Bab 2
Landasan Teori

2.1 Program Pendidikan Luar Sekolah.

Program pendidikan luar sekolah (PLS), bertujuan untuk menyediakan pelayanan kepada masyarakat yang tidak atau belum sempat memperoleh pendidikan formal untuk mengembangkan diri, sikap, pengetahuan dan keterampilan, potensi pribadi dan dapat mengembangkan usaha produktif guna meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Selain itu, program PLS diarahkan pada pemberian pengetahuan dasar dan keterampilan berusaha secara profesional sehingga warga belajar mampu mewujudkan lapangan kerja bagi dirinya dan anggota keluarganya.

Sasaran program PLS adalah penduduk atau warga belajar yang tidak atau belum sempat memperoleh pendidikan formal yang meliputi:

a. Penduduk yang masih buta aksara latin, angka, dan bahasa Indonesia.
b. Warga belajar yang belum menyelesaikan wajib belajar pendidikan dasar 9 tahun.
c. Pemberdayaan pusat-pusat kegiatan pembelajaran