki orang terhadap produk dan pelayanan mereka. Kepercayaan ini membentuk citra produk dan merek dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Jadi suatu perusahaan akan lebih baik bila menyelesaikan produknya terhadap sikap-sikap dan kepercayaan yang sudah ada, daripada berusaha mengubah sikap dan kepercayaan yang sudah ada.

(e) **Gambaran Pribadi**

Konsumen selalu membentuk gambaran atau kesan tertentu terhadap barang, toko, harga maupun iklan tertentu. Secara langsung gambaran atau kesan tersebut akan mempengaruhi sikap atau tingkah laku mereka dalam pembelian. Kesan terhadap barang dapat juga

timbul dari organisasi pemasaran barang. Penjualan obral dapat menimbulkan kesan barang murahan atau barang rongsokan. Yang dimaksud dengan konsep gambaran pribadi adalah pandangan setiap orang atas dirinya sendiri, bagaimana persepsinya terhadap dirinya. Demikian juga kemampuan barang atau jasa, program promosi yang menunjangnya serta program pemasaran lainnya, untuk menimbulkan gambaran atau kesan baik bila konsumen memiliki barang atau jasa tersebut, akan dapat memperbesar penjualan barang atau jasa tersebut. Konsep diri didefinisikan, sebagai individu yang diterima oleh individu itu sendiri dari dalam kerangka kehidupan dalam suatu masyarakat yang menentukan (Swastha, DH., 1998).

Manusia membeli barang atau jasa bukan semata-mata karena barang atau jasa tersebut praktis berguna, melainkan karena memberikan arti tertentu kepada pembelinya. Misalnya mobil Rolls-Royce dapat merupakan simbol kehormatan. Karena kebanyakan orang tidak memiliki status sosial yang diperoleh karena keturunan, maka mereka mencoba mendapatkan status tersebut dengan cara membeli barang atau jasa yang dapat menjadi simbol status sosial tersebut (Soetijo, Siswanto 1985). Adapun variabel-variabel yang dapat mencerminkan kepribadian seseorang adalah :

- 1 Aktivitas
- 2 Minat

3 Opini

1.c Manfaat Memahami Motivasi Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Kotler (1997) bahwa keuntungan dengan memahami motivasi keputusan pembelian konsumen, antara lain :

- 1) Membantu mengidentifikasi dan mengembangkan kebutuhan konsumen, kebutuhan apa yang ingin dipenuhi oleh konsumen dengan membeli pada penjual tertentu? Dengan mengetahui kebutuhan ini maka program pemasaran yang sesuai dapat dikembangkan oleh perusahaan.
- 2) Membantu mengidentifikasi produk dan pelayanannya sebagai obyek sasaran konsumen.

1.d Pengertian Jasa (*Service*)

Produk mempunyai dua makna, yaitu barang (*goods*) dan jasa (*service*). Jasa atau servis (*service*) lebih diartikan pelayanan, yaitu suatu interaksi yang diberikan kepada pelanggan (pemakai jasa) baik langsung melalui fisik personal maupun tidak langsung melalui sarana dan fasilitas pendukung.

Menurut Kotler., (2003) jasa adalah aktivitas atau manfaat apapun yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller, (2007) jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Industri jasa disektor pemerintah meliputi pengadilan, pelayanan ketenagakerjaan, rumah sakit, militer, kepolisian, kantor pos, lembaga pemberi pinjaman. Disektor nirlaba swasta meliputi museum, badan amal, rumah ibadah, perguruan tinggi dan yayasan. Disektor bisnis meliputi perusahaan asuransi, firma hukum, konsultan, praktik kedokteran dan perusahaan real estate. Disektor produksi seperti akuntan dan operator komputer. Disektor eceran seperti kasir, pegawai dan petugas layanan pelanggan.

Menurut Gitosudarmo (1994), jasa adalah produk yang tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Swastha DH dan Irawan, (2003), jasa adalah barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual dipasar melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan, kalau barang diproduksi, maka jasa dilaksanakan. Jadi, kualitas dari suatu produk tidak kentara (jasa) diturunkan dari pelaksanaan atau hasil kerjanya, bukannya dari karakteristik secara fisik. Sedangkan menurut Ahyari (1985), hasil dari kegiatan produksi, tidak mempunyai wujud tertentu, tidak ada mempunyai sifat fisika dan kimia tertentu, serta tidak ada waktu antara proses produksi dan pemakaian.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jasa (*service*) adalah pelayanan yang diberikan sebuah lembaga atau perusahaan kepada pelanggannya yang sifatnya tidak berbentuk atau berwujud (*intangible*), dan

kualitasnya langsung dapat dirasakan oleh pelanggan (penerima jasa), baik secara langsung melalui fisik personal maupun dukungan sarana dan fasilitas yang digunakan, serta prosedur yang membentuk kecepatan dan ketepatan pelayanan.

1.e Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah ukuran-ukuran kepuasan yang ditetapkan oleh pelanggan. Jadi kualitas jasa bukannya lembaga atau perusahaan yang menentukannya, melainkan pelanggan karena menyangkut kesediaan pelanggan untuk menerima jasa tersebut. Menurut Goetsh dan Davis, 1994 (dalam Tjiptono, 2000); kualitas jasa merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Lovelock, 1988 (dalam Tjiptono, 2000), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler, (1994) citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Menurut Swastha DH dan Irawan (2003), Dalam manajemen pemasaran jasa, nampaknya sarana dan fasilitas produksi dan pelayanan, serta pelaksana jasa lebih dominan dalam menentukan kualitas produk jasa. Kualitas jasa diturunkan dari pelaksanaan

atau hasil kerjanya, bukannya dari karakteristik secara fisik. Banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa menyadari bahwa pelayanan (*service*) memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen (pemakai jasa). Kotler (2003), dalam pemasaran produk, mutu produk sering hanya sedikit dinilai dari cara produk diperoleh, sedangkan dalam pemasaran jasa mutu jasa tergantung pada penyampaian jasa dan mutu penyampaian terutama dalam jasa profesional. Pelanggan menilai mutu jasa bukan hanya pada mutu teknis (mutu yang baku/standar) tapi juga mutu fungsional yaitu menunjukkan perhatian dan empati. Sedangkan Gasparcz (2005) mendefinisikan kualitas secara konvensional dan strategis, definisi konvensional kualitas adalah menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa yang termasuk membentuk kualitas jasa (mutu pelayanan) adalah manusia, proses serta faktor fisik seperti sarana dan fasilitas yang membentuk lingkungan yang nyaman dan aman. Mutu pelayanan (kualitas jasa) diukur berdasarkan sudut pandang pelanggan, bukannya lembaga atau perusahaan yang memberikan jasa.

1.f Konsep Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2000) apapun bentuk pelaksanaan dalam konsep jasa pelayanan, maka akan lebih efektif jika melibatkan konsumen. Oleh karena itu

ada hal yang terpenting sebagai faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu :

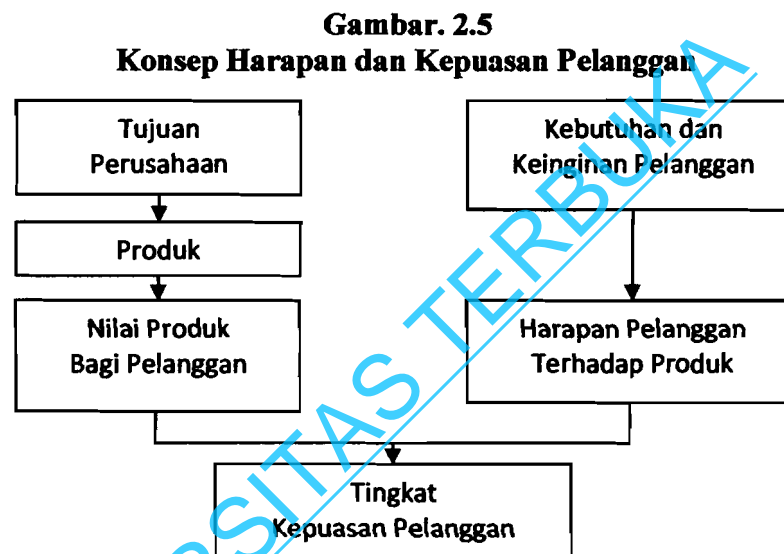
- 1) *Expected service* (pelayanan yang diharapkan) dan
- 2) *Perceived service* (diterima dan dirasakan).

Jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Jadi kualitas jasa sangat tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pelanggan dalam menentukan kualitas jasa selalu membandingkan antara apa yang diharapkan didapat dari pelayanan tersebut, dan apa yang dirasakan. Hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan tersebut, maka munculah yang disebut persepsi kepuasan. Menurut Engel, James F., (1993) menyatakan bahwa konsumen setelah melakukan pembelian akan melakukan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan keadaan sesungguhnya setelah melakukan pembelian. Apabila harapan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Menurut Olson dan Dover, 1993 (dalam Tjiptono, 2000), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja kesepakatan. Sedangkan menurut Kotler (1994); kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Menurut Umar (2000), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

Seorang konsumen jika merasa puas dengan nilai yang diberikan terhadap produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.



Sumber : Tjiptono, 2000.

1.g Model Pengukuran Kualitas Jasa

Banyak model yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kualitas jasa. Namun menurut para ahlinya pemilihan terhadap suatu model tergantung pada tujuan analisis, jenis perusahaan, dan situasi pasar. Tentunya setiap model melihat dari dimensi yang berbeda-beda, sehingga kesimpulan pun akan berbeda-beda. Edvardsson, 1994 (dalam Tjiptono, 2000) mengelompokkan model-model kedalam tiga kelompok utama yaitu :

- 1) *Customer-perceived quality*

2) *The processes in the creation of the service, dan*

3) *The whole service (system models)*

Parasuraman, *et.al.*, 1994 (dalam Tjiptono, 2000), mengembangkan gap model, dengan melakukan penelitian mengenai *customer-perceived quality*, mereka mengidentifikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

a) Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Pada kenyataannya pihak manajemen tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung/sekunder yang diinginkan konsumen.

b) Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan :

(1) Tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa,

(2) Kekurangan sumber daya, atau

(3) Karena adanya kelebihan permintaan.

c) Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Ada beberapa penyebab, misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugas), beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi

standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Selain itu mungkin pula karyawan dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain, misalnya para juru rawat diharuskan meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluhan atau masalah pasien, tetapi disisi lain mereka juga harus melayani para pasien dengan cepat.

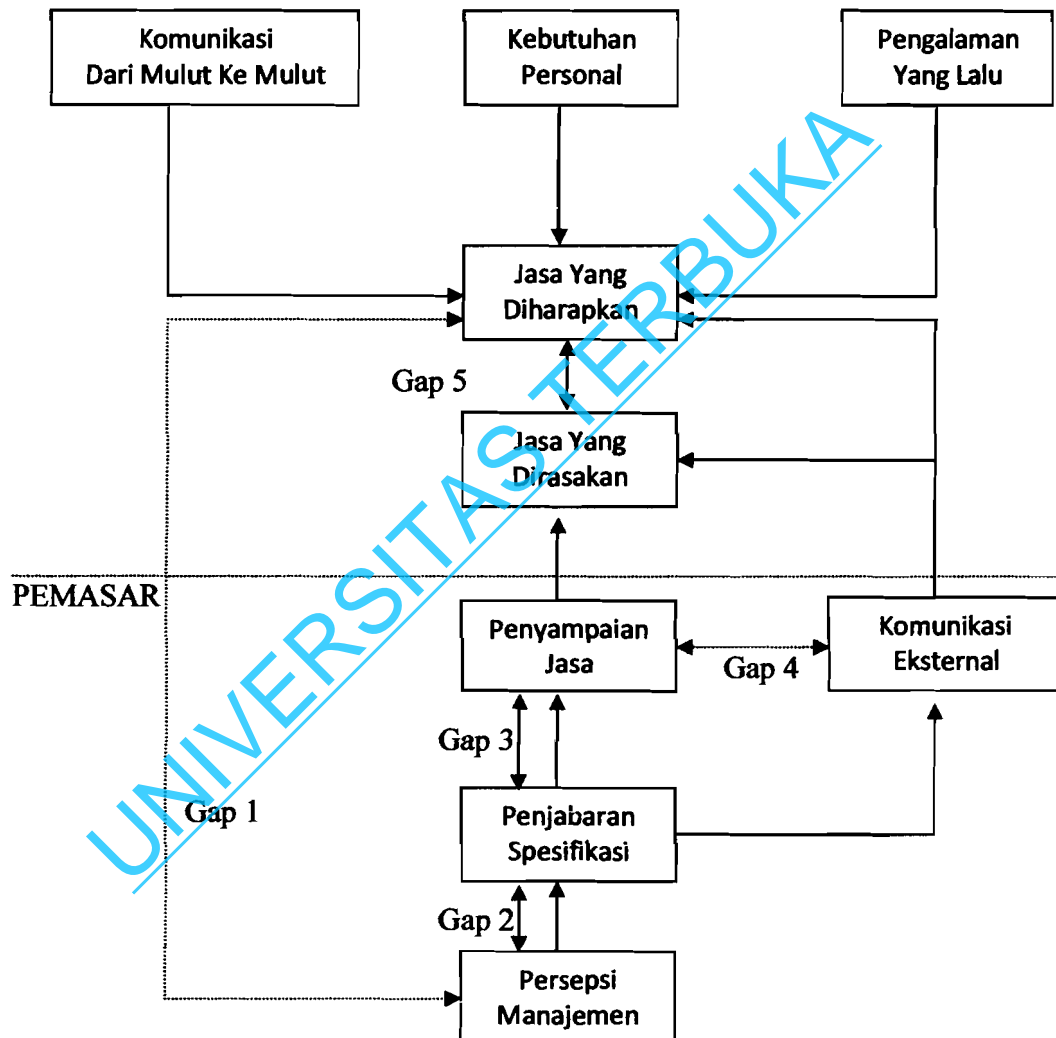
d) **Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal**

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

e) **Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan**

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut. Misalnya seorang dokter bisa saja terus mengunjungi pasiennya, tetapi pasien menginterpretasikannya sebagai suatu indikasi ada yang tidak beres dengan penyakit yang dideritanya.

Gambar. 2.6
Model Kualitas Jasa (Gap Model)



Sumber : Payne, 1993 (dalam Tjiptono, 2004).

1.h Konsep Pelayanan Publik

Menurut Mahmudi (2005), Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai

upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

1) Hakekat Pelayanan Publik

Menurut Keputusan MENPAN Nomor 25 Tahun 2004 tentang hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasa, penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi asas-asas pelayanan.

2) Asas-asas Pelayanan Publik

Keputusan MENPAN Nomor 25 Tahun 2004 telah menyusun asas-asas pelayanan publik sebagai berikut :

- a) **Transparansi**, bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b) **Akuntabilitas**, dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan perundangan-undangan.
- c) **Kondisional**, sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima layanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

- d) Partisipatif, mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- f) Kesamaan Hak, tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.
- g) Keseimbangan Hak dan Kewajiban, pemberi dan penerima layanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

3) Standar Pelayanan Publik

Keputusan MENPAN Nomor 25 Tahun 2004 telah menyusun standar pelayanan publik, sebagai berikut :

- a) Prosedur pelayanan; Prosedur yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
- b) Waktu penyelesaian; Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
- c) Biaya Pelayanan; biaya/tarif pelayanan termasuk rincian yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- d) Produk pelayanan; Hasil pelayanan yang diterima sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.
- e) Sarana dan prasarana; Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

- f) Kompetensi petugas pemberi pelayanan; Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, ketrampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

4) Prinsip Pelayanan Publik

Adapun prinsip pelayanan menurut Keputusan MENPAN Nomor 25 Tahun 2004 meliputi :

- a) Kesederhanaan, prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
- b) Kejelasan
 - Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik;
 - Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik;
 - Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- c) Kepastian waktu, pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- d) Akurasi; Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.
- e) Keamanan; Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- f) Tanggung jawab; Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan

pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

- g) Kelengkapan sarana dan prasarana; Tersedianya sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.
- h) Kemudahan Akses; Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
- i) Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan; Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- j) Kenyamanan; Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

5) Faktor-faktor Pelayanan Publik

Dari konsep standar pelayanan dan prinsip pelayanan tersebut diterjemahkan kedalam 14 unsur yang “relevan, valid dan reliabel”, sebagai unsur minimal yang harus ada untuk pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

- a) **Prosedur Pelayanan**, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
- b) **Persyaratan Pelayanan**, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
- c) **Kejelasan Petugas Pelayanan**, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya).
- d) **Disiplin petugas pelayanan**, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
- e) **Tanggung jawab petugas pelayanan**, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
- f) **Kemampuan petugas pelayanan**, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
- g) **Kecepatan pelayanan**, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.
- h) **Keadilan mendapatkan pelayanan**, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.

- i) Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
- j) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan.
- k) Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
- l) Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- m) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
- n) Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

1.i Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, *et. al.*, 1985 (dalam Tjiptono, 2000): dimensi pokok kualitas jasa:

- 1) *Reliability*, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
- 2) *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
- 3) *Competence*, yaitu penguasaan ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 4) *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan jam operasi nyaman.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak.
- 6) *Communication*, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan.
- 8) *Security*, yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 9) *Understanding the customer* / kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.
- 10) *Tangible*, meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi perusahaan.

Dalam riset selanjutnya menurut Parasuraman, *et. al.*, 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007) menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

- 1) Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan

merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

- 3) Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 5) Benda berwujud (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Tabel. 2.1
Atribut-atribut Layanan dan Dimensinya

	Atribut/Atribut	Dimensi
1	Memberikan layanan sesuai janji	Keandalan
2	Pegawai siap melayani pelanggan	
3	Segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan	
4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	
5	Memberi layanan sesuai prosedur	
6	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layan dilakukan	Daya Tanggap
7	Layanan yang tepat bagi pelanggan	
8	Keinginan untuk membantu pelanggan	
9	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	
10	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	Jaminan
11	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	
12	Pegawai yang sangat santun	
13	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	Empati
14	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	
15	Pegawai peduli pada pelanggan	
16	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik	
17	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	
18	Tempat pelayanan yang nyaman	Bukti Fisik
19	Peralatan modern	
20	Fasilitas yang secara visual menarik	
21	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	
22	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	

Sumber : Parasuraman, *et.al*, 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007).

B. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dibawah ini akan ditampilkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan kasus dan variabel dalam penelitian ini, antara lain :

Tabel. 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Variabel	Temuan
1.	Alma, Buchari, <i>et.al</i> , 2007. Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa Yang Dominan Kasus Taplus Pada PT. Bank BNI Cabang UPI dan Kaitannya Dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.	Kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas nasabah.	Tingkat kepuasan nasabah atas relatif tinggi, walaupun masih gap atau kesenjangan yang cukup besar. Ini menunjukkan bahwa terdapat harapan atas pelayanan masih belum terpenuhi. Loyalitas nasabah masih berada pada tingkat yang sedang.
2.	Mulyadi, Hari, <i>et.al.</i> , 2007. Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Yang Dirasakan Dengan Kepuasan Pelanggan.	Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Kualitas produk (komputer) yang dirasakan relatif tinggi, namun aspek <i>reliability</i> dan aspek <i>serviceability</i> masih dibawah 70 % dari kualitas idealnya. Kualitas pelayanan yang dirasakan relatif tinggi, dibawah 70 % dari kualitas idealnya. Tingkat kepuasan atas produk dan pelayanan, mencapai kategori "puas" tetapi keduanya terdapat kesenjangan.

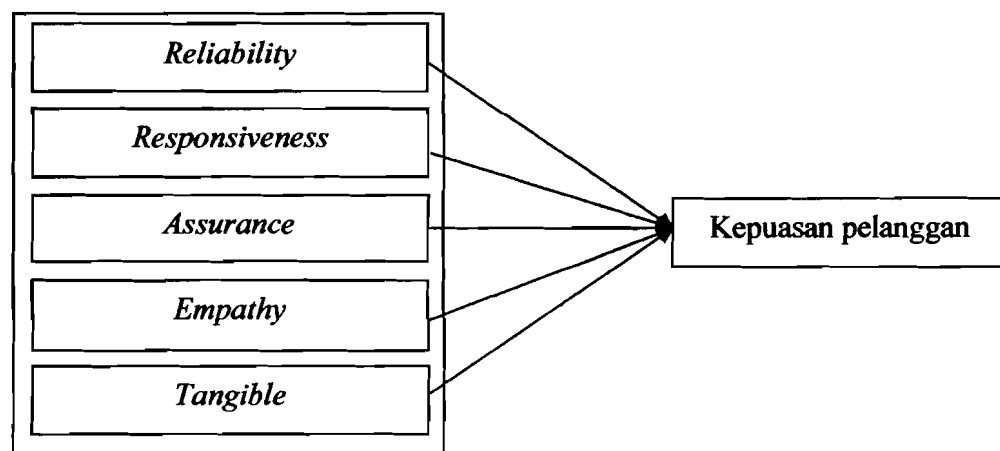
No	Nama dan Judul	Variabel	Temuan
3.	Wijayanti, Kristin, 2009. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Pengguna Jasa Pelayanan Akta Kelahiran Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Palangka Raya.	14 dimensi kualitas pelayanan Menpan	Hanya 75% saja harapan pengguna jasa akta kelahiran yang dapat dipenuhi, terdapat perbedaan antara harapan (<i>expected</i>) dan fakta yang dirasakan (<i>perceived</i>) masyarakat, namun Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dengan kategori B (baik).
4.	Mosahab, Rahim, <i>et.al.</i> , 2010. Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan dan Kesetiaan: Sebuah Test penengangan Pada Bank Tehran, Iran.	<i>Tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.</i>	Terdapat hubungan positif antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan dan kualitas jasa dengan kesetiaan pelanggan, serta antara kepuasan pelanggan dengan kesetiaan pelanggan.
5.	Ghanesh. K., Sankar, 2011. Model Kualitas Pelayanan : Untuk Mengukur Kualitas Pelayanan Bank, Analisis niat dan Perilaku Pelanggan di Daerah Virudhunagar	<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.</i>	Terdapat hubungan antara jumlah rekening dengan variasi produk perbankan. Tidak ada hubungan antara perilaku karyawan bank dengan niat pelanggan. Ada hubungan antara niat berperilaku responden dengan pertimbangan pilihan pertama terhadap bank. Terdapat gap antara harapan (<i>expected</i>) dengan persepsi (<i>perceived</i>) pelanggan bank yang diukur dengan 5 dimensi kualitas pelayanan seperti <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.</i>

C. Kerangka Konseptual

Meskipun Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah dalam kasus pengadaan secara elektronik hanya sebagai fasilitator dan koordinator terhadap instansi pemerintah (terkait) dalam penyelenggaraan pelayanan publik, namun sinergik timbal-balik antara dinas dan rekanan (vendor). Artinya dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan rekanan (vendor) akan lebih meningkat, dan pihak lembaga juga akan merasa bangga dengan pelayanan yang diberikan.

Untuk itu sebagai lembaga pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan publik maka harus mampu melaksanakannya dengan kualitas yang memuaskan. Adapun kualitas pelayanan menurut konsep Parasuraman (dalam Kotler dan Keller, 2007) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar. 2.7
Kerangka Konseptual Kualitas Pelayanan Publik
Menurut Parasuraman *et, al.*, 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007)



Dalam konsep tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh *reliability*, *responseveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*, dan inilah yang membentuk kepuasan rekanan (vendor).

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB III METODE PENELITIAN

A Desain Penelitian

Desain penelitian ini memuat konsep-konsep tentang kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Parasuraman yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* dan dihubungkan satu dengan yang lain antara variabel bebas (*independen*) dengan variabel terikat (*dependen*) dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Rancangan Penelitian adalah masalah pengukuran kualitas pelayanan publik yang diselenggarakan instansi terkait dalam koordinasi Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah (Kasus Pengadaan Secara Elektronik) dengan menggunakan analisis yang bersifat kuantitatif (angka-angka).

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Populasi merupakan keseluruhan obyek yang berupa kumpulan dari orang-orang, peristiwa/ kejadian, atau obyek lain yang

diharapkan dapat diteliti (Sekaran, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah semua rekanan (vendor) pengadaan secara elektronik pada kantor Biro Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah.

Berdasarkan hasil pengamatan terdahulu selama kurun waktu 3 (tiga) bulan ditemukan rata-rata 418 rekanan (vendor). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 40 orang responden atau kurang lebih 10%. Menurut Hadi (1997) sebenarnya tidak ada suatu ketetapan yang mutlak berapa persen suatu sampel yang harus diambil dari populasi. Ketiadaan ketetapan yang mutlak itu tidak perlu menimbulkan keragu-raguan pada seorang penyelidik.

Sedangkan lokasi penelitian adalah Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah (Kasus Pengadaan Secara Elektronik) Di Palangka Raya, dan waktu yang direncanakan sebagai berikut :

Tabel. 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Bulan			
	1	2	3	4
	1.2.3.4	1.2.3.4	1.2.3.4	1.2.3.4
- Persiapan kelengkapan	x.- .-. -	- - - -	- - - -	- - - -
- Pengumpulan data	- x.x.x	x.x.x.-	- - - -	- - - -
- Tabulasi dan analisis	- - - -	- - - x	x - - -	- - - -
- Penyusunan draft laporan	- - - -	- - - -	- x x -	- - - -
- Konsultasi dosen pembimbing	- - - -	- - - -	- - - x	x x - -
- Perbaiki laporan	- - - -	- - - -	- - - -	- x x x

Keterangan :

- 1 = Bulan pertama
- 2 = Bulan kedua
- 3 = Bulan ketiga
- 4 = Bulan keempat

- 1.2.3.4. = Minggu pertama sampai keempat
 x = Pelaksanaan kegiatan.

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner atau angket (sebaran pertanyaan) yang bersifat tertutup. Kuesioner ini diberikan kepada responden, dan responden hanya tinggal mengisi atau menjawab pertanyaan dimana setiap jawaban telah disediakan sebelumnya.

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Mengacu pada Parasuraman, *et, al.*, 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007) maka variabel dan definisi operasional dapat diungkapkan dalam tabel dibawah ini

Tabel. 3.2.
Dimensi Kualitas Pelayanan

		Dimensi
1	Memberikan layanan sesuai janji	Keandalan
2	Pegawai siap melayani pelanggan	
3	Segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan	
4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	
5	Memberi layanan sesuai prosedur	
6	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	Daya Tanggap
7	Layanan yang tepat bagi pelanggan	
8	Keinginan untuk membantu pelanggan	
9	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	
10	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	Jaminan
11	Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka	

12	Pegawai yang sangat santun	
13	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	
14	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	Empati
15	Pegawai peduli pada pelanggan	
16	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik	
17	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	
18	Tempat pelayanan yang nyaman	
19	Peralatan modern	Bukti Fisik
20	Fasilitas yang secara visual menarik	
21	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	
22	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	

Sumber : Parasuraman, *et.al*, 1988 (dalam Kotler dan Keller, 2007).

2. Teknik Pengukuran

Variabel-variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah variabel kualitatif berupa persepsi atau hasil penilaian rekanan (vendor), tetapi untuk dapat dianalisis secara statistik maka dilakukan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan skala ordinal 5 titik, yaitu :

- a. Bobot 1 = Sangat tidak puas
- b. Bobot 2 = Kurang puas
- c. Bobot 3 = Cukup puas
- d. Bobot 4 = Puas
- e. Bobot 5 = Sangat puas

c. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam tahap ini peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas sebagai uji instrumen. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan analisis faktor dengan mengambil sampel 30 orang independen sebagai responden yang tidak termasuk sampel penelitian. Menurut Komputer (2005) berpendapat bahwa analisis faktor termasuk dalam statistik interdependen yang mempunyai tujuan untuk mengelompokkan data menjadi beberapa kelompok sesuai dengan korelasi antar variabel, juga dapat digunakan untuk validitas konstruk dengan kriteria keputusan pengujian sebagai berikut :

1. Indikator yang mengukur kualitas pelayanan dari 5 dimensi tersebut dikatakan valid dan reliabel; jika KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) atau MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) $> 0,60$
2. Indikator yang mengukur kualitas pelayanan dari 5 dimensi tersebut dikatakan tidak valid dan tidak reliabel; jika KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) atau MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) $< 0,60$

Klasifikasi nilai KMO sebagai berikut (Yamin, 2009) :

- a. $< 0,90$: *marvelous* (bagus sekali)
- b. $0,80 - 0,90$: *meritorious* (bagus, atau berkontribusi)
- c. $0,70 - 0,80$: *middling* (sedang)
- d. $0,60 - 0,70$: *mediacore* (perantara tengah)
- e. $0,50 - 0,60$: *miserable* (buruk)
- f. $> 0,50$: *unacceptable* (sangat buruk)

Formula Indeks KMO :

$$\frac{\sum_{i \neq j} \sum r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} \sum r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} \sum a_{ij}^2}$$

Formula indeks MSA :

$$\frac{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_y a_{ij}^2}$$

Dimana r_{ij} adalah korelasi antara variabel i dan j dan a_{ij} adalah korelasi parsial antara variabel i dan j .

D. Prosedur Pengambilan atau Pengumpulan Data

Dalam upaya mengumpulkan data baik sebagai bahan pelengkap laporan ilmiah (tesis) maupun bahan lainnya digunakan teknik dengan prosedur sebagai berikut :

1. Interview (wawancara), yaitu tanya-jawab secara langsung kepada pihak-pihak terkait penyelenggara pelayanan publik terutama bahan pelengkap laporan hasil penelitian yang menyangkut kebijakan pelayanan dan upaya pengembangan kompetensi personal sebagai pelaksana pelayanan, pelayanan teknis dan dukungan sarana maupun fasilitas yang disediakan atau digunakan, serta perbaikan birokrasi lainnya.

2. Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data melalui arsip-arsip atau dokumen yang ada pada terutama yang menyangkut jumlah pegawai, jumlah pelayanan, dan sebagainya.
3. Kuesioner, yaitu selebaran pertanyaan yang diajukan kepada rekanan (vendor) atau responden.

E. Metode Analisis Data

Langkah-langkah analisis dimulai dari analisis terhadap faktor-faktor yang dianggap penting oleh rekanan atau vendor (menggunakan lampiran 1, yaitu kuesioner uji validitas dan reliabilitas), dari hasil analisis ini akan ditemukan faktor-faktor yang dianggap penting sebagai harapan (*expected*) yang kemudian diberi skor maksimal 5 sebagai garis lingkaran luar. Kemudian dengan lampiran 2 akan diperoleh tentang kualitas pelayanan yang juga menggambarkan kepuasan rekanan (vendor) yang dibentuk garis lingkaran dalam yang merupakan faktor yang dirasakan (*perceived*).

Jika harapan (*expected*) sama dengan yang dirasakan (*perceived*) maka garis lingkaran dalam menyentuh garis lingkaran luar atau $5 = 5$. Jika harapan (*expected*) tidak sama dengan yang dirasakan (*perceived*) maka garis lingkaran dalam tidak akan menyentuh garis lingkaran luar atau $5 < 5$.

1. Rasio Kesesuaian

Menurut Supranto (1997) berpendapat bahwa rasio kesesuaian adalah perbandingan antara harapan (*expected*) pelanggan dengan yang dirasakan (*perceived*) planggan dalam bentuk persentase. Dengan rasio kesesuaian ini maka akan diketahui persentase tingkat kepuasan rekanan (vendor). Rasio kesesuaian ini dapat pula diartikan berapa persen perusahaan mampu memenuhi harapan atau keinginan rekanan (vendor). Rumusnya :

$$TK = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \% \dots\dots\dots \text{Supranto, 1997.}$$

Dimana :

TK = Persentase tingkat kesesuaian atau kepuasan rekanan (vendor) terhadap kepuasan.

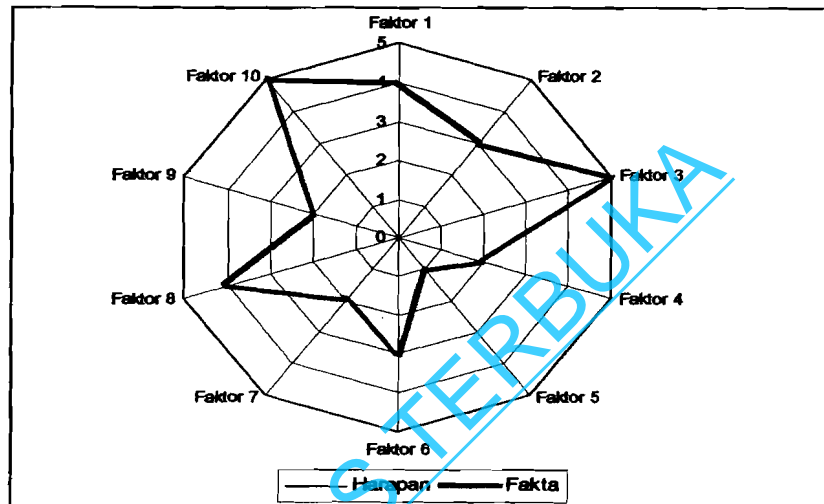
X_i = Skor fakta yang dirasakan (*perceived*)

Y_i = Skor harapan (*expected*) yang ideal.

2. *Chart Semantic Differential* (Diagram Sarang Laba-laba)

Diagram sarang laba-laba adalah suatu alat analisis pemetaan antara harapan ideal dengan fakta yang dirasakan rekanan (vendor). Dalam analisis ini setiap faktor diberi skor, untuk harapan ideal diberi skor tertinggi sedangkan fakta yang dirasakan rekanan (vendor) adalah skor hasil penilaian pelanggan. Sebagai contoh seperti dibawah ini Simamora (2002) :

Gambar. 3.1
Diagram Sarang Laba-Laba (*Chart Semantic Differential*)
Atribut Kepuasan Rekanan (Vendor)



Contoh gambar diatas memperlihatkan bahwa garis cetak tebal adalah garis fakta yang dirasakan (*perceived*) rekanan (vendor) sedangkan garis lingkaran luar (cetak tipis) adalah harapan ideal (*expected*) rekanan (vendor) terhadap kepuasan. Dari gambar contoh diatas dimana faktor-faktor yang sudah dapat memenuhi harapan (*expected*) adalah faktor-faktor diatas skor 3 (garis lingkaran 3) seperti faktor 1, 2, 3, 6, 8, dan 10. Sedangkan faktor-faktor yang belum memenuhi harapan (*expected*) ditunjukkan lingkaran garis cetak tebal yang menyentuh skor 2 kebawah seperti faktor 4, 5, 7, dan 9.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Hasil Penelitian

1.a Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah

Menurut hasil wawancara, bahwa dalam Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah telah menyusun perencanaan pembangunan daerah yang merupakan suatu proses penyusunan tahap-tahap kegiatan pembangunan daerah yang melibatkan semua unsur didalamnya guna pemanfaatan dan pengalokasian sumber-sumber daya yang ada dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam suatu lingkungan wilayah daerah dalam jangka waktu tertentu. Proses perencanaan pembangunan daerah secara khusus diatur dalam UU No. 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. Dalam konteks perencanaan pembangunan daerah, undang-undang ini mengatur lingkup dan tingkatan perencanaan mulai dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP), Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM), Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra SKPD), Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) dan Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah Biro Administrasi Pembangunan (Renja SKPD Biro Administrasi Pembangunan).

Biro Administrasi Pembangunan merupakan unsur kelembagaan baru dalam jajaran staf Sekretaris Daerah Provinsi Kalimantan Tengah. Implementasi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menyebabkan Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah melaksanakan PP NO. 41/2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah terhitung tanggal 12 Juli 2008. Sebagai unit kerja baru, Biro Administrasi Pembangunan memiliki tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang juga baru, meskipun ada beberapa bagian dari tupoksi itu merupakan relokasi/reposisi tupoksi dalam jajaran Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah.

Menelaah tupoksi Biro Administrasi Pembangunan tersebut, terdapat beberapa hal yang cukup visioner dalam hal fungsi biro tersebut yaitu mencakup adanya amanat yang amat kuat dari pemerintah daerah dalam rangka memfokuskan bidang-bidang pembangunan daerah di Kalimantan Tengah untuk mencapai target-target pembangunan pada tataran makro/bidang, bukan hanya tataran mikro yaitu program dan kegiatan.

Selanjutnya juga tupoksi tersebut memberikan instrumen tambahan bagi upaya penyelenggaraan tugas aparatur pemerintah melalui Biro ini, yaitu adanya pendayagunaan teknologi dan sistem informasi sebagai sarana penunjang pencapaian kinerja. Tujuan utama dalam hal pendayagunaan teknologi informasi ini adalah mewujudkan

terintegrasinya informasi Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah dalam rangka sinergisme dan harmonisasi kinerja pemerintah daerah.

Untuk meningkatkan pembangunan Kalimantan Tengah pada abad ini, parameter ukuran kemajuan suatu negara atau bangsa telah bertambah. Salah satu parameter yang amat kuat adalah tentang tingkat arus data dan informasi dalam kondisi damai. Semakin tinggi tingkat ini, maka semakin maju bangsa / negara tersebut. Arus data dan informasi dapat meningkat dalam masa krisis, namun hal ini tidak dapat menjadi indikator progresif.

Arus data dan informasi meningkat apabila tersedia jalan raya informasi. Jalan raya informasi masa kini ditandai dengan tulang punggung infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis komputer. Keputusan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 442 Tahun 2003 Tanggal 30 Desember 2003 Tentang Penetapan Rencana Induk Sistem Informasi Manajemen Pemerintah Daerah (RISIMDA) Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2004 – 2009 merupakan “master plan” bagi pengembangan jalan raya informasi Pemerintah Daerah.

Akomodasi kebutuhan kelembagaan dari sisi pemerintah, swasta dan masyarakat dilaksanakan dengan membangun model infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang dapat menyebabkan terjadinya interaksi tersebut, contohnya yaitu *electronic procurement unit* (LPSE =

Layanan Pengadaan Secara Elektronik), Website, Penggunaan Transponder satelit dan Kanal Broadband internet dan lainnya.

Integrasi pelayanan publik oleh pemda Kalteng dimulai dengan membangun suatu fasilitas SIMDA (Sistem Informasi Manajemen Pemerintah Daerah) dengan baik dan benar. Menghindari kemubaziran teknologi, karena pola pembangunan yang partial dan tidak konseptual. Fasilitas SIMDA ini adalah wahana pelayanan dan interaksi pemerintah, swasta dan masyarakat atau publik di Kalteng baik internal mau pun global. Untuk memulai pengembangan SIMDA Kalimantan Tengah, adalah penting menentukan jawaban pertanyaan dari mana kita memulainya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, langkah pertama adalah membangun jalan raya informasi Kalimantan Tengah yang dimulai dari ibu kota Kalteng di Palangka Raya. Untuk membangun jalan raya informasi tersebut diperlukan sistem informasi yang menjangkau kebutuhan pemerintah, swasta dan masyarakat, contohnya LPSE yang menyebabkan interaksi pemanfaatan teknologi informasi yang layak dan mampu diterapkan oleh pemda dalam rangka membangun fasilitas pelayanan publik. Selanjutnya dilakukan implementasi awal yang dimulai ibu kota provinsi Kalteng di Palangka Raya dengan membangun perangkat seutuhnya untuk membentuk jalan raya informasi layanan publik oleh seluruh SKPD provinsi.

Implementasi SIMDA juga amat terkait dengan tugas nasional Kalimantan Tengah untuk melaksanakan satu dari lima pusat *e-procurement* regional yang pada saatnya akan memerlukan jalur interkoneksi yang lebih mapan dilingkup pemda dan antar provinsi di regional Kalimantan. Seterusnya, bilamana kesemua uraian tersebut di atas menjadi sinergi positif, sampai kepada praktek kesehariannya dalam pemerintahan daerah, maka akan hadir pola manajemen moderen pemerintah daerah yang berpihak kepada publik dengan lebih cepat dan semakin jelas berazaskan *good governance* dan *clean government*.

Dalam hal ini, peran pembiayaan dari pihak non pemerintah amat diperlukan peningkatannya dalam upaya rintisan dan pembangunan sistem ekonomi – sosial berbasis sistem informasi *broadband*, terutama di daerah seperti Kalimantan Tengah. Untuk koordinasi dan implementasinya, Biro Administrasi Pembangunan melakukan pengelolaan sistem informasi yang bersifat lintas sektoral dan lintas SKPD atau *e-government* (urusan pemerintahan). Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika berada pada ujung tombak penyelenggaraan teknologi informasi yang langsung berorientasi masyarakat luas meliputi jaringan informasi dan transaksi pelayanan publik, hubungan interaktif dengan dunia usaha, dan sistem manajemen dan proses kerja yang transparan dan efisien serta aspek hukum perijinan, perlindungan terhadap kekayaan intelektual, perlindungan *Privacy*, kebebasan

penyampaian informasi, memperoleh data/informasi, komputer pomografi, *E-Transaction*, *Electronic Signature* dan lain-lain. Jenis-jenis kegiatan yang lebih aktual saat ini mencakup penggunaan frekuensi, pembinaan warnet, wartel, radio komunikasi, penyiaran, pendirian menara, fasilitasi internet sampai di tingkat desa dan lain-lain.

1.b Landasan Hukum

Sedangkan landasan hukum Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437), sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2005 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 108, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4548);

- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor. 89, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4741);
- 3) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 4 menyebutkan bahwa TIK juga ditujukan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan publik. Pasal 5, elektronik maupun dokumen elektronik serta hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Pasal 11 tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah.
- 4) UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, bahwa azas pelayanan publik adalah kepentingan umum, kepastian hukum, kesamaan hak, keseimbangan hak dan kewajiban, profesional, partisipatif, tidak diskriminatif, terbuka, akuntabel, tepat waktu, cepat, mudah, dan terjangkau.
- 5) Inpres No. 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Startegi Nasional Pengembangan *e-Government*. Lampiran I, *e-procurement* dapat dimanfaatkan oleh setiap situs pemerintah.
- 6) Perpres No. 20 Tahun 2006 tentang Pembentukan Dewan Teknologi Informasi Nasional (DeTIKNas). Menggarap 7 program prioritas (*flagship*) yaitu antara lain salah satunya pembangunan *e-procurement*.
- 7) Perpres No. 106 tahun 2007 tentang Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP). LKPP adalah Lembaga Non Kementrian

(PNK) yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, namun dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dikoordinasikan oleh Kementerian PPN / Bappenas. LKPP dibentuk berdasarkan pertimbangan cakupan pengadaan barang/jasa pemerintah bersifat lintas institusi dan lintas sektor, serta berdampak langsung terhadap pengembangan usaha kecil, produksi dalam negeri dan pengembangan iklim dan dunia usaha pada umumnya. LKPP membantu pemerintah dalam menyusun dan merumuskan strategi dan standar prosedur pengadaan barang/jasa pemerintah termasuk pembinaan sumberdaya manusianya. Mengembangkan sistem informasi, serta melakukan penawasan penyelenggaraan pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik. Memberi bimbingan teknis, advokasi dan bantuan hukum dalam bidang ini. Dalam hal penyelenggaraan pengadaan barang / jasa pemerintah secara elektronik, LKPP telah mengembangkan sistem aplikasi e-procurement nasional dengan berlandaskan Keppres No. 80 tahun 2003. LPSE (Layanan Pengadaan Secara Elektronik) adalah unit pelaksana sistem aplikasi *e-procurement* untuk proses pengadaan barang/jasa pemerintah yang dilaksanakan secara elektronik.

- 8) Instruksi Presiden Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008 – 2009 dimana sistem pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik (*e-Procurement*) akan dikembangkan dan didorong penerapannya di seluruh instansi pemerintah.

9) Keppres No. 80 Tahun 2003 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Lampiran I Bab IV huruf d. Dalam menyikapi era globalisasi, pelaksanaan pengadaan barang/jasa dapat menggunakan sarana elektronik. Pelaksanaan *e-procurement* disesuaikan dengan kepentingan pengguna barang/jasa dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

10) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 54 / 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah

Sedangkan peraturan/perundangan di Kalimantan Tengah akan diuraikan sebagai berikut :

1) Peraturan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Tugas Pokok Dan Fungsi Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Paragraf 1 Biro Administrasi Pembangunan Pasal 85 Kepala Biro Administrasi Pembangunan mempunyai tugas menyusun bahan kebijakan pemerintah daerah bidang pembangunan daerah, perencanaan strategis bidang pembangunan daerah, pelaksanaan dan pelayanan administrasi, fasilitasi dan koordinasi, penyelenggaraan sistem informasi, pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang penyusunan program, pengendalian pembangunan, pelaporan, analisis dan pengkajian pembangunan.

2) Keputusan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 442 Tahun 2003 Tanggal 30 Desember 2003 Tentang Penetapan Rencana Induk Sistem Informasi Manajemen Pemerintah Daerah (RISIMDA) Provinsi Kalimantan Tengah

Tahun 2004 – 2009 merupakan “*master plan*” bagi pengembangan jalan raya informasi Pemerintah Daerah.

- 3) Pembentukan LPSE di Kalimantan Tengah merupakan kegiatan lanjut (*advance*) dari Keputusan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 118 Tahun 2006 beserta perubahannya, tentang Pembentukan Tim Pelaksanaan Program Kerja Dalam Rangka Mewujudkan Tata Pemerintahan Yang Baik Sebagai Upaya Pencegahan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme di Jajaran Pemerintahan Provinsi Kalimantan Tengah dan Surat Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 047/383/BAPADASIFORA-VIII/07 tanggal 20 Agustus 2007 perihal Pembangunan Unit Pelelangan Secara Elektronik (UPE) Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah jo. Surat Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 502/338/BAPADASIFORA VII/2007 perihal Sistem Pengadaan Barang/Jasa secara Elektronik (*E-Procurement*) kepada Bupati/Walikota dan SKPD terkait di Provinsi Kalimantan Tengah.
- 4) Nota Kesepahaman Bersama Nomor NKB. 004/M.PPN/09/2007 tanggal 28 September 2007 antara Kementrian Negara BAPPENAS dengan Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah tentang Kerjasama Implementasi Sistem Aplikasi Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) Nasional Dalam Proses Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Daerah.
- 5) Surat Sekretaris Utama BAPPENAS Nomor 1054/Ses/02/2008 tanggal 25 Februari 2008 perihal Jadwal dan Rencana Kerja Pendirian LPSE (Layanan

Pengadaan Secara Elektronik)/Pusat Layanan E-GP (*Electronic Government Procurement*) Provinsi.

- 6) Peraturan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah. Peraturan ini mencakup konsideran adanya UU ITE No. 11/2008 dan berbagai Keppres serta peraturan Menteri terkait penggunaan sarana/prasarana elektronik. Isi Pergub ini mencakup manual teknis pengadaan barang/jasa secara elektronik yang juga dapat diakses dalam www.lpse.kalteng.go.id.
- 7) Instruksi Gubernur Kalimantan Tengah No. 188.54/06/2009 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Melalui Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) Kalimantan Tengah.

1.c Maksud Dan Tujuan

Menurut hasil wawancara tentang penyusunan rencana strategis, dimana Biro Administrasi Pembangunan telah menyusun rencana strategis termasuk memuat visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, program dan kegiatan pembangunan yang berpedoman kepada RPJM Daerah Provinsi Kalimantan Tengah dan bersifat indikatif.

- 1) Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi
 - a) Pengertian Administrasi Pembangunan

Administrasi Pembangunan meliputi 2 (dua) pengertian yaitu tentang:

Administrasi: Keseluruhan proses pelaksanaan dari pada keputusan keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya .

Pembangunan: sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa.

Esensi Prinsipil Pembangunan:

- Pembangunan merupakan proses.
- Merupakan usaha yang dilakukan secara sadar
- Dilakukan secara berencana
- Mengarah kepada modernisasi.
- Bersifat multi dimensional artinya mencakup semua aspek kehidupan bangsa dan negara
- Ditujukan kepada usaha membina bangsa yang terus menerus harus dilaksanakan dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan negara.

Fungsi-fungsi Administrasi bagi Pembangunan:

- Perencanaan
- Pengerahan Sumber Daya

- Pengerahan partisipasi masyarakat
- Penganggaran
- Pelaksanaan pembangunan
- Koordinasi
- Pemantauan dan evaluasi
- Pengawasan
- Peran informasi

b) Tugas Pokok dan Fungsi

Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 5 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah; Peraturan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Tugas Pokok Dan Fungsi Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Paragraf 1 Biro Administrasi Pembangunan Pasal 85 Kepala Biro Administrasi Pembangunan mempunyai tugas menyusun bahan kebijakan pemerintah daerah bidang pembangunan daerah, perencanaan strategis bidang pembangunan daerah, pelaksanaan dan pelayanan administrasi, fasilitasi dan koordinasi, penyelenggaraan sistem informasi, pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang penyusunan program, pengendalian pembangunan, pelaporan, analisis dan pengkajian pembangunan.

Dalam hal pengelolaan sistem informasi, Biro Administrasi Pembangunan melakukan pengelolaan sistem informasi yang bersifat lintas

sektoral dan lintas SKPD atau *e-government* (urusan pemerintahan). Setiap SKPD yang melakukan pembangunan sistem informasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi dalam melaksanakan tupoksi-nya diintegrasikan oleh Kepala Daerah agar sistem informasi tersebut dalam rentang manajemen yang layak untuk melaksanakan misi utama pembangunan daerah. Disinilah salah satu letak fungsi utama Biro Administrasi Pembangunan sebagai staf Sekretaris Daerah menjalankan fungsi Sekretaris Daerah sesuai Pasal 8 Pergub 18/2008 dimana Sekretaris Daerah mempunyai tugas memimpin Sekretariat Daerah, membantu Gubernur dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan dinas dan lembaga teknis daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan, administrasi, organisasi dan tataaksana serta memberikan pelayanan administratif kepada seluruh perangkat daerah.

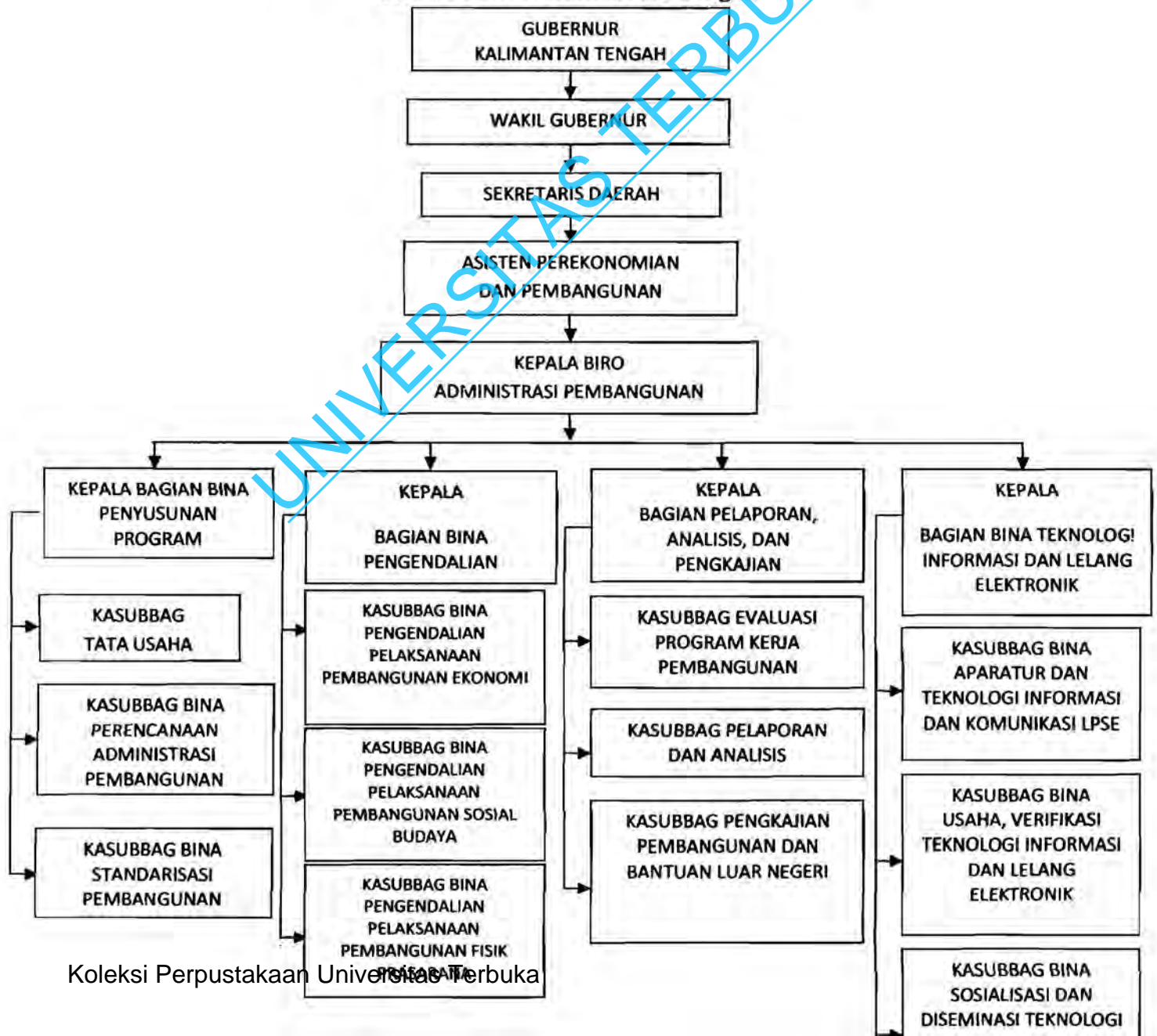
Selanjutnya Uraian Tugas Kepala Biro, Kepala Bagian dan Kepala Sub Bagian Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 411/186/AD.PEMB/2010 tanggal 15 Februari 2010 diterbitkan berdasarkan Persetujuan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 411/162/AD.PEMB/2010 tanggal 10 Februari 2010 (Terlampir).

2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi mengacu Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 5 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata

Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah; Peraturan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Tugas Pokok Dan Fungsi Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah.

Gambar. 5.1
Struktur Organisasi Biro Administrasi Pembangunan
Sekda Provinsi Kalimantan Tengah



Dari bagian struktur organisasi tersebut yang menangani bidang Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) adalah Bagian Bina Teknologi Informasi dan Lelang Elektronik. Bidang ini adalah yang menangani dan mengolah data informasi dan lelang elektronik, bagian inilah yang memberikan segala macam informasi kebutuhan serta ketentuan pelaksanaan lelang elektronik yang telah memuat berbagai pelaksanaan pelayanan baik barang dan jasa. Oleh karena itu para peserta lelang (vendor) dapat menghubungi bidang ini sekaligus syarat-syarat pelaksanaan lelang.

1.d Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran

Adapun VISI Biro Administrasi Pembangunan Sekretaris Daerah Provinsi Kalimantan Tengah adalah optimalnya pelayanan publik oleh aparatur negara dalam mencapai Kesejahteraan Masyarakat. Terwujudnya koordinasi dan pengendalian pelaksanaan pembangunan yang tertib dan taat asas serta unggul dalam pelayanan publik yang prima, transparan, dan akuntabel. Misi Utama Administrasi Pembangunan di Provinsi Kalimantan Tengah adalah Membangun Pelayanan Aparatur Pemerintah yang memenuhi azas tata kelola pemerintahan yang baik dan pemerintahan yang bersih dalam melayani masyarakat/publik di Provinsi Kalimantan tengah.

Sedangkan misi Biro Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah adalah :

- 1) Meningkatkan pelayanan, fasilitasi, penyelenggaraan, dan pembinaan sistem penyediaan data dan dokumen, teknologi informasi pelaksanaan pembangunan daerah, serta layanan pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik.
- 2) Meningkatkan sistem administrasi pembangunan yang transparan dan akuntabel.
- 3) Meningkatkan sistem monitoring dan evaluasi pembangunan yang andal, tertib, dan efisien.

Secara lebih terperinci :

- MISI 1 : Penyiapan bahan penyelenggaraan sistem informasi bidang pembangunan daerah di lingkungan Sekretariat Daerah;
- MISI 2 : Penyiapan bahan fasilitasi dan koordinasi bidang perencanaan administrasi pembangunan dan standarisasi pembangunan;
- MISI 3 : Penyiapan bahan pelaksanaan dan pelayanan administrasi bidang perencanaan administrasi pembangunan dan standarisasi pembangunan;
- MISI 4 : Penyiapan bahan pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang perencanaan administrasi pembangunan dan standarisasi pembangunan;
- MISI 5 : Penyiapan Bahan Rencana dan Program Bidang Penyusunan Program;

MISI 6 : Meningkatkan insisiatif pelaksanaan tugas tugas lain yang diberikan Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya dan

MISI 7 : Monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.

Tujuan Utama Administrasi Pembangunan Daerah adalah Membangun Sistem Administrasi Pembangunan Daerah yang akuntabel dalam melayani masyarakat/publik di Kalimantan Tengah. Sasaran Utama Administrasi Pembangunan Daerah adalah Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Administrasi Pembangunan Daerah oleh Aparatur Pemerintahan di Kalimantan Tengah untuk mampu menghilangkan secara maksimal Keterisolasian Kalimantan Tengah dalam hal pelayanan masyarakat oleh aparaturn pemerintah daerah.

Sedangkan tujuan utama dan sasaran dalam Administrasi Pembangunan Daerah adalah :

a) TUJUAN

Tujuan Utama Administrasi Pembangunan Daerah adalah Membangun Sistem Administrasi Pembangunan Daerah yang akuntabel dalam melayani masyarakat/publik di Kalimantan Tengah. Tidak dipungkiri segala bentuk pembangunan yang bersifat pionir/merintis dalam suatu negara selalu harus dilakukan dan memang menjadi tugas pemerintah. Tahap pertama, idealnya pemerintah provinsi memulai pembangunan Program SIMDA secara komprehensif pada lingkup Satuan Kerja Perangkat Daerah tingkat provinsi. Kemudian seluruh Kabupaten dan Kota membangun juga sistem serupa di

masing-masing ibukotanya. Tahapan berikutnya adalah tahapan integrasi *intranet* Pemda provinsi, kabupaten dan kota. Dalam hal ini perlu dilakukan musyawarah antara pemerintah kabupaten/kota dan provinsi untuk membicarakan program kegiatan dan pembiayaan koneksitas SIMDA daerah dan provinsi. Dari sisi Pemerintah, setiap SKPD yang melakukan pembangunan sistem informasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi dalam melaksanakan tupoksi-nya diintegrasikan oleh Kepala Daerah agar sistem informasi tersebut dalam rentang manajemen yang layak untuk melaksanakan misi utama pembangunan daerah. Disinilah salah satu letak fungsi utama Biro Administrasi Pembangunan sebagai staf Sekretaris Daerah menjalankan fungsi Sekretaris Daerah sesuai Pasal 8 Pergub 18/2008 dimana Sekretaris Daerah mempunyai tugas memimpin Sekretariat Daerah, membantu Gubernur dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan dinas dan lembaga teknis daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan, administrasi, organisasi dan tatalaksana serta memberikan pelayanan administratif kepada seluruh perangkat daerah.

b) SASARAN

Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Pelayanan Biro Administrasi Pembangunan terdapat dalam tabel Indikator Kinerja Utama (IKU). Sasaran Utama Administrasi Pembangunan Daerah adalah Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Administrasi Pembangunan Daerah oleh Aparatur Pemerintahan di Kalimantan Tengah untuk mampu menghilangkan secara maksimal

Keterisolasian Kalimantan Tengah dalam hal pelayanan masyarakat oleh aparaturnya pemerintah daerah.

1.e Fasilitas Ruangan

Hasil wawancara tentang fasilitas ruangan yang dapat digunakan dalam fungsi pelelangan adalah terdiri dari :

1) Ruang *Bidding* (Lelang)

- Bilik berpintu tidak tembus pandang sesuai ukuran meja komputer (atau 1,5 x 1 meter) 20 kamar.
- 10 buah PC.
- 10 unit scanner legal size.
- UPS 5 buah.
- Meja / kursi untuk komputer.
- Switch / hub 100 Mbps autosensing
- Kabel belden dan RJ45 konektor untuk LAN
- Panel Listrik.
- Access point 1 buah.

2) Ruang Bantuan Teknis / Humas

- Ruang sekitar 4 x 6 meter
- 1 buah atau lebih perangkat komputer.
- 1 unit printer.

- UPS 1 buah.
 - Meja / kursi untuk komputer.
 - Swicth / hub 100 Mbps autosensing
 - Kabel belden dan RJ45 konektor untuk LAN
 - Panel Listrik.
 - Telepon dan Fax.
- 3) Ruang Teleconference (LCD layar lebar, kamera conference, LCD proyektor, UPS, server satellite, meja / kursi, aksesori ruang rapat pimpinan).
- 4) Ruang Lainnya.
- Ruangan kebutuhan personil perkantoran pada umumnya, berupa ruang kepala kantor dan ruang staf beserta perangkat kerja yang seluruhnya telah menggunakan personal komputer dan jaringan wireless.

1.f Susunan Kepegawaian dan Kelengkapan

Sedangkan susunan kepegawaian ada Biro Administrasi Pembangunan terdiri dari 31 orang PNS dan 3 (tiga) orang non-PNS dengan pendidikan 6 (enam) Pascasarjana (S2), 18 Sarjana (S1), 3 (tiga) Diploma Tiga (D-III), 3 (satu) SLTA, dan 1 (satu) SLTP. Jurusan pendidikan bervariasi dari berbagai jurusan pendidikan, dimana terdapat 10 personel yang telah mendapatkan

Sertifikat Management Training (MT) LPSE dan 8 (delapan) orang mendapatkan Sertifikat Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

1.g Pembentukan LPSE Se-Kalimantan Tengah

Sampai saat ini, LPSE telah terbentuk pada tingkat Provinsi dan 14 Kabupaten/Kota se-Kalimantan Tengah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.1.
Pembentukan LPSE Se-Kalimantan Tengah

NO.	LPSE	WEBSITE	ALAMAT
1.	LPSE Provinsi Kalimantan Tengah	http://lpse.kalteng.go.id	Kompleks Kantor Gubernur Kalteng Biro Administrasi Pembangunan Lt. II Jalan RTA Milono No.1 Palangka Raya, 73112 Email : admin@lpse.kalteng.go.id Telepon : 0536-3239378 Faksimili : 0536-3239379
2.	LPSE Kabupaten Barito Selatan	http://lpse.baritoselatankab.go.id	Jl. Pelita Raya, Buntok, 73711 Email : helpdesk@lpse.baritoselatankab.go.id Telepon : 0525 – 21242 Faksimili : 0525 – 21500
3.	LPSE Kabupaten Barito Timur	http://118.97.212.162	Jl. Pelita, Tamiang Layang Telepon : 081348915602, 081348268181
4.	LPSE Kabupaten Barito Utara	http://lpse.baritoutarakab.go.id	Jl. Ahmad Yani Nomor 76 Muara Teweh Telp. (0519) 21170 Helpdesk : Rony Suryadi, ST HP. 081349418590 E-Mail : helpdesk@baritoutarakab.go.id Helpdesk : Rakhmat Gunawan
5.	LPSE Kabupaten Gunung Mas	http://lpse.gunungmaskab.go.id	Jl. Diponegoro No. 2 (Kompleks Kantor Bupati Gunung Mas), Kuala Kurun Telepon : 0537 - 3032846 Email : verifikator-lpse@gunungmaskab.go.id helpdesk-lpse@gunungmaskab.go.id
6.	LPSE Kabupaten Kapuas	http://lpse.kapuaskab.go.id	Jl. Pemuda Km 5.5, Kuala Kapuas Kapuas Kalimantan Tengah

NO.	LPSE	WEBSITE	ALAMAT
			Telepon : 0513 - 21732 Faksimili : 0513 - 21010 Email : pembangunan29@yahoo.com
7.	LPSE Kabupaten Katingan	http://lpse.katingankab.go.id	Kantor Bupati Katingan Jl. Tjilik Riwut KM 2,5 Kasongan Telepon : 085252891972 Faksimili : 0536 - 4043508 Email : -
8.	LPSE Kabupaten Kotawaringin Barat	http://lpse.kotawaringinbaratkab.go.id	Jl. Sultan Syahrir No. 02, Pangkalan Bun Telepon : 0532 - 23759 Faksimili : 0532 - 21001 Email : bangunkobar@yahoo.co.id
9.	LPSE Kabupaten Kotawaringin Timur	http://lpse.kotimkab.go.id	Jl. Jenderal Sudirman No. 01 Sampit, 74322 Telepon : 0531 - 23539 Faksimili : 0531 - 21006 Email : helpdesk@lpse.kotimkab.go.id
10.	LPSE Kabupaten Lamandau	http://lpse.lamandaukab.go.id	Komplek Perkantoran Bukit Hibul Nanga Bulik Kode Pos 74662 Telepon : 0532-6728558 Email : helpdesk.lpse.lamandau@gmail.com
11.	LPSE Kabupaten Seruyan	http://lpse.seruyankab.go.id	Jl. Jend. Ahmad Yani (Komplek Bundaran Besar) No. 6, Kuala Pembuang Telepon : 0538-2022343 Faksimili : 0538-2022344 Email : helpdesk_seruyan@yahoo.com
12.	LPSE Kabupaten Sukamara	http://lpse.sukamarakab.go.id	Jl. Cilik Riwut Km. 7, Sukamara, 74714 Telepon : 0532 - 26658 Faksimili : 0532 - 26658 Email : lpse.sukamara@gmail.com
13.	LPSE Kabupaten Pulang Pisau	http://lpse.pulangpisaukab.go.id	Kantor Bupati Pulang Pisau Jl. Pemda No. 7 Pulang Pisau Telp./Fax. 0513-61312 Email : helpdesk.lpse.pulpis@gmail.com
14.	LPSE Kabupaten Murung Raya	http://125.167.232.202/	
15.	LPSE Kota Palangka Raya	http://lpse.palangkaraya.go.id	Sekretariat Daerah Kota Palangka Raya Jl. Tjilik Riwut No. 98 Palangka Raya Telepon : 0536 - 3231411 Fax : 0536 - 3231411 Email : admin1@lpse.palangkaraya.go.id

Sumber: Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Desember 2012.

1.h Jumlah Pengguna Jasa LPSE Terdaftar

Berdasarkan data Vendor/Rekanan/Perusahaan dalam *Database* LPSE

Kalimantan Tengah per 31 Desember 2012, terdapat penyedia :

- a. Terdaftar (Penyedia Baru) : 511 rekanan
- b. Disetujui : 3.312 rekanan
- c. Total Pengguna Jasa : 3.823 rekanan

1.i Jumlah Paket yang Dilelangkan

Untuk Data produktivitas pada LPSE Kalimantan Tengah pada tahun 2012 dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut :

Tabel. 5.2.
Data Produktivitas Pengadaan Barang/Jasa
Secara Elektronik Pada LPSE Kalimantan Tengah Tahun 2012

TAHUN	PAGU (Rp)	KONTRAK (Rp)	JUMLAH PAKET	JUMLAH PAKET YANG SELESAI	EFISIENSI ANGGARAN (SILPA) (Rp)	PERSENTASE SILPA TERHADAP PAGU (%)
2012	730.177.000.000	701.522.000.000	593	571	28.655.000.000	3,54

Sumber: Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Desember 2012.

1.j Bimbingan Teknis tentang LPSE

Pelaksanaan Sosialisasi/Training tentang LPSE pada tahun 2012 tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota se-Kalimantan Tengah ditunjukkan oleh tabel sebagai berikut:

Tabel. 5.3
Bimbingan Teknis Tentang LPSE Tahun 2012

NO.	JENIS BIMBINGAN TEKNIS	TANGGAL	JUMLAH PESERTA (ORANG)
1.	<i>Training</i> Fasilitasi Pelaksanaan Simulasi LPSE bagi Anggota Kelompok Kerja ULP Kabupaten Gunung Mas	15-16 Februari 2012	22
2.	Sosialisasi/ <i>Workshop</i> LPSE di Kabupaten Kotawaringin Barat	05-06 Maret 2012	150
3.	Pelatihan/ <i>Training</i> Operator LPSE Kabupaten Murung Raya di LPSE Kalimantan Tengah	26-27 Maret 2012	20
4.	Pelatihan Singkat Pengelola LPSE Kabupaten Katingan	17-18 April 2012	8
5.	Pelatihan Singkat Panitia Kabupaten Katingan	19-20 April 2012	28
6.	<i>Launching</i> dan Sosialisasi LPSE di Kabupaten Pulang Pisau	31 Mei 2012	50
7.	Pelatihan Personil POLRI se Provinsi Kalimantan Tengah	22-23 November 2012	50
8.	Uji Coba Ujian Nasional PBJ <i>Online</i> oleh LKPP/BKPP Provinsi Kalimantan Tengah di Biro Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Tengah	24 November 2012	62
9.	Forum <i>Discussion Group</i> Pra Kondisi <i>Open Government</i> Indonesia di Kalimantan Tengah	27 November 2012	80
10.	Pelatihan Pengembangan Kapasitas Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah dalam Melaksanakan Keterbukaan Informasi Publik	17-19 Desember 2012	40
TOTAL PESERTA			510

Sumber : Tim LPSE Kalimantan Tengah, Desember 2012

1.k Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE)

Adapun kondisi *internal*, *external* dan risiko Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) sebagai berikut :

1). Kondisi Internal LPSE

- Perangkat Keras (usia pakai alat, kerusakan alat, kondisi gedung)
- Perangkat Lunak (*error, fraud, hacker, cracker, operating system, Local Area Network*)
- Perangkat *Brainware* (Manusia) (jumlah *programmer, admin, operator, help desk, verifikator*)

2). Kondisi External

- Nasional, Provinsi, Kabupaten/Kota Bersangkutan
- Perangkat Keras (suplai suku cadang pabrikan, petir, suplai listrik, saluran internet, saluran *broadband*, sistem *online, networking, keamanan/maling, budaya*)
- Perangkat Lunak (*cracker, hacker, programmer sistem induk/nasional, online*)
- Perangkat *Brainware* (Manusia) (mutasi pegawai, jumlah tenaga ahli)

3). Daftar Risiko

- Resiko kegiatan terhenti dengan tenaga yang kurang cukup jumlah dan profesionalitasnya.

- Setiap alat harus dibuat duplikasi/cadangnya dan dapat diganti *hotplugs*. Risiko terhentinya pelayanan.
- Listrik harus tersedia non-stop. Risiko terhenti pelayanan.
- *Air conditioner* (AC) harus disediakan secara non-stop. Risiko Kerusakan Alat.
- Kerja non-stop melayani user/pengguna *online* 24 jam. Risiko pelayanan terhenti.
- *Training* rutin, manual disiapkan *online*. Risiko Pemakai/rekanan harus mampu menggunakan sistem, bila kurang satu langkah saja akan gagal.
- Perubahan budaya kerja dengan standar *operating prosedur* ketat. Risiko kualifikasi SDM.
- Perubahan *mind set* (cara berpikir) Pegawai. Risiko kualitas SDM.
- *Modernisasi* peralatan sesuai standar terbaik. Risiko IT cepat usang.
- Penguasaan *operating system* baik *open sources*, maupun *licensed*. Risiko Kompetensi SDM.
- Melakukan *Upgrading* kemampuan pegawai sesuai perkembangan teknologi. Risiko Kompetensi SDM.
- Tekanan pihak-pihak yang terbiasa KKN (asli risiko). Sosialisasi/penerangan.

B. Pembahasan

Dibawah ini hasil analisis yang mengacu pada uraian sebelumnya tentang hasil uji validitas dan realibilitas, rasio kesesuaian, dan *chart semantic differential* (pendekatan diagram sarang laba-laba).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dalam bahasa sederhana digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Melakukan korelasi bivariate antar masing-masing skor dengan total skor konstruk/variable. Contoh: misalnya ingin menguji kepuasan melalui 5 pertanyaan yang menjadi indikator dari kepuasan (x_1, x_2, x_3, x_4, x_5), maka hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan korelasi X_1 s/d x_5 terhadap x total.

Penelitian ini menggunakan data primer. Data dikumpulkan dengan teknik penyebaran kuesioner, yaitu dengan memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Kuesioner ini bersifat tertutup dimana jawabannya sudah tersedia.

Dalam penelitian ini peneliti mengajukan seperangkat kuesioner kepada responden yang berjumlah 30 (tiga puluh) orang secara acak yang diambil dari para rekanan (vendor) yang mengikuti lelang secara elektronik. Kuesioner ini terdiri dari 22 butir pernyataan yang mewakili 5 variabel yang diteliti. Kelima

variabel penelitian yang berbentuk kuesioner itu adalah variabel Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4) dan Bukti Fisik (X5). Kuesioner variabel Keandalan terdiri dari 5 butir pernyataan, Daya Tanggap 4 butir pernyataan, Jaminan 4 butir pernyataan, Empati 5 butir pernyataan dan Bukti Fisik 4 butir pernyataan.

Sebelum suatu kuesioner yang merupakan instrumen dalam penelitian digunakan secara luas terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap 30 (tiga puluh) responden untuk mengukur reliabilitas dan validitas dari alat ukur tersebut. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen yang dipakai sebagai alat pengumpul data primer dalam penelitian ini. Uji instrumen meliputi pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua pernyataan (instrumen) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid.

Dibawah ini merupakan hasil analisis try out (validitas dan reliabilitas) dari ke 22 item faktor. Dari hasil uji menunjukkan bahwa secara total faktor adalah dengan KMO lebih besar dari 0,60. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 5.4
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	806,371
	df	231
	Sig.	,000

Sumber : Lampiran 3.

Dari tabel diatas Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) sebesar 0,720 yang lebih besar dari 0,60 batas toleransi. Sedangkan KMO untuk masing-masing item faktor dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 5.5.
Anti Image Correlation Masing-Masing Item Faktor

No	Kode	Keterangan	KMO
1	K1	Memberikan layanan sesuai janji	0,717
2	K2	Pegawai siap melayani pelanggan	0,778
3	K3	Segera memberikan pelayanan setiap pelanggan berurusan	0,802
4	K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	0,764
5	K5	Memberikan pelayanan sesuai prosedur	0,756
6	D1	Mengusahakan pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan	0,679
7	D2	layanan dilakukan	0,683
8	D3	Layanan yang tepat bagi pelanggan	0,620
9	D4	Keinginan untuk membantu pelanggan	0,833
10	J1	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	0,699
11	J2	Pegawai dapat kepercayaan kepada pelanggan	0,815
12	J3	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	0,726

No	Kode	Keterangan	KMO
13	J4	Pegawai yang sangat santun	0,667
14	E1	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab	0,776
15	E2	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	0,703
16	E3	Pegawai peduli pada pelanggan	0,646
17	E4	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik	0,731
18	E5	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	0,706
19	B1	Tempat pelayanan yang nyaman	0,670
20	B2	Peralatan modern	0,664
21	B3	Fasilitas yang secara visual menarik	0,665
22	B4	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional Bahan-bahan misal formulir dan aplikasi LPSE mudah digunakan pelanggan	0,756

Sumber : Lampiran 3.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa angka masing-masing item faktor adalah lebih besar dari 0,60 batas toleransi. Ini menunjukkan bahwa ke 22 faktor tersebut adalah valid dan reliabel, sehingga dapat dipakai untuk analisis berikutnya.

2. Karakteristik Responden

Dibawah ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 5.6
Usia Rekanan (vendor)

No	Usia	Jumlah
1	18 - 25 Tahun	3 Orang
2	26 - 33 Tahun	5 Orang
3	34 - 41 Tahun	14 Orang
4	42 - 49 Tahun	12 Orang
5	50 > ke atas	6 Orang
	Jumlah	40 Orang

Sumber : Data primer.

Dari tabel diatas nampaknya usia vendor yang paling banyak adalah 34 sampai 41 tahun, kemudian 42 sampai 49 tahun, dan 50 tahun keatas sebanyak 6 orang. Dilihat dari usia ini maka vendor adalah orang-orang yang dewasa dengan dan sudah banyak memiliki pengalaman di dalam mengikuti proses lelang sehingga dapat dikatakan berpengalaman meskipun data pengalaman tidak ada.

Tabel. 5.7
Jenis Kelamin Rekanan (Vendor)

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	13 Orang
2	Laki-laki	27 Orang
	Jumlah	40 Orang

Sumber : Data primer.

Dari tabel diatas nampaknya jenis kelamin vendor yang paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 27 orang dan perempuan sebanyak 13 orang. Dilihat dari jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan menunjukkan

partisipasi dalam pembangunan khususnya pengadaan barang dan jasa, dan sangat memungkinkan disuatu saat lebih didominasi oleh kaum perempuan.

Tabel. 5.8
Tingkat Pendidikan Rekanan (Vendor)

No	Pendidikan	Jumlah
1	SMP	2 Orang
2	SMA	15 Orang
3	Diploma	3 Orang
4	Sarjana S1	17 Orang
5	Sarjana S2	3 Orang
	Jumlah	40 Orang

Sumber : Data primer.

Dari tabel diatas nampaknya tingkat pendidikan vendor yang paling banyak adalah 17 sarjana S1, kemudian SMA sebanyak 15 orang, kemudian diploma sama dengan sarjana S2 sebanyak 3 orang. Dilihat dari tingkat pendidikan ini maka vendor adalah orang-orang yang berpendidikan minimal SMA bahkan sarjana S2.

Tabel. 5.9
Pekerjaan Rekanan (Vendor)

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Konsultan	12 Orang
2	Kontraktor	28 Orang
	Jumlah	40 Orang

Sumber : Data primer.

Dari tabel diatas nampaknya pekerjaan vendor yang paling banyak adalah kontraktor sebanyak 28 orang dan kemudian konsultan sebanyak 12 orang. Dilihat dari bidang pekerjaan ini maka vendor adalah orang-orang yang

bergerak dibidangnya sebagai kontraktor baik pengadaan barang atau jasa, demikian juga konsultan yang juga berpartisipasi dibidangnya.

Tabel. 5.10
Tingkat Pengeluaran Bulanan Rekanan (Vendor)

No	Pengeluaran	Jumlah
1	Rp. 5.000 - 7.000	4 Orang
2	Rp. 7.500 - 10.500	11 Orang
3	Rp. 11.000 - 15.000	23 Orang
4	Rp. 15.000 - 20.000	2 Orang
5	Rp. 20.500 > ke atas	-
	Jumlah	40 Orang

Sumber : Data primer.

Dari tabel diatas nampaknya tingkat pengeluaran vendor yang paling banyak adalah antara Rp. 11.000.000,- sampai Rp. 15.000.000,-, kemudian antara Rp. 7.500.000,- sampai Rp. 10.500.000,-. Dilihat dari tingkat pengeluaran ini maka vendor adalah orang-orang yang tergolong konsumtif dengan tingkat pengeluaran yang cukup tinggi.

3. Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif data distribusi jawaban responden menurut variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik adalah dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata minimal sama dengan 3 (cukup baik). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

a. Analisis Deskriptif Variabel Keandalan

Tabel. 5.11.
Kehandalan Dalam Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

No. Pertanyaan	Variabel Keandalan	STP		TP		CP		P		SP		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	K1	15	37,50	18	45,00	3	7,50	3	7,50	1	2,50	40	100
2.	K2	0	0	6	15,00	9	22,50	19	47,50	6	15,00	40	100
3.	K3	0	0	1	2,50	12	30,00	12	30,00	15	37,50	40	100
4.	K4	18	45,00	13	32,50	7	17,50	1	2,50	1	2,50	40	100
5.	K5	0	0	2	5,00	13	32,50	16	40,00	9	22,50	40	100

Dari Tabel 5.11. di atas dapat dianalisis beberapa indikator pada Variabel Keandalan, sebagai berikut:

1) Indikator Memberikan Layanan Sesuai Janji:

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan Indikator Layanan Sesuai Janji pada Variabel Keandalan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 45,00% dengan jumlah sebanyak 18 respon, yang diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 37,50 % dengan jumlah sebanyak 15 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 7,50% dengan jumlah sebanyak 3 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 7,50%. dengan jumlah sebanyak 3

respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

2) Indikator Pegawai Siap Melayani Pelanggan :

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan Indikator pegawai siap melayani pelanggan pada Variabel Keandalan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori puas (skor 4) sebesar 47,50% dengan jumlah sebanyak 19 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 15,00% dengan jumlah sebanyak 6 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 15,00% dengan jumlah sebanyak 6 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0% dengan jumlah sebesar 0 respon.

3) Indikator Segera Memberi Pelayanan Setiap Pelanggan Berurusan :

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan Indikator segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan pada Variabel Keandalan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 37,50% dengan jumlah sebanyak 15 respon, yang diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 30,00% dengan jumlah sebanyak 12 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada

kategori cukup puas (skor 3) sebesar 30,00% dengan jumlah sebanyak 12 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 2,50%. dengan jumlah sebanyak 1 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0% dengan jumlah sebesar 0 respon.

4) Indikator Menyediakan Layanan Pada Waktu Yang Dijanjikan :

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan Indikator menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan pada Variabel Keandalan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 45,00% dengan jumlah sebanyak 18 respon, yang diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 17,50% dengan jumlah sebanyak 7 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 2,50%. dengan jumlah sebanyak 1 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

5) Indikator Memberi Layanan Sesuai Prosedur :

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan Indikator memberi layanan sesuai prosedur pada Variabel Keandalan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada

kategori puas (skor 4) sebesar 40,00% dengan jumlah sebanyak 16 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 5,00%. dengan jumlah sebanyak 2 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0% dengan jumlah sebesar 0 respon.

b. Analisis Deskriptif Variabel Daya Tanggap

Tabel. 5.12
Daya Tanggap Dalam Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

No. Pertanyaan	Variabel Kehandalan	STP		TP		CP		P		SP		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	D1	0	0	3	7,50	9	22,50	12	30,00	16	40,00	40	100
2.	D2	6	15,00	6	15,00	9	22,50	6	15,00	13	32,50	40	100
3.	D3	0	0	4	10,00	19	47,50	13	32,50	4	10,00	40	100
4.	D4	13	32,50	14	35,00	9	22,50	2	5,00	2	5,00	40	100

Dari Tabel 5.12. di atas dapat dianalisis beberapa indikator pada Variabel

Daya Tanggap, sebagai berikut:

- 1) Indikator : Mengusahakan Pelanggan Terinformasi Kapan Layanan Dilakukakan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan mengusahakan pelanggan terinformasi kapan layanan dilakukan pada Variabel Daya Tanggap. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 40,00% dengan jumlah sebanyak 16 respon, yang diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 30,00% dengan jumlah sebanyak 12 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 7,50%. dengan jumlah sebanyak 3 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0% dengan jumlah sebesar 0 respon.

2) Indikator : Layanan Yang Tepat Bagi Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan layanan yang tepat bagi pelanggan pada Variabel Daya Tanggap. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 15,00% dengan jumlah sebanyak 6 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 15,00%. dengan

jumlah sebanyak 6 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 15,00% dengan jumlah sebesar 6 respon.

3) Indikator : Keinginan Untuk Membantu Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan keinginan untuk membantu pelanggan pada Variabel Daya Tanggap. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 47,50% dengan jumlah sebanyak 19 respon, yang diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 10,00% dengan jumlah sebanyak 4 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 10,00%. dengan jumlah sebanyak 4 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0% dengan jumlah sebesar 0 respon.

