

ANALISIS HASIL PELAYANAN PUBLIK BDK AMBON TAHUN 2019

Oleh:

Edoardus J. Ohoiledwarin
Email: edohaar@gmail.com

Abstract

Tulisan ini diangkat dari hasil survey terhadap pelayanan public Balai Diklat Keagamaan (BDK) Ambon tahun 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan alumni diklat terhadap kinerja unit pelayanan publik pada Balai Diklat Keagamaan (BDK) Ambon dan untuk mendapatkan informasi tentang indeks layanan kediklatan dari pengguna layanan di BDK Ambon sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas layanan secara berkesinambungan. Metode penelitian yang dipakai adalah metode survey. Responden pada Survei ini adalah alumni diklat yang telah menerima pelayanan/alumni diklat BDK Ambon Tahun 2019 dan dipilih berdasarkan teknik *random sampling*. Secara teknis penyampaian kuesioner dilakukan dengan menggunakan *google form*. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa seluruh unsur pelayanan publik BDK Ambon dalam kategori “SANGAT BAIK”, dengan nilai Indeks Layanan Kediklatan BDK Ambon sebesar 97,08 yang berada pada interval (81%-100%). Hal ini menunjukkan bahwa secara mutu aspek-aspek pelayanan publik BDK Ambon dalam kategori “SANGAT BAIK” oleh karena itu perlu untuk dipertahankan dan terus ditingkatkan dengan mencari metode pelayanan yang paling efektif dan efisien sehingga pelayanan terhadap peserta diklat lebih baik lagi.

(Kata kunci: pelayanan public, kepuasan, alumni diklat)

A. Latar belakang

Kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu indikator berhasilnya sebuah organisasi. Mengapa? Karena kepuasan pelanggan adalah salah satu ukuran bahwa organisasi tersebut mampu memenuhi keinginan pelanggan secara nyata tetapi juga mampu mewujudkan idealism organisasi. Betapa pentingnya aspek ini membuat hampir semua organisasi melakukan survey untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan organisasi tersebut terhadap mereka. Hasil survey tersebut akan menjadi ukuran keberhasilan organisasi, sekaligus umpan balik bagi organisasi tersebut dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya.

Organisasi pemerintah sebagai salah satu organisasi yang bergerak di bidang pelayanan public juga memiliki kewajiban untuk selalu memenuhi kepuasan pelanggan dalam layanan public yang diberikan kepada mereka. Untuk mengetahui kepuasan public maka setiap instansi pemerintah harus melaksanakan pengukuran kepuasan public secara terus menerus. Namun sampai saat ini sebagian besar organisasi pemerintah yang bergerak pada pelayanan public belum melaksanakan pengukuran untuk mengetahui tingkat kepuasaan public terhadap pelayanan yang diberikan oleh mereka. BDK Ambon juga merupakan salah satu dari instansi pemerintah tersebut yang belum melaksanakan pengukuran terhadap

pelayanan yang diberikan kepada peserta diklat.

Oleh karena itu, dalam rangka menindaklanjuti Surat Edaran Kementerian PAN dan RB Nomor 05 Tahun 2020 terkait Penyampaian Laporan PMPRB

Kementerian/Lembaga dan dalam rangka peningkatan nilai PMPRB Badan Litbang dan Diklat tahun 2020 serta surat dari Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, Nomor

367/BD/Set.BD/.3/OT.00/04/2020

tanggal 15 April 2020 perihal Permohonan Laporan Evaluasi Pasca Diklat dan Pelayanan Publik, maka Balai Diklat Keagamaan Ambon telah melakukan pengukuran kepuasan pelanggan melalui survey dari tanggal 16 April sampai dan dengan 25 April 2020 terhadap para alumni diklat BDK Ambon Tahun 2019.

Adapun maksud utama survey ini dilakukan adalah untuk mengukur tingkat kepuasan peserta diklat atas layanan yang dilaksanakan oleh Balai Diklat Keagamaan Ambon dan mengukur persepsi anti korupsi alumni diklat terhadap layanan BDK Ambon. Fokus utama dalam pengukuran tingkat kepuasan peserta diklat ini adalah sebagai umpan balik bagi Balai Diklat Keagamaan (BDK) Ambon untuk mengevaluasi diri terkait dengan jasa layanan yang telah diberikan kepada peserta diklat selama mengikuti kegiatan kediklatan. Oleh karena itu rumusan masalah pokok dalam penelitian ini yakni: Bagaimana tingkat kepuasan alumni diklat BDK Ambon tahun 2019? Dan Apa factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan alumni diklat?