4) Indikator : Kesiapan Untuk Menanggapi Permintaan Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan pada Variabel Daya Tanggap. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 35,00% dengan jumlah sebanyak 14 respon, yang diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada

kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 5,00% dengan jumlah sebanyak 2 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 5,00% dengan jumlah sebesar 2 respon.

c. Analisis Deskriptif Variabel Jaminan

Tabel. 5.13
Jaminan Dalam Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

No. Pertanyaan	Variabel Kehandalan	STP		TP		CP		P		SP		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	J1	13	32,50	7	17,50	10	25,00	8	20,00	2	5,00	40	100
2.	J2	5	12,50	11	27,50	11	27,50	10	25,00	3	7,50	40	100
3.	J3	10	25,00	8	20,00	9	22,50	11	27,50	2	5,00	40	100
4.	J4	9	22,50	14	35,00	7	17,50	6	15,00	4	10,00	40	100

Dari Tabel 5.13. di atas dapat dianalisis beberapa indikator pada Variabel Jaminan, sebagai berikut:

1) Indikator : Pegawai Dapat Kepercayaan Kepada Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai dapat kepercayaan kepada pelanggan dilakukan pada Variabel Jaminan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon.

Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 20,00% dengan jumlah sebanyak 8 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 17,50%. dengan jumlah sebanyak 7 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 5,00% dengan jumlah sebesar 2 respon.

2) Indikator : Membuat Pelanggan Aman Dalam Berurusan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan membuat pelanggan aman dalam berurusan dilakukan pada Variabel Jaminan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon, yang diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 12,50%. dengan jumlah sebanyak 5 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 7,50% dengan jumlah sebesar 3 respon.

3) Indikator : Pegawai Yang Sangat Santun

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai yang sangat santun dilakukan pada Variabel

Jaminan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori puas (skor 4) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon, yang diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 20,00%. dengan jumlah sebanyak 8 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 5,00% dengan jumlah sebesar 2 respon

- 4) Indikator : Pegawai Memiliki Pengetahuan Untuk Menjawab Pertanyaan Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan dilakukan pada Variabel Jaminan. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 35,00% dengan jumlah sebanyak 14 respon, yang diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 17,50% dengan jumlah sebanyak 7 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 17,50%. dengan jumlah sebanyak 7 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 10,00% dengan jumlah sebesar 4 respon.

d. Analisis Deskriptif Variabel Empati

Tabel. 5.14
Empati Dalam Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

No. Pertanyaan	Variabel Kehandalan	STP		TP		CP		P		SP		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	E1	2	5,00	5	12,50	10	25,00	14	35,00	9	22,50	40	100
2.	E2	4	10,00	6	15,00	12	30,00	10	25,00	8	20,00	40	100
3.	E3	14	35,00	13	32,50	13	32,50	0	0,00	0	0,00	40	100
4.	E4	0	0,00	11	27,50	17	42,50	11	27,50	1	2,50	40	100
5.	E5	12	30,00	3	7,50	12	30,00	8	20,00	4	10,00	40	100

Dari Tabel 5.14. di atas dapat dianalisis beberapa indikator pada Variabel Empati, sebagai berikut:

1) Indikator Pegawai Memberikan Pelanggan Perhatian Individual

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai memberikan pelanggan perhatian individual dilakukan pada Variabel Empati. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori puas (skor 4) sebesar 35,00% dengan jumlah sebanyak 14 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar

12,50%. dengan jumlah sebanyak 5 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 5,00% dengan jumlah sebesar 2 respon.

2) Indikator : Pegawai Peduli Pada Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai peduli pada Pelanggan dilakukan pada Variabel Empati. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 30,00% dengan jumlah sebanyak 12 respon, yang diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 20,00% dengan jumlah sebanyak 8 respon. Kemudian diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 15,00%. dengan jumlah sebanyak 6 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 10,00% dengan jumlah sebesar 4 respon.

3) Indikator : Sangat Memperhatikan Kepentingan Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan dilakukan pada Variabel Empati. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 35,00% dengan jumlah sebanyak 14 respon, yang diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian pada

peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 0,00%. dengan jumlah sebanyak 0 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 0,00% dengan jumlah sebesar 0 respon.

4) Indikator : Pegawai Memahami Kebutuhan Pelanggan

Pada tabel ini pegawai memahami kebutuhan pelanggan berdasarkan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan dilakukan pada Variabel Empati. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 42,50% dengan jumlah sebanyak 17 respon, yang diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 2,50%. dengan jumlah sebanyak 2 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 0,00% dengan jumlah sebesar 0 respon.

5) Indikator : Tempat Pelayanan Yang Nyaman

Pada tabel ini tempat pelayanan yang nyaman pada Variabel Empati. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon, yang diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 30,00%

dengan jumlah sebanyak 12 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 20,00% dengan jumlah sebanyak 8 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 10,00%. dengan jumlah sebanyak 4 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 7,50% dengan jumlah sebesar 3 respon.

e. Analisis Deskriptif Variabel Barang Fisik

Tabel. 5.15
Empati Dalam Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

No. Pertanyaan	Variabel Kehandalan	STP		TP		CP		P		SP		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	B1	1	2,50	11	27,50	13	32,50	8	20,00	7	17,50	40	100
2.	B2	1	2,50	16	40,00	10	25,00	10	25,00	3	7,50	40	100
3.	B3	1	2,50	10	25,00	12	30,00	9	22,50	8	20,00	40	100
4.	B4	1	2,50	9	22,50	9	22,50	7	17,50	14	35,00	40	100

Dari Tabel 5.15. di atas dapat dianalisis beberapa indikator pada Variabel Bukti Fisik, sebagai berikut:

1) Indikator : Peralatan Modern

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan peralatan modern dilakukan pada Variabel Bukti Fisik. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup

puas (skor 3) sebesar 32,50% dengan jumlah sebanyak 13 respon, yang diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 27,50% dengan jumlah sebanyak 11 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 20,00% dengan jumlah sebanyak 8 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 17,50%, dengan jumlah sebanyak 7 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

2) Indikator : Fasilitas Yang Secara Visual Menarik

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan fasilitas yang secara visual menarik dilakukan pada Variabel Buku Fisik. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 40,00% dengan jumlah sebanyak 16 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 7,50%, dengan jumlah sebanyak 3 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

3) Indikator : Pegawai Yang Memiliki Penampilan Yang Rapi dan Profesional

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional dilakukan pada Variabel Bukti Fisik. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori cukup puas (skor 3) sebesar 30,00% dengan jumlah sebanyak 12 respon, yang diikuti oleh kategori tidak puas (skor 2) sebesar 25,00% dengan jumlah sebanyak 10 respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori puas (skor 4) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori sangat puas (skor 5) sebesar 20,00%. dengan jumlah sebanyak respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

4) Indikator : Formulir dan Aplikasi Yang Ada di LPSE Mudah Digunakan Pelanggan

Pada tabel ini menunjukkan penyebaran data hasil jawaban responden berdasarkan formulir dan aplikasi yang ada di LPSE mudah digunakan pelanggan dilakukan pada Variabel Bukti Fisik. Frekuensi jawaban responden tertinggi terdapat pada kategori sangat puas (skor 5) sebesar 35,00% dengan jumlah sebanyak 14 respon, yang diikuti oleh kategori cukup puas (skor 3) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9

respon. Kemudian pada peringkat jawaban responden dibawahnya yaitu pada kategori tidak puas (skor 2) sebesar 22,50% dengan jumlah sebanyak 9 respon. Kemudian diikuti oleh kategori puas (skor 4) sebesar 17,50%. dengan jumlah sebanyak 7 respon, dan terakhir diikuti oleh kategori sangat tidak puas (skor 1) sebesar 2,50% dengan jumlah sebesar 1 respon.

4. Hasil Analisis Pemetaan

Dibawah ini menunjukkan hasil pemetaan dari ke 22 item faktor yang membentuk kualitas pelayanan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

4.a Rasio Kesesuaian

Rasio kesesuaian adalah perbandingan antara harapan (*expected*) pelanggan dengan yang dirasakan (*perceived*) planggan dalam bentuk persentase. Dengan rasio kesesuaian ini maka akan diketahui persentase tingkat kepuasan rekanan (vendor), rasio kesesuaian ini dapat pula diartikan berapa persen perusahaan mampu memenuhi harapan atau keinginan rekanan (vendor), semakin tinggi rasio ini semakin besar nilai yang dirasakan (*perceived*) bahkan mendekati skor 5 (nilai harapan), sebaliknya semakin kecil rasio ini maka

semakin kecil nilai yang dirasakan (*perceived*) bahkan menjauhi skor 5 (nilai harapan).

Tabel. 5.16.
Rasio Kualitas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

Kode	Item	Fakta	Harapan	Rasio (100 %)
K1	Memberikan layanan sesuai janji	2	5	40
K2	Pegawai siap melayani pelanggan	4	5	80
K3	Segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan	4	5	80
K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	2	5	40
K5	Memberi layanan sesuai prosedur	4	5	80
D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	4	5	80
D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	3	5	60
D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	3	5	60
D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	2	5	40
J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	2	5	40
J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	3	5	60
J3	Karyawan yang sangat santun	3	5	60
J4	Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	3	5	60
E1	Pegawai Memberikan pelanggan perhatian individual	4	5	80
E2	Karyawan peduli pada pelanggan	3	5	60
E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik	2	5	40
E4	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	3	5	60
E5	Tempat pelayanan yang nyaman	3	5	60
B1	Peralatan modern	3	5	60
B2	Fasilitas yang secara visual menarik	3	5	60
B3	Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	3	5	60
B4	Bahan misal formulir dan aplikasi LPSE mudah digunakan pelanggan	4	5	80

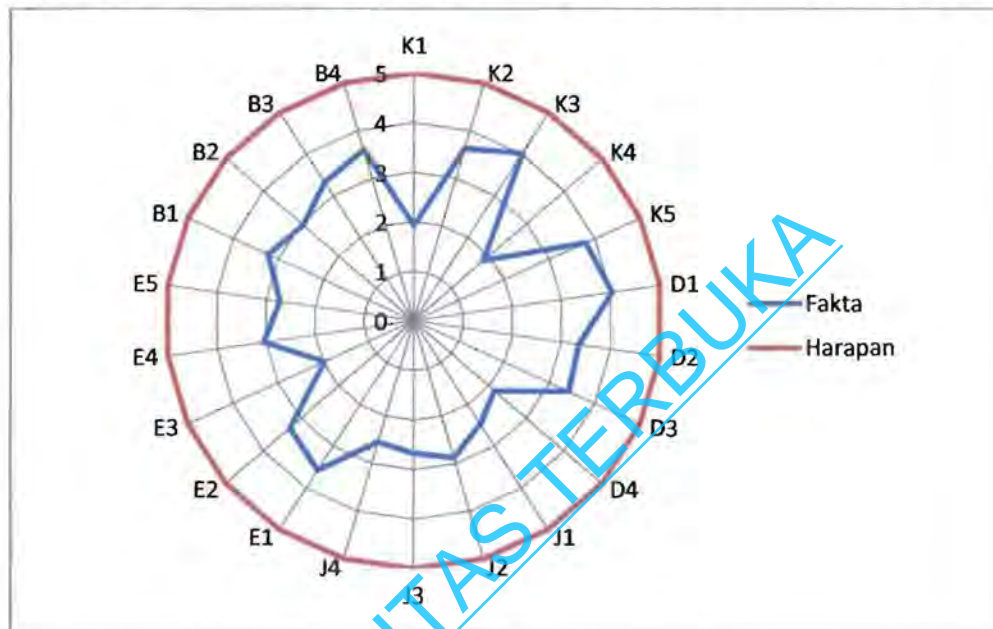
Tabel diatas menunjukkan bahwa fakta yang dirasakan kesemuanya dibawah nilai harapan skor 5, yang bernilai rendah 2 (tidak puas) dan yang bernilai tinggi hanya 4 (puas). Rasio 100% adalah hasil perbandingan kolom fakta dengan harapan, misalnya “memberikan layanan sesuai janji” dimana fakta 2 (tidak Puas) sedangkan harapan 5 (sangat diharapkan), jika dibandingkan (dibagi) kolom fakta 2 (tidak puas) dengan kolom harapan 5 (sangat diharapkan) maka hasilnya adalah 40 % (yaitu = $2 : 5 = 0,40$) dikali 100% = 40%, demikian seterusnya.

Dari tabel diatas nampaknya tidak ada yang 100% dari fakta yang dirasakan, dimana harapan paling tinggi hanya 80% dan paling rendah hanya 40%, meskipun tidak mencapai 100% namun secara rata-rata dikatakan cukup baik sesuai hasil deskriptif terdahulu.

4.b *Chart Semantic Differential* (Diagram Sarang Laba-laba)

Diagram sarang laba-laba adalah suatu alat analisis pemetaan antara harapan ideal dengan fakta yang dirasakan rekanan (vendor). Dalam analisis ini setiap faktor diberi skor, untuk harapan ideal diberi skor tertinggi sedangkan fakta yang dirasakan rekanan (vendor) adalah skor hasil penilaian pelanggan.

Gambar. 5.2.
Kepuasan Vendor Atas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah



Gambar diatas terlihat bahwa K1 (Memberikan layanan sesuai janji) menunjukkan angka 2 (tidak puas) karena menyentuh garis lingkaran dalam 2, sedangkan K2 (Ketergantungan dalam menangani masalah layanan pelanggan) menunjukkan angka dibawah 4 (puas) tetapi diatas 3 (cukup puas), demikian pula D1 (Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan) menunjukkan angka 4 (puas), dan seterusnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 5.17.
Posisi Kepuasan Vendor Atas Pelayanan
Pada Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah

Kode	Item	Keterangan
K1	Memberikan layanan sesuai janji	2 = Tidak puas
K2	Pegawai siap melayani pelanggan	4 = Puas
K3	Segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan	4 = Puas
K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	2 = Tidak puas
K5	Memberi layanan sesuai prosedur	4 = Puas
D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	4 = Puas
D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	3 = Cukup puas
D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	3 = Cukup puas
D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	2 = Tidak puas
J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	2 = Tidak puas
J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	3 = Cukup puas
J3	Karyawan yang sangat santun	3 = Cukup puas
J4	Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	3 = Cukup puas
E1	Pegawai Memberikan pelanggan perhatian individual	4 = Puas
E2	Karyawan peduli pada pelanggan	3 = Cukup puas
E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik	2 = Tidak puas
E4	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	3 = Cukup puas
E5	Tempat pelayanan yang nyaman	3 = Cukup puas
B1	Peralatan modern	3 = Cukup puas
B2	Fasilitas yang secara visual menarik	3 = Cukup puas
B3	Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	3 = Cukup puas
B4	Bahan misal formulir dan aplikasi LPSE mudah digunakan pelanggan	4 = Puas

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pembangunan Sekda Provinsi Kalimantan Tengah cukup baik meskipun tidak ada nilai yang sempurna dengan

nilai 100% sesuai harapan vendor, meskipun demikian pada umumnya merasakan adanya kepuasan karena menganggap kualitas pelayanan cukup baik. Demikian pula hasil penelitian Mulyadi (2007) yang menyatakan bahwa hanya 70% saja kualitas ideal, Wojayanti (2009) yang menyatakan bahwa hanya 75% saja kualitas ideal, bahkan menurut Ghanesh (2011) yang menyatakan bahwa terdapat gap antara harapan (*expected*) dengan persepsi (*perceived*) pelanggan bank yang diukur dengan 5 dimensi kualitas pelayanan seperti *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Meskipun demikian bahwa diharapkan pihak manajemen selalu berusaha memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dikemudian hari, terutama pelayanan sesuai janji, sesuai waktu yang dijanjikan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan, karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan dan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan yang terbaik.

Jika pelayanan memuaskan maka dapat dipertahankan dan kapan perlu ditingkatkan, dan yang kurang baik perlu mendapatkan perhatian dengan langkah-langkah yang mengupayakan perbaikan kualitas pelayanan, misalnya pelatihan bagi pegawai, atau perbaikan kesejahteraan bagi pegawai pelaksana pelayanan, karena sebagai aparatur negara maka diperlukan peningkatan kualitas pelayanan terutama kepada vendor dalam pelayanan LPSE.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan tentang kualitas pelayanan pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah Kasus Pengadaan Secara Elektronik, sebagai berikut :

1. Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dipersepsikan dengan nilai rata-rata 3(tiga) artinya kualitas pelayanan sudah cukup memuaskan bagi vendor.
2. Hasil analisis penetaan terutama rasio kesesuaian antara harapan dan fakta yang dirasakan vendor hanya 80% dan paling rendah hanya 40%, meskipun tidak mencapai 100 % namun secara rata-rata dikatakan cukup baik.

a. Item faktor dipersepsikan baik adalah ketergantungan dalam menangani masalah layanan pelanggan, melakukan layanan pada saat pertama, mempertahankan rekor bebas cacat, memberikan pelanggan perhatian individual, pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan, dan bahan dan materi yang enak dipandang dengan pelayanan.

yang dipersepsikan cukup baik adalah layanan yang tepat bagi pelanggan, keinginan untuk membantu pelanggan, membuat pelanggan

merasa aman dalam transaksi mereka, karyawan yang sangat santun, karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka, jam bisnis yang nyaman, peralatan modern, fasilitas yang secara visual menarik, dan karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional.

- b. Berapa item faktor yang harus diperbaiki dipersepsikan tidak memuaskan adalah memberikan layanan sesuai janji, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan, karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan, dan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik.

B. Saran-saran

Dengan memperhatikan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah khususnya Pengadaan Secara Elektronik, sebagai berikut :

1. Beberapa item faktor yang dikatakan sudah cukup memuaskan perlu dipertahankan, bahkan jika perlu lebih ditingkatkan lagi hingga memenuhi harapan vendor . Beberapa item factor yang sudah cukup memuaskan

adalah layanan yang tepat bagi pelanggan, keinginan untuk membantu pelanggan, membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan, karyawan yang sangat santun, karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, karyawan peduli pada pelanggan, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, tempat pelayanan yang nyaman, peralatan modern, fasilitas yang secara visual menarik dan karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional.

2. Beberapa item faktor yang harus diperbaiki adalah memberikan layanan sesuai janji, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan, karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan, dan sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik.
3. Perlunya memberikan pelatihan bagi pegawai pelaksana pelayanan agar kualitas pelayanan lebih baik lagi, dan disamping itu perlunya meningkatkan kesejahteraan bagi mereka pelaksana pelayanan misalnya mengadakan bimbingan teknis tentang pelayanan prima kepada para pegawai pelaksana pelayanan, mengenai berkomunikasi yang baik terhadap para pelanggan dan pelayanan yang lebih cepat dan efisien. Bagi yang sudah dinilai baik disarankan untuk dipertahankan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus, 1985. *Manajemen Produksi, Perencanaan Sistem Produksi*, BPFE-UGM, Yogyakarta.
- Alma, Buchari, Rahayu, Agus, Utama, Rd. Dian H., dan Wibowo, Lili A., 2007. *Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa Yang Dominan; Kaitannya Dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus Pada PT. Bank BNI Cabang UPI)*, Bunga Rampai Strategi, Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian, Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 1986. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dwiyanto, Agus, dan kawan-kawan, 2006. *Reformasi Birokrasi Publik Di Indonesia*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Engel, James F., 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Gasparsz, Vincent, 2005. *Total Quality Management*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ganesh. K., Sarkar, 2011. *Servqual Model For Measuring Service Quality And Analysis Of Behavioral Intention Of Bank Customers In Virudhunagar District*, Journal Volume : 01, Number : 09, Jan-2012 :Rjssm Www.Theinternationaljournal.org
- Gitosudarmo, Indriyo, 1994. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno, 2001. *Method Reaserch, Untuk Penulisan Paper, Skripsi, dan Thesis*, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi - UGM, Yogyakarta.
- Komputer, Wahana, 2005. *Pengembangan Analisis Multivariate Dengan SPSS 12*, Salemba Infotek, Jakarta.
- Kotler, Philip, Amstrong, 2003, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan Jilid I ,PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas, edisi Bahasa Indonesia, PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1994. *Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Alih Bahasa Adi Zakaria Afiff, FEUI, Jakarta.

- _____, 1997. *Manajemen Pemasaran, Marketing Management 9e, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*, Prenhallinmdo, Jakarta.
- _____, 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Kelima, Erlanga, Jakarta.
- Loudon, David L dan Dellabitta. 1987. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mahmudi, 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Malo, Manasse, dkk., 1985. *Metode Penelitian Sosial*, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta.
- Mosahab, Rahim, Mahamad, Osman dan Ramayah T., 2010. *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation*. Universiti Sains Malaysia (USM), www.ccsenet.org/ibr International Business Research Vol. 3, No. 4; October.
- Mulyadi, Hari, Rahayu, Agus, Wibowo Lili Adi, dan Syarif, Sunanta, 2007. *Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Yang Dirasakan Dengan Kepuasan Pelanggan, Bunga Rampai Strategi, Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sekaran, Uma, 2006. *Research Methods For Business, Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, Elison, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soetjjo, Siswanto, 1985. *Kerangka Dasar, Manajemen Pemasaran*, PPM, Seri Manajemen No. 55, Jakarta.
- Supranto, J., 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Surakhmad, Winarno, 1985. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metoda dan Teknik*, Penerbit Tarsito, Bandung.
- Swastha DH., Basu, 1998. *Azas-azas Marketing*, Edisi ke delapan, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha DH., Basu dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Cetakan kelima, Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Umar, Husien, 2000. *Manajemen Pemasaran, Kepuasan Konsumen*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Wasistiono, Sadu, 2003. *Kapita Selekta Manajemen Pemerintahan Daerah*, Edisi Revisi, Fikosmedia, Bandung.
- Wijayanti, Kristin Yuni, 2009. *Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Pengguna Jasa Pelayanan Akte Kelahiran Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Palangka Raya*, Tesis, Pasca Sarjana, FE-Universitas Palangka Raya.
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri, 2009. *SPSS Complete (Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS)*, Salemba Infotek, Jakarta.
- _____ Keputusan Menpan nomor : Kep/25/M.PAN/2/2004, tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 1.

KUESIONER
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
Kepentingan rekanan (vendor)

No. Sampel:

Kepada YTH : Rekanan (Vendor) Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah (Kasus Pengadaan Secara Elektronik).
 Di-Palangka Raya

Dengan Hormat,

Mohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara (i) untuk menjawab dengan sejujurnya pertanyaan pada kuesioner ini. Kuesioner ini memohon penilaian anda terhadap kualitas jasa pelayanan.

Petunjuk menjawab :

Pilih salah satu jawaban yang tersedia dengan cara menconteng “√” atau “” atau cross “X” pada kolom skor jawaban.

Makna Skor Jawaban :

- a. Skor 1 = Sangat tidak puas
- b. Skor 2 = Kurang puas
- c. Skor 3 = Ragu-ragu
- d. Skor 4 = Puas
- e. Skor 5 = Sangat puas

Pertanyaan :

Variabel	No	Atribut-Atribut	Skor Jawaban				
			1	2	3	4	5
Keandalan	1	Puaskah memberikan layanan sesuai janji ?					
	2	Puaskah pegawai siap melayani pelanggan?					
	3	Puaskah segera memberikan pelayanan setiap pelanggan berurusan ?					
	4	Puaskah menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan ?					
	5	Puaskah pelayanan sesuai prosedur ?					

Variabel	No	Atribut-Atribut	Skor Jawaban				
			1	2	3	4	5
Daya Tanggap	6	Puaskah pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan itu akan dilakukan ?					
	7	Puaskah layanan yang tepat bagi pelanggan ?					
	8	Puaskah keinginan untuk membantu pelanggan ?					
	9	Puaskah kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan ?					
Jaminan	10	Puaskah mendapat kepercayaan pelanggan ?					
	11	Puaskah membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan ?					
	12	Puaskah karyawan yang santun ?					
	13	Puaskah karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan ?					
Empati	14	Puaskah memberikan pelanggan perhatian individual ?					
	15	Puaskah pegawai yang peduli kepada pelanggan ?					
	16	Puaskah sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik ?					
	17	Puaskah pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan ?					
	18	Puaskah tempat pelayanan yang nyaman ?					
Bukti Fisik	19	Puaskah peralatan modern ?					
	20	Puaskah fasilitas yang secara visual menarik ?					
	21	Puaskah karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional ?					
	22	Puaskah bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan ?					

_____ Terima Kasih Atas Kerjasamanya _____

Lampiran 2.

Hasil Kuesioner Try Out

Sampel	Keadalan					Daya Tanggap				Jaminan				Empati					Bukti Fisik			
	K1	K2	K3	K4	K5	D1	D2	D3	D4	J1	J2	J3	J4	E1	E2	E3	E4	E5	B1	B2	B3	B4
1	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	3	3	3
2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4
3	2	2	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	5	5	5	5	4	2	1	1	3
7	3	4	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	4	5	5	5	5	2	3	2	3
8	2	2	3	2	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
9	2	2	2	3	2	5	4	5	5	1	1	1	2	4	4	3	4	4	1	1	1	2
10	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2
11	1	1	1	1	1	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	5	4	4
12	2	2	2	2	2	5	5	5	5	2	1	1	1	4	4	4	4	4	2	2	3	2
13	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5
14	2	2	2	2	2	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
15	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	3	4	5	5	5	5	2	1	1	3
16	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	2
17	1	1	3	1	1	5	5	5	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3
18	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4
19	4	4	4	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
20	2	2	2	2	2	5	5	4	5	1	1	1	1	4	4	4	4	4	2	2	2	2
21	4	4	4	4	4	2	2	2	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	2	3	2	2	2	5	5	5	5	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	5	5	5
23	3	3	4	3	3	2	2	2	2	5	5	4	5	3	4	3	3	3	1	2	1	1
24	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
25	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	5	5	5	4	5	4	4	4	5
26	5	4	5	5	5	1	1	2	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
27	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
28	4	4	4	5	4	1	2	1	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	4	1	1	2	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2

No.	Kode	Keterangan
1	K1	Pentingkah memberikan layanan sesuai janji ?
2	K2	Pentingkah pegawai siap melayani pelanggan ?
3	K3	Pentingkah segera memberikan layanan setiap pelanggan berurusan ?
4	K4	Pentingkah menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan ?
5	K5	Pentingkah melakukan pelayanan sesuai prosedur ?
1	D1	Pentingkah mengusahakan pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan itu akan dilakukan ?
2	D2	Pentingkah layanan yang tepat bagi pelanggan ?
3	D3	Pentingkah keinginan untuk membantu pelanggan ?
4	D4	Pentingkah kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan ?
1	J1	Pentingkah pegawai mendapat kepercayaan kepada pelanggan ?
2	J2	Pentingkah membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan ?
3	J3	Pentingkah karyawan yang sangat santun ?
4	J4	Pentingkah karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan ?
1	E1	Pentingkah memberikan pelanggan perhatian individual ?
2	E2	Pentingkah pegawai peduli kepada pelanggan ?
3	E3	Pentingkah sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik ?
	E4	Pentingkah karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan ?
5	E5	Pentingkah tempat pelayanan yang nyaman
1	B1	Pentingkah peralatan modern ?
2	B2	Pentingkah fasilitas yang secara visual menarik ?
3	B3	Pentingkah karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional ?
4	B4	Pentingkah bahan-bahan misalnya formulir dan aplikasimudah digunakan oleh pelanggan?

Lampiran 3.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	806,371
	df	231
	Sig.	,000

UNIVERSITAS TERBUKA

Anti-image Matrices

	K1	K2	K3	K4	K5	DT1	DT2	DT3	DT4	J1	J2	J3	J4	E1	E2	E3	E4	E5	BF1	BF2	BF3	BF4
Anti-image Cover K1	,019	-,013	-,018	-,022	-,020	,003	,004	-,005	-,005	-,010	,000	-,002	,009	-,011	,001	-,002	,011	-,004	-,009	-,007	,009	,014
K2	-,013	,071	-,010	-,004	-,003	-,013	,024	-,004	-,001	,007	-,009	-,013	,010	,018	,018	-,037	,004	-,008	,024	-,017	,009	-,022
K3	-,018	-,010	,110	,000	,003	,017	-,018	-,015	-,004	-,002	-,019	,028	-,003	,021	-,034	,035	-,011	-,015	,000	,004	-,009	,013
K4	-,022	-,004	,000	,082	,012	-,003	-,003	,010	,004	,017	,012	-,005	-,019	-,006	-,003	,008	-,008	,019	,008	,019	-,019	-,024
K5	-,020	-,003	,003	,012	,057	-,002	-,019	,017	,014	,015	,001	,004	-,018	,021	,013	,004	-,028	,004	,000	,021	-,005	-,020
DT1	,003	-,013	,017	-,003	-,002	,032	-,021	-,024	-,019	-,005	-,005	,012	-,002	,010	-,022	,028	-,004	-,009	,000	-,003	,010	-,009
DT2	,004	,024	-,018	-,003	-,019	-,021	,057	-,003	-,022	,002	,002	-,021	,009	-,029	,007	-,029	,021	,010	,015	-,017	-,011	,012
DT3	-,005	-,004	-,015	,010	,017	-,024	-,003	,057	,000	,018	,011	-,014	-,015	-,017	,031	-,012	-,019	,024	-,018	,028	-,014	,018
DT4	-,005	-,001	-,004	,004	,014	-,019	-,022	,000	,074	-,002	-,002	-,011	-,004	,027	,013	-,018	-,008	-,002	-,003	,018	-,002	-,013
J1	-,010	,007	-,002	,017	,015	-,005	,002	,018	-,002	,040	-,009	-,022	-,011	-,009	,008	-,011	-,014	,027	,008	,020	-,021	,001
J2	,000	-,009	-,019	,012	,001	-,005	,002	,011	-,002	-,009	,000	,000	-,020	-,018	,004	,005	,003	,015	-,013	-,001	-,001	,001
J3	-,002	-,013	,028	-,005	,004	,012	-,021	-,014	,011	-,022	,000	,050	-,011	,025	-,012	,027	-,008	-,019	-,013	-,008	,014	-,002
J4	,009	,010	-,003	-,019	-,018	,002	,009	-,015	-,004	-,011	-,020	-,011	,030	,009	-,002	-,010	,011	-,023	,011	-,015	,012	,002
E1	-,011	,018	,021	-,008	,021	,010	-,029	-,017	,027	-,009	,016	,025	,009	,130	-,006	,002	-,030	-,047	,007	-,007	,020	-,029
E2	,001	,018	-,034	-,003	,013	-,022	,007	,031	,013	,008	,004	-,012	-,002	-,006	,084	-,033	-,020	-,005	-,018	,010	,020	-,010
E3	-,002	-,037	,035	,008	,004	,028	-,029	-,012	-,018	-,011	,005	,027	-,010	,002	-,033	,073	-,024	-,008	-,018	,005	,001	,012
E4	,011	,004	-,011	-,008	-,028	-,004	,021	-,019	-,008	,014	,003	-,008	,011	-,030	-,020	-,024	,088	-,023	,019	-,023	,000	,000
E5	-,004	-,008	-,015	-,019	,004	-,009	,010	,024	-,002	,027	,015	-,019	-,023	-,047	-,005	-,008	-,023	,100	-,003	,031	-,042	,013
BF1	-,009	,024	,000	,008	,000	,000	,015	-,018	-,003	,008	-,013	-,013	,011	,007	-,018	-,018	,019	-,003	,088	-,019	-,024	-,038
BF2	-,007	-,017	,004	,019	,021	-,003	-,017	,028	,018	,020	-,001	-,008	-,015	-,007	,010	,005	-,023	,031	-,018	,085	-,030	-,015
BF3	,009	,009	-,009	-,019	-,005	,010	-,011	-,014	-,002	-,021	-,001	,014	,012	,020	,020	,001	,000	-,042	-,024	-,030	,088	-,014
BF4	,014	-,022	,013	-,024	-,020	-,009	,012	,018	-,013	,001	,001	-,002	,002	-,029	-,010	,012	,000	,013	-,038	-,015	-,014	,123
Anti-image Cornel K1	,717 ^a	-,345	-,352	-,834	-,811	,109	,113	-,149	-,132	-,372	,008	-,078	,387	-,231	,022	-,054	,301	-,084	-,265	-,188	,243	,298
K2	-,345	,778 ^a	-,118	-,053	-,052	-,290	,385	-,058	-,013	,128	-,174	-,224	,212	,170	,260	-,515	,054	-,097	,351	-,249	,123	-,234
K3	-,352	-,118	,802 ^a	-,001	,036	,289	-,229	-,188	-,048	-,030	-,307	,379	-,047	,178	-,403	,387	-,134	-,142	-,001	,047	-,107	-,110
K4	-,834	-,053	-,001	,784 ^a	,200	,073	-,055	,173	,082	,344	,280	-,084	-,440	-,065	-,051	,118	-,122	,236	,123	,285	-,297	-,289
K5	-,811	-,052	,038	,200	,758 ^a	-,052	-,331	,302	,219	,313	,017	,078	-,383	,247	,211	,058	-,420	,055	-,008	,348	-,088	-,233
DT1	,109	-,280	,289	-,073	-,052	,579 ^a	-,485	-,582	-,384	-,127	-,181	,308	,068	,159	-,493	,589	-,091	-,157	-,003	-,078	,218	-,138
DT2	,113	,385	-,229	-,055	-,031	-,485	,883 ^a	-,047	-,338	,049	,034	-,401	,218	-,339	,114	-,447	,338	,137	,253	-,281	-,178	,149
DT3	-,149	-,058	-,188	-,173	,302	-,582	-,047	,620 ^a	,007	,371	,241	-,287	-,385	-,197	,518	-,184	-,314	,317	-,294	,420	-,224	,180
DT4	-,132	-,013	-,048	,082	-,219	-,384	-,338	,007	,833 ^a	-,038	-,038	,177	-,091	,270	,194	-,218	-,108	-,022	-,043	,223	-,030	-,135
J1	-,372	,128	-,030	,344	,313	-,127	,049	,371	-,038	,899 ^a	-,243	-,492	-,308	-,120	,182	-,207	-,270	,429	,155	,401	-,400	,008
J2	,008	-,174	-,307	,280	,017	-,181	,034	,241	-,038	-,243	,815 ^a	,002	-,801	-,239	,085	,082	,089	,252	-,278	-,013	-,028	,010
J3	-,078	-,224	,379	-,084	,078	,308	-,401	-,287	,177	-,492	,002	,728 ^a	-,278	,308	-,217	,445	-,147	-,284	-,234	-,138	,235	-,031
J4	,387	,212	-,047	-,440	-,383	,088	,218	-,385	-,091	-,308	-,801	-,278	,887 ^a	,147	-,037	-,202	,253	-,414	,255	-,328	,282	,031
E1	-,231	,170	-,178	-,085	,247	,158	-,339	-,197	,270	-,120	-,239	,308	,147	,778 ^a	-,064	,019	-,322	-,409	,071	-,077	,208	-,231
E2	,022	,280	-,403	-,051	,211	-,493	,114	,518	,194	,182	,085	-,217	-,037	-,084	,703 ^a	-,480	-,301	-,068	-,274	,180	,302	-,108
E3	-,054	-,515	,387	,118	,058	,589	-,447	-,184	-,218	-,207	,082	,445	-,202	,019	-,480	,848 ^a	-,348	-,089	-,280	,088	,015	,124
E4	,301	,054	-,134	-,122	-,420	-,091	,338	-,314	-,108	-,270	,089	-,147	,253	-,322	-,301	-,348	,731 ^a	-,283	,289	-,349	,003	,002
E5	-,094	-,097	-,142	,238	,055	-,157	,137	,317	-,022	,429	,252	-,284	-,414	-,409	-,088	-,089	-,283	,708 ^a	-,033	,382	-,504	,118
BF1	-,285	,351	-,001	,123	-,008	-,003	,253	-,294	-,043	,155	-,278	-,234	,255	,071	-,274	-,280	,289	-,033	,870 ^a	-,285	-,385	-,419
BF2	-,188	-,249	,047	,285	,348	-,078	-,281	,420	,223	,401	-,013	-,138	-,328	-,077	,180	,088	-,349	,382	-,285	,884 ^a	-,454	-,187
BF3	,243	,123	-,107	-,297	-,088	,218	-,178	-,224	-,030	-,400	-,028	,235	,282	,208	,302	,015	,003	-,504	-,385	-,454	,885 ^a	-,151
BF4	,298	-,234	,110	-,289	-,233	-,138	,149	,180	-,135	,008	,010	-,031	,031	-,231	-,108	,124	,002	,118	-,418	-,187	-,151	,758 ^a

No	Kode	Keterangan	AIC	Keterangan
1	K1	Memberikan layanan sesuai janji	0,717	Valid dan Reliabel
2	K2	Pegawai siap melayani pelanggan Melakukan layanan	0,778	Valid dan Reliabel
3	K3	Segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan	0,802	Valid dan Reliabel
4	K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	0,764	Valid dan Reliabel
5	K5	Memberi layanan sesuai prosedur	0,756	Valid dan Reliabel
6	D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	0,679	Valid dan Reliabel
7	D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	0,683	Valid dan Reliabel
8	D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	0,620	Valid dan Reliabel
9	D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	0,833	Valid dan Reliabel
10	J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	0,699	Valid dan Reliabel
11	J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	0,815	Valid dan Reliabel
12	J3	Pegawai yang sangat santun	0,726	Valid dan Reliabel
13	J4	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	0,667	Valid dan Reliabel
14	E1	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	0,776	Valid dan Reliabel
15	E2	Pegawai peduli pada pelanggan	0,703	Valid dan Reliabel
16	E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan tert aik	0,646	Valid dan Reliabel
17	E4	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	0,731	Valid dan Reliabel
18	E5	Tempat pelayanan yang nyaman	0,706	Valid dan Reliabel
19	B1	Peralatan modern	0,670	Valid dan Reliabel
20	B2	Fasilitas yang secara visual menarik	0,664	Valid dan Reliabel
21	B3	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	0,665	Valid dan Reliabel
22	B4	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	0,756	Valid dan Reliabel

AIC = *Anti Image Correlation*

Lampiran 4.

KUESIONER
Kualitas Pelayanan

No. Sampel :

Kepada YTH. : Rekanan (Vendor) Pada Kantor Biro Administrasi Pembangunan
Setda Provinsi Kalimantan Tengah

Dengan Hormat,

Berikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diselenggarakan oleh Kantor Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi Kalimantan Tengah.

Isian :

1. Usia =
2. Jenis Kelamin =
3. Tingkat Pendidikan =
4. Pekerjaan =
5. Tingkat Pengeluaran =

Jawaban :

- a. Sangat puas = 5
- b. Puas = 4
- c. Cukup puas = 3
- d. Tidak puas = 2
- e. Sangat tidak puas = 1

Variabel	No	Atribut-Atribut	Skor Jawaban				
			1	2	3	4	5
Keandalan	1	Biro ini telah memberikan layanan sesuai janji ?					
	2	Biro ini telah siap menangani pelanggan ?					
	3	Biro ini telah segera memberi pelayanan setiap pelanggan berurusan ?					
	4	Biro ini telah menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan ?					
	5	Biro ini telah memberikan layanan sesuai prosedur?					
Daya Tanggap	6	Biro ini telah mengusahakan pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan itu akan dilakukan ?					
	7	Biro ini telah melakukan layanan yang tepat bagi pelanggan ?					

Variabel	No	Atribut-Atribut	Skor Jawaban				
			1	2	3	4	5
	8	Biro ini telah keinginan untuk membantu pelanggan ?					
	9	Biro ini telah melakukan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan ?					
Jaminan	10	Biro ini telah melakukan upaya membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan ?					
	11	Biro ini telah membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan ?					
	12	Biro ini telah melakukan pegawai yang santun ?					
	13	Biro ini telah melakukan dan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan ?					
Empati	14	Biro ini telah memberikan pelanggan perhatian individual ?					
	15	Biro ini telah menghadapi pelanggan yang peduli mode ?					
	16	Biro ini telah memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik ?					
	17	Biro ini telah memahami kebutuhan pelanggan ?					
	18	Biro ini telah memberikan tempat pelayanan yang nyaman					
Bukti Fisik	19	Biro ini telah melakukan dengan peralatan modern ?					
	20	Biro ini telah melakukan dengan fasilitas yang secara visual menarik ?					
	21	Biro ini telah melakukan dan memiliki penampilan yang rapi dan profesional ?					
	22	Biro ini telah melakukan dengan bahanmisalnya formulirdan aplikasi mudah digunakan pelanggan ?					

_____Terima Kasih Atas Kerjasamanya_____

Lampiran 5.

Hasil Kuesioner Kepuasan Pelayanan

Sampel	Keadalan					Daya Tanggap				Jaminan			
	K1	K2	K3	K4	K5	D1	D2	D3	D4	J1	J2	J3	J4
1	1	5	4	2	4	4	5	4	2	3	4	4	2
2	2	4	4	1	4	4	3	3	1	3	3	1	3
3	3	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	2	2
4	1	5	5	2	5	5	5	3	2	3	3	3	1
5	1	3	5	1	5	5	5	4	2	1	4	1	1
6	2	4	3	2	5	3	5	3	1	5	5	5	5
7	1	4	4	2	4	4	5	5	1	2	5	2	5
8	1	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1	1
9	4	4	5	1	5	5	5	2	2	4	4	4	4
10	3	3	3	3	3	3	5	3	3	1	3	1	1
11	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1
12	2	4	3	1	3	3	1	3	3	1	1	3	2
13	1	5	5	1	5	5	5	2	2	3	2	2	2
14	1	4	5	2	5	5	5	3	1	3	3	1	3
15	2	4	5	2	5	5	2	4	2	2	2	2	2
16	1	4	5	5	5	5	5	3	3	1	3	1	2
17	3	4	4	1	4	4	5	4	1	4	4	3	1
18	2	4	4	1	4	4	5	3	2	2	2	1	2
19	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	2
20	2	4	5	1	4	5	2	4	2	1	2	1	2
21	4	4	3	2	4	3	5	3	1	2	3	3	2
22	5	5	3	3	3	3	4	3	2	1	4	1	2
23	2	2	5	2	3	5	1	5	1	1	2	2	1
24	2	4	4	1	4	4	4	4	3	4	2	4	4
25	1	4	5	1	4	5	1	4	1	1	4	4	4
26	2	3	3	3	3	5	3	5	3	1	3	3	3
27	2	4	4	1	4	5	4	4	2	4	2	4	4
28	1	3	3	1	3	4	1	3	2	1	3	4	1
29	1	2	5	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2
30	2	3	3	3	3	5	2	3	3	3	1	3	3
31	2	2	4	1	4	3	2	3	1	4	4	4	4
32	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	4	3

Sampel	Keadalan					Daya Tanggap				Jaminan			
	K1	K2	K3	K4	K5	D1	D2	D3	D4	J1	J2	J3	J4
33	2	3	3	1	3	5	3	3	3	3	3	3	3
34	2	2	5	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
35	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3
36	1	2	4	2	4	5	4	4	4	3	1	4	1
37	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	2	4	5	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4
39	2	5	5	2	5	5	1	4	5	1	2	5	5
40	1	5	5	1	3	4	1	5	5	5	5	4	5
Rata-2	2	4	4	2	4	4	3	3	2	2	3	3	3

Sampel	Empati					Bukti Fisik			
	E1	E2	E3	E4	E5	B1	B2	B3	B4
1	4	4	2	4	4	5	2	4	5
2	3	3	1	3	1	3	3	5	3
3	4	4	1	3	3	2	4	4	4
4	3	3	3	3	3	5	3	3	5
5	4	1	2	4	1	4	4	5	5
6	5	5	1	5	5	5	5	5	5
7	4	5	1	3	5	2	2	5	5
8	4	4	2	4	4	4	4	4	4
9	4	4	1	4	1	4	4	4	5
10	4	3	2	3	3	5	3	3	5
11	3	3	3	3	3	2	3	5	3
12	1	1	1	3	1	1	1	1	1
13	2	2	2	2	2	5	2	2	5
14	4	3	3	3	1	3	3	3	5
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	3	3	3	3	3	5	2	5	5
17	4	4	2	3	4	4	4	4	5
18	2	1	1	2	1	2	2	2	5
19	3	3	3	3	3	5	3	5	3
20	4	2	2	2	3	2	2	2	2
21	3	3	3	3	3	2	2	3	5
22	4	1	1	3	1	2	2	5	4
23	5	5	3	2	1	3	2	2	2

Sampel	Empati					Bukti Fisik			
	E1	E2	E3	E4	E5	B1	B2	B3	B4
24	4	4	1	4	4	4	4	4	4
25	4	4	2	4	4	4	4	4	2
26	5	3	3	3	1	3	2	3	4
27	3	4	1	2	4	3	4	4	3
28	5	5	3	3	3	3	5	3	2
29	2	2	2	2	3	2	2	2	2
30	3	3	3	4	1	3	2	3	3
31	5	4	1	4	4	3	5	2	2
32	3	3	1	2	3	3	3	3	5
33	5	5	3	3	3	3	3	3	3
34	5	2	2	4	1	2	2	2	2
35	5	3	3	3	3	3	3	3	3
36	4	4	1	2	4	4	4	2	4
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	5	5	1	4	1	3	3	3	3
39	3	5	3	4	5	3	2	3	3
40	1	5	2	2	5	4	4	4	4
Rata-2	4	3	2	3	3	3	3	3	4

Kode	Kehandalan	Rata-2
K1	Memberikan layanan sesuai janji	2
K2	Pegawai siap melayani pelanggan	4
K3	Segera memberikan pelayanan setiap pelanggan berurusan	4
K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	2
K5	Memberikan layanan sesuai prosedur	4
	Rata-rata	3

Kode	Daya Tanggap	Rata-2
D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	4
D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	3
D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	3
D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	2
	Rata-rata	3

Kode	Jaminan	Rata-2
J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	2
J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	3
J3	Pegawai yang sangat santun	3
J4	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	3
	Rata-rata	3

Kode	Empati	Rata-2
E1	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	4
E2	Pegawai yang peduli pada pelanggan	3
E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan	2
E4	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	3
E5	Tempat pelayanan yang nyaman	3
	Rata-rata	3

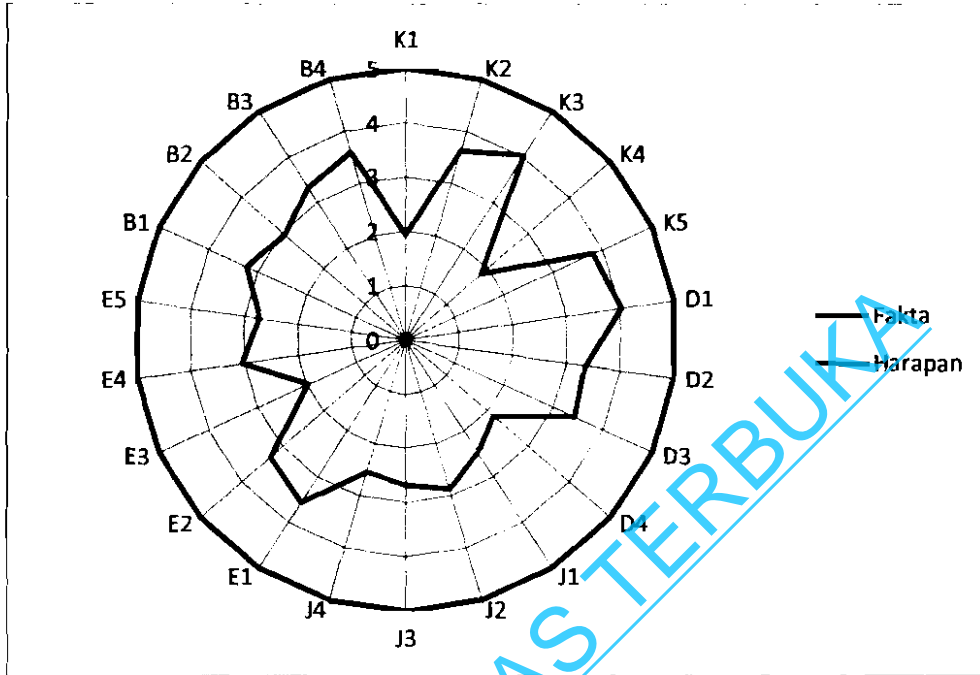
Kode	Bukti Fisik	Rata-2
B1	Peralatan modern	3
B2	Fasilitas yang secara visual menarik	3
B3	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	3
B4	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	4
	Rata-rata	3

Lampiran 6.

Data Rekapitulasi

Kode	Item	Harapan	Fakta
K1	Memberikan layanan sesuai janji	5	2
K2	Pegawai siap melayani pelanggan	5	4
K3	Segera memberikan pelayanan setiap pelanggan berurusan	5	4
K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	5	2
K5	Memberikan layanan sesuai prosedur	5	4
D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	5	4
D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	5	3
D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	5	3
D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	5	2
J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	5	2
J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	5	3
J3	Pegawai yang sangat santun	5	3
J4	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	5	3
E1	Pegawai memberikan pelayanan perhatian individual	5	4
E2	Pegawai yang peduli pada pelanggan	5	3
E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan	5	2
E4	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	5	3
E5	Tempat pelayanan yang nyaman	5	3
B1	Peralatan modern	5	3
B2	Fasilitas yang secara visual menarik	5	3
B3	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	5	3
B4	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	5	4

Kode	Item	Harapan	Fakta	Selisih
K1	Memberikan layanan sesuai janji	5	2	3
K2	Pegawai siap melayani pelanggan	5	4	1
K3	Segera memberikan pelayanan setiap pelanggan berurusan	5	4	1
K4	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	5	2	3
K5	Memberikan layanan sesuai prosedur	5	4	1
D1	Pelanggan tetap terinformasi misalnya kapan layanan dilakukan	5	4	1
D2	Layanan yang tepat bagi pelanggan	5	3	2
D3	Keinginan untuk membantu pelanggan	5	3	2
D4	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	5	2	3
J1	Dapat kepercayaan kepada pelanggan	5	2	3
J2	Membuat pelanggan merasa aman dalam berurusan	5	3	2
J3	Pegawai yang sangat santun	5	3	2
J4	Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	5	3	2
E1	Pegawai memberikan pelanggan perhatian individual	5	4	1
E2	Pegawai yang peduli pada pelanggan	5	3	2
E3	Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan	5	2	3
E4	Pegawai yang memahami kebutuhan pelanggan	5	3	2
E5	Tempat pelayanan yang nyaman	5	3	2
B1	Peralatan modern	5	3	2
B2	Fasilitas yang secara visual menarik	5	3	2
B3	Pegawai yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional	5	3	2
B4	Bahan misal formulir dan aplikasi mudah digunakan pelanggan	5	4	1



UNIVERSITAS TERBUKA