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan alumni diklat BDK Tahun 2019. Selain tujuan tersebut di atas, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi Balai Diklat Keagamaan Ambon dalam memperbaiki program dan pelayanannya dan juga sebagai bahan kajian akademik dalam rangka peningkatan mutu dan kualitas kediklatan.

B. Teori dan metode penelitian

1. Teori

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Kepuasan (Tjiptono, 2014) berasal dari bahasa latin yaitu "*satis*" yang berarti cukup baik atau memadai

dan “*facio*” berarti melakukan atau membuat. Menurut Oliver, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi. Churchill & Suprenant, merumuskan kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara *reward* dan biasa pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya. Day mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian evaluatif purnabeli spesifik. Tse & Wilton mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

b. Teori-teori tentang kepuasan Menurut Fandy Tjiptono (Tjiptono, 2014) ada enam teori kepuasan pelanggan yang terstruktur dalam tiga perspektif pokok yaitu perspektif psikologi (yang meliputi *cognitive dissonance theory*, *contrast theory*, *assimilation contrast theory*, dan *adaptation level theory*), perspektif ekonomi (*utility theory*), serta perspektif sosiologi (*alienation theory*). Berikut adalah penjelasan masing-masing teori :

1. Cognitive Dissonance Theory

Teori ini mengungkapkan bahwa konsumen berusaha menekan disonansi, yaitu kesenjangan atau perbedaan antara ekspektasi dari kinerja produk barang atau jasa. Diskonfirmasi negatif tercipta ketika

kinerja produk lebih buruk dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.

Sebaliknya, diskonfirmasi positif tercipta ketika kinerja produk lebih bagus daripada ekspektasi pelanggan. Adapula situasi konfirmasi sederhana yang terjadi jika kinerja sama persis atau sesuai dengan harapan pelanggan. Teori disonansi kognitif ini memandang kepuasan pelanggan sebagai evaluasi yang memberikan hasil di mana penalaman atau kinerja yang dipersepsikan sebaiknya sama baiknya dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Contrast Theory

Teori ini berkebalikan dengan teori disonansi kognitif pada poin satu. Teori ini tidak menekan disonansi tetapi malah justru memperbesar perbedaan antara ekspektasi dengan kinerja produk barang atau jasa. Apabila kinerja produk yang dibeli konsumen melampaui ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas. Tetapi jika yang terjadi sebaliknya, kinerja produk di bawah ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat tidak puas. Teori ini secara tersirat mengungkapkan bahwa konsumen sangat sensitive terhadap ekspektasi yang tidak terpenuhi dan bisa berreaksi secara berlebihan dengan sendirinya.

3. Assimilation Contrast Theory

Teori ini berpendapat bahwa konsumen mungkin menerima penyimpangan atau deviasi dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Jika produk barang atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi oleh pelanggan tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan, maka kinerja produk barang atau jasa tersebut akan diasimilasi atau diterima dan produk barang atau jasa yang bersangkutan akan dievaluasi

secara positif alias dinilai memuaskan. Tetapi jika kinerja produk barang atau jasa justru melampaui zona penerimaan konsumen, maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sehingga tampak lebih besar dari sesungguhnya. Teori kontras asimilasi ini menjelaskan kepuasan pelanggan dengan memakai dua teori sebelumnya (teori disonansi kognitif dan teori kontras). Dalam kasus tingkat diskonfirmasi ekspektasi dan kinerja yang moderat, konsumen akan berperilaku sesuai dengan teori disonansi kognitif. Tetapi jika tingkat diskonfirmasinya tinggi melampaui zona penerimaan, maka konsumen akan berperilaku sesuai dengan teori kontras, membesar-besarkan perbedaan antara ekspektasi dan kinerja produk.

4. *Adaptation Level Theory*

Teori ini berpendapat bahwa individu hanya akan mempersepsikan sebuah stimulus berdasarkan standar yang diadaptasi olehnya dan standar tersebut bergantung pada persepsi terhadap stimulus, konteks, karakteristik psikologis, dan fisiologis organisme. Tingkat adaptasi yang sudah terbentuk menjadi penentu evaluasi berikutnya dan memastikan bahwa setiap penyimpangan positif maupun negatif tetap berada pada rentang posisi original individu yang bersangkutan. Satu-satunya yang mampu mengubah evaluasi akhir seseorang hanya kekuatan besar terhadap tingkat adaptasi. Standar pembandingan tingkat adaptasi bagi kinerja produk adalah ekspektasi pelanggan. Sedangkan kekuatan principal yang menyebabkan penyimpangan positif atau negatif dari tingkat adaptasi adalah peranan dari diskonfirmasi.

5. *Utility Theory*

Teori utilitas pada prinsipnya berfokus pada cara konsumen dalam memilih dan membuat keputusan berdasarkan preferensi dan penilaiannya terhadap nilai tertentu. Teori ini memiliki unsur pokok berupa hubungan antara preferensi dan indifferensi individu terhadap serangkaian alternative produk, merek, dan pemasok berdasarkan sejumlah asumsi berikut ini :

- Asumsi *connectivity* : semua alternative saling terkait sehubungan dengan relasi antara preferensi dan indifferensi.
- Asumsi *consistency* : relasi preferensi antara dua alternative tidak bisa diubah pada titik waktu tertentu.
- Asumsi *transitivity* : jika ada tiga alternative (A/B/C) yang dipertimbangkan dan jika konsumen lebih menyukai $A > B > C$ maka serangkaian alternative bisa diberi peringkat sesuai dengan preferensi konsumen. Peringkat itulah yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Anda.

6. *Alienation Theory*

Teori alienation lebih menginterpretasikan sebuah konsep tentang ketidakpuasan pelanggan. Definisi alienation sendiri bisa diidentifikasi dalam empat bentuk yang berbeda yaitu *powerlessness*, *meaninglessness*, *normlessness*, dan *isolation*. Berikut di bawah ini adalah penjelasan masing-masing bentuk :

1. *Powerlessness*

Dari sudut pandang konsumen, ini mencerminkan perasaan tidak mampu mempengaruhi perilaku

pebisnis dalam melindungi kepentingannya sebagai konsumen. Contoh adalah konsumen sering merasa tidak berdaya ketika perusahaan tidak memberi respons atas komplainnya terkait kegagalan produk barang atau jasa dalam memenuhi ekspektasinya.

2. *Meaninglessness*

Dari sudut pandang konsumen, ini mencerminkan dirinya tidak mampu membuat keputusan pembelian secara bijaksana karena minimnya kepercayaan diri, informasi produk alternative, dan lain-lain.

3. *Normlessness*

Bentuk ini merefleksikan keyakinan sebagian besar konsumen bawa setiap pelaku bisnis cenderung berperilaku tidak etis dan melakukan praktik ketidak-adilan dalam aktivitas pemasarannya. Contohnya adalah keyakinan konsumen bahwa perusahaan sengaja meluncurkan produk handphone seri terbaru untuk mengeliminasi handphone model lama secara bertahap.

4. *Isolation*

Dari sudut pandang konsumen, mereka merasa terisolasi saat mereka tidak mampu memahami makna iklan produk dengan benar dan tidak mampu mengalami kondisi berbelanja yang menyenangkan dan membuat mereka ingin kembali ke tempat itu.

Berdasarkan pengertian para ahli dan teori-teori tentang kepuasan dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

c. Pengertian Layanan

Pelayanan menurut Gronroos (Prima, 2014) adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain (Prima, 2014).

Pelayanan merupakan bagian dari jasa. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan *personal* (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Menurut Kotler (Kotler, 2008) jasa didefinisikan sebagai semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Leonard L. Berry (Sunyoto, 2013) jasa merupakan *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas), proses-proses, dan unjuk kerja yang *intangible*. Di

dalam jasa terdapat interaksi antara pihak pemberi jasa dan konsumen. Oleh sebab itu, setiap perusahaan jasa selalu berusaha untuk memberikan jasa yang berkualitas untuk pelanggannya agar pelanggan tidak merasa kecewa. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang tidak dapat diraba, tidak berwujud dan berguna untuk membantu hal yang diperlukan orang lain.

d. Standar pelayanan Publik

Setiap penyelenggaraan pelayanan harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut Wahyuni (2006) standar pelayanan publik berfungsi untuk memberikan arah bertindak bagi instansi penyedia pelayanan publik, di mana dengan ditetapkannya suatu standar atas pelayanan publik, maka dapat mempermudah instansi penyedia pelayanan untuk menentukan strategi dan prioritas. Terdapat dua manfaat standar pelayanan yang diungkapkan oleh Supranto dan Sugiyanti (2001 dalam Wahyuni, 2006), yaitu sebagai berikut: 1) Standar pelayanan memberikan jaminan mutu bagi pelanggan. Melalui standar pelayanan ini, masyarakat (pelanggan) dapat mengetahui apa saja yang diharapkan dari sebuah pelayanan. 2) Standar pelayanan dapat digunakan sebagai ukuran baku atas mutu yang harus ditampilkan oleh para petugas pelayanan.

Selanjutnya, di dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25 Tahun 2004 disebutkan bahwa hendaknya setiap penyelenggara pelayanan melakukan survey indeks kepuasan masyarakat secara berkala. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan agar tetap pada tingkat yang baik, bahkan memuaskan. Pada umumnya, masyarakat menginginkan produk jasa layanan yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik. Dengan demikian, perlu diperhatikan dimensi waktu, biaya, maupun kualitas baik produk maupun sikap. Pelayanan yang terbaik adalah melayani setiap saat, secara cepat dan memuaskan, berlaku sopan, ramah, dan menolong, serta profesional (Rachmadi, 1998). Sejalan dengan otonomi daerah, pada hakekatnya pemerintah harus mampu menyediakan pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini sesuai dengan fungsi utama dari pemerintah yaitu memberikan kesejahteraan masyarakatnya. Tingkat kesejahteraan masyarakat akan sangat tergantung pada pelayanan publik yang prima yang dilaksanakan oleh pemerintah.

2. Metode Penelitian.

Jenis penelitian yang dipakai dalam laporan ini adalah metode penelitian survey atau secara ringkas biasa disebut metode survey yakni; penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen pengumpulan data. Sugiyono (sugiono, 2014) mendefinisikan penelitian survey adalah Metode

survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan memberikan kuesioner.

Pengumpulan data dilakukan melalui angket yang disebarakan melalui google form kepada para alumni yang telah ditetapkan sebagai sampel. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh alumni diklat BDK Ambon Tahun 2019. Secara kuantitatif jumlah populasi alumni diklat BDK Ambon tahun 2019 adalah sebanyak 2000 alumni diklat. Oleh karena itu sampel dilaksanakan dengan menggunakan teknik random sampling dengan mengambil sampel sebanyak 200 orang secara acak di semua wilayah kerja BDK Ambon. Waktu penelitian berlangsung dari tanggal 16 April sampai dan dengan 30 April 2020. Tempat penelitian meliputi seluruh wilayah kerja Bdk.Ambon, yakni provinsi Maluku dan Maluku Utara.

Teknik analisa data menggunakan teknik analisa data deskriptif kuantitatif , yakni data dianalisis dan ditampilkan secara kuantitatif dalam bentuk persen. Model analisis yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif dengan teknik deskriptif untuk data kuantitatif. Sedangkan untuk data kualitatif menggunakan *Analysis Interactive Model* dari Miles & Huberman (sugiono, 2014) yang membagi kegiatan analisis menjadi beberapa bagian yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, yang dilakukan evaluator adalah dengan melakukan

triangulasi dan member check. Klasifikasi hasil penilaian kepuasan layanan didasarkan pada referensi kriteria yang ditentukan oleh tim evaluasi seperti disajikan dalam tabel:

| No | Interval | Kategori |
|----|------------|-------------|
| 1. | 81% - 100% | Sangat Baik |
| 2. | 61% - 80% | Baik |
| 3. | 41% - 60% | Cukup Baik |
| 4. | 21% - 40% | Kurang Baik |
| 5. | 0% - 20% | Tidak Baik |

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil survey tentang Evaluasi Pasca Diklat dan Layanan Kepuasan Balai Diklat Keagamaan Ambon dari tanggal 16 sampai dan dengan 25 April 2020 yang dilaksanakan di wilayah kerja BDK Ambon, yakni Provinsi Maluku dan Maluku Utara, maka kami laporkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian

a. Tabel 1.1. Rekapitulasi data responden

| NO | KAB/KOTA | LAYANAN BDK |
|--------|--------------|-------------|
| 1. | KOTA TERNATE | 10 |
| 2. | HALSEL | 5 |
| 3. | HALBAR | 5 |
| 4. | HALTIM | 5 |
| 5. | HALUT | 5 |
| 6. | KEP.TIDORE | 10 |
| 7. | KEP.SULA | 5 |
| 8. | HALTENG | 5 |
| 9. | TALIABU | 5 |
| 10. | MOROTAI | 5 |
| 11. | KOTA AMBON | 30 |
| 12. | MALTENG | 20 |
| 13. | SBB | 10 |
| 14. | SBT | 10 |
| 15. | KOTA TUAL | 10 |
| 16. | MALRA | 10 |
| 17. | KK.TANIMBAR | 10 |
| 18. | MBD | 10 |
| 19. | BURU | 10 |
| 20. | BURSEL | 10 |
| 21. | ARU | 10 |
| JUMLAH | | 200 |

(sumber: data diolah)

Berdasarkan data sebaran responden di atas, maka

sebagian besar responden berasal dari wilayah Maluku, khususnya Kota Ambon dan Kabupaten Maluku Tengah. Ada dua alasan utama respons responden di kedua wilayah tersebut cukup tinggi, yakni pertama; factor jumlah alumni diklat yang sebagian besar tersebar di kedua wilayah tersebut. Kedua; factor lain yang juga ikut berpengaruh yakni kondisi jaringan internet yang cukup bagus di kedua wilayah tersebut. Demikian keterangan tentang data sebaran responden di atas.

b. Tabel 1.2. Rekapitan penilaian Alumni Diklat Tahun 2019

| No | Pertanyaan | % |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| a. | Apakah prosedur/ alur pelayanan pelatihan yang diberikan mudah? | 99 |
| b. | Apakah syarat/ dokumen yang dibutuhkan untuk memperoleh layanan pelatihan tersebut mudah? | 99 |
| c. | Apakah biaya dalam mengikuti pelayanan pelatihan tersebut terjangkau? | 99 |
| d. | Apakah waktu penyelesaian pelayanan pelatihan tersebut sesuai dengan prosedur yang dijanjikan? | 94 |
| e. | Apakah widyaiswara/ panitia pelatihan | 99 |

| | | |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| | cepat dalam memberikan pelayanan tersebut? | |
| f. | Apakah widyaiswara/panitia pelatihan mempunyai keahlian dan kompetensi yang baik dalam memberikan pelayanan tersebut? | 99 |
| g. | Apakah sarana dan prasarana yang diberikan dalam pelayanan pelatihan tersebut lengkap/memadai? | 95 |
| h. | Seberapa baik tindak lanjut penanganan pengaduan ketika ada keluhan dari peserta pelatihan? | 99 |
| RATA-RATA | | 97,8 |

(SUMBER DATA: DIOLAH)

Jumlah responden : 30

Berdasarkan data pada table 1.2 di atas maka ada beberapa hal yang akan dibahas terkait pelayanan Balai Diklat Keagamaan Ambon sebagai berikut:

- 1) Prosedur/alur pelayanan yang diberikan oleh Balai Diklat Keagamaan Ambon
Secara teori disebutkan bahwa sebuah lembaga akan dinilai sangat baik dalam pelayanan oleh para pelanggannya jika lembaga tersebut menerapkan alur/prosedur pelayanan yang mudah dan jelas serta transparan terhadap para

pelanggan. Data evaluasi alumni diklat tahun 2019 di atas menunjukkan hasil yang sangat baik karena hampir seluruh responden menyatakan BDK Ambon sangat baik dalam prosedur dan alur pelayanan kediklatan, yakni sebesar 99%. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian pada tahun 2018, yakni 82 %, maka terjadi peningkatan yang cukup signifikan yakni sebesar 17 %. Ada beberapa indikasi yang mendukung peningkatan tersebut, yakni pertama, tersedianya ruang layanan registrasi dan verifikasi data peserta yang dilaksanakan oleh panitia pada saat peserta mendatangi BDK Ambon. Kedua, setiap peserta dibagikan buku panduan dan jadwal kediklatan sehingga sejak awal mereka dapat mengikuti seluruh proses dengan baik. Ketiga, adanya tenaga *cleaning servis* yang setiap saat siap membantu peserta untuk mendapatkan pelayanan secara maksimal. Hal-hal inilah yang ikut memberi dampak pada peningkatan hasil penilaian alumni terhadap prosedur layanan kediklatan di BDK Ambon

- 2) Persyaratan yang dilengkapi peserta
Berdasarkan data di atas, maka hampir seluruh alumni diklat menilai bahwa persyaratan yang dilengkapi peserta sangat mudah, yakni 99%. Hal ini sesuai dengan mekanisme yang telah

- dibangun melalui simdiklat yang memungkinkan peserta diklat untuk melangkapi berkas persyaratan yang dibutuhkan sebelum mengikuti diklat di BDK Ambon.
- 3) Keterjangkauan biaya yang dikeluarkan oleh peserta
Berdasarkan data di atas maka, hampir seluruh peserta diklat menilai bahwa biaya yang dikeluarkan oleh peserta dapat terjangkau, yakni sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua peserta tidak mengeluh soal biaya karena seluruh biaya yang dikeluarkan akan diganti oleh Bdk Ambon dalam bentuk uang transport, uang harian dan biaya lain-lain yang sesuai dengan aturan yang ada.
 - 4) Ketepatan waktu pelatihan
Berdasarkan data di atas, sebagian besar peserta menilai bahwa ketepatan waktu pelatihan sudah sesuai dengan pedoman dan jadwal yang diberikan oleh BDK Ambon. Meskipun demikian kurang lebih 6% peserta menilai bahwa ketepatan waktu pelatihan belum sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Hal ini dapat saja terjadi mengingat seringkali terjadi pergeseran jadwal pembelajaran yang diakibatkan oleh ketidakhadiran atau keterlambatan beberapa narasumber. Oleh karena hal yang demikian pada akhirnya kegiatan pembelajaran ada yang selesai sebelum waktu yang ditentukan sesuai jadwal ataupun sebaliknya.
 - 5) Pelayanan panitia dan widyaiswara
Berdasarkan data di atas maka, hampir seluruh peserta diklat menilai bahwa pelayanan panitia dan widyaiswara ada dalam kategori sangat baik, yakni sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua peserta menilai bahwa panitia dan widyaiswara memiliki komitmen yang baik dan cepat dalam memberikan pelayanan terhadap mereka.
 - 6) Kompetensi panitia dan widyaiswara
Berdasarkan data di atas maka, hampir seluruh peserta diklat menilai bahwa kompetensi panitia dan widyaiswara ada dalam kategori sangat baik, yakni sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua peserta menilai bahwa panitia dan widyaiswara memiliki kompetensi yang baik dan berkualitas dalam memberikan pelayanan terhadap mereka.
 - 7) Sarana dan prasarana
Berdasarkan data di atas, maka sebagian besar peserta menilai bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki oleh BDK Ambon sudah sangat baik, yakni 95 %. Walaupun demikian, masih terdapat 5% peserta yang menilai bahwa sarana dan prasarana BDK Ambon masih kurang memadai. Hal ini sesuai dengan kondisi nyata di BDK Ambon yang saat ini masih

berbenah diri dalam melengkapi sarana dan prasarana kediklatan.

- 8) Respon panitia dan widyaiswara atas keluhan peserta Berdasarkan data di atas maka, hampir seluruh peserta diklat menilai bahwa respons pelayanan panitia dan widyaiswara ada dalam kategori sangat baik, yakni sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua peserta menilai bahwa respons panitia dan widyaiswara dalam memberikan pelayanan terhadap keluhan mereka adalah sangat cepat dan menyenangkan mereka.

c. Rekapitulasi jawaban alumni dalam bentuk catatan

- 1) untuk senam pagi kalau bisa diwajibkan untk semua peserta. karena masih banyak peserta yg tdk melakukan senam pagi.
- 2) BDK Ambon terus upgrade dengan perkembangan IT, SDM unggul Indonesia Maju
- 3) Kelengkapan Diklat seperti Kaos Olahraga/trening atau tas diklat.
- 4) Semoga kedepannya BDK Ambon semakin sukses dan semakin banyak melaksanakan diklat pelatihan supaya kami semua guru2 bisa ikut lagi demi peningkatan mutu pendidikn
- 5) Terimakasih kepada panitia diklat atas pelayanannya selama diklat. Terimakasih kepada pembawa materi atas ilmu yang diberikan kepada kami.
- 6) Menu makanan lebih baik diganti dengan makanan khas Ambon

- 7) Lebih di tingkatkan lagi pelayanannya

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Realitas pelayanan public menjadi sebuah issu social yang menarik perhatian semua organisasi. Sebagai salah satu organisasi pemerintah yang bergerak di bidang pelayanan public, khususnya pendidikan dan pelatihan, maka BDK Ambon juga memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan public. Untuk mendukung komitmen tersebut, fokus BDK Ambon adalah meningkatkan kualitas layanan public. Peningkatan tersebut di prioritaskan pada tiga hal pokok yakni; system pelayanan, Sumber daya manusia (SDM), dan sarana prasarana. Berdasarkan hasil penilaian alumni diklat tahun 2018, nilai BDK Ambon 82%. Pada tahun 2019 meningkat menjadi 97,8%. Dalam hal ini kualitas pelayanan public BDK Ambon meningkat sebesar 15,8%. Peningkatan kualitas layanan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pembenahan system pelayanan
Pembenahan system pelayanan kediklatan dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi simdiklat dan website BDK Ambon serta berbagai media online lainnya. Melalui berbagai media online ini proses dan prosedur persiapan, pelaksanaan dan evaluasi kediklatan dikomunikasikan. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh alumni menilai

system pelayanan kediklatan BDK Ambon 99% dengan kategori sangat baik. Hal ini mengandung makna bahwa pembenahan system pelayanan kediklatan membawa dampak yang cukup signifikan terhadap peserta diklat.

- 2) Peningkatan kualitas SDM
Peningkatan kualitas SDM penyelenggara dan widyaiswara BDK Ambon dilaksanakan secara terencana melalui pendidikan dan pelatihan secara rutin dan berjenjang yang dilaksanakan oleh Pusdiklat tenaga teknis pendidikan dan Keagamaan maupun pusdiklat tenaga administrasi Kementerian Agama RI di Jakarta. Hasilnya sangat berdampak pada meningkatnya kualitas penyelenggaraan diklat, baik dari aspek teknis pelaksanaan maupun proses pembelajaran di kelas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta menilai kualitas SDM penyelenggara dan widyaiswara adalah sebesar 99% dengan kategori sangat baik.
- 3) Peningkatan sarana dan prasarana
Peningkatan sarana dan prasarana yang dilaksanakan oleh BDK Ambon sudah cukup baik, namun masih juga terdapat beberapa sarana dan prasarana yang belum dilengkapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta menilai sarana dan prasarana diklat sangat baik sebesar 95%. Itu artinya masih terdapat peserta yang menilai

cukup pada aspek sarana dan prasarana sebesar 5%. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa BDK Ambon masih berbenah untuk meningkatkan kualitas layanan melalui sarana dan prasarana kediklatan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan data di atas, maka sebagai kesimpulannya adalah sebagai berikut;

1. Hasil survey menunjukkan bahwa persepsi kepuasan alumni terhadap layanan yang dilaksanakan oleh BDK Ambon adalah sebesar 97,8% dengan kategori sangat baik.
2. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi kenaikan tingkat kepuasan alumni diklat tersebut adalah system kediklatan, SDM kediklatan dan Sarana dan prasarana kediklatan.

E. Saran

Kepada Balai Diklat Keagamaan untuk memperhatikan secara khusus peningkatan kualitas layanan di bidang sarana dan prasarana

F. Rekomendasi

Kepada Balai Diklat Keagamaan Ambon untuk melakukan pengukuran kepuasan layanan public secara berkelanjutan karena pengukuran saat ini hanya berlaku pada saat ini.

Daftar Pustaka

Kotler, P. P. (2008). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2 .
In P. Kotler, *Manajemen*

- Pemasaran Edisi 12 Jilid 2* (p. 266). Jakarta: Indeks.
- Prima, D. d. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. In D. d. Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (p. 135). Malang: Gava Media.
- Rachmadi, F. (1998). Public Relations Dalam Teori dan Praktek. In Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek* (p. 28). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- sugiono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D . In Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 7). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. In D. Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (p. 35). Jogjakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (p. 353). Jogjakarta: Andi Offset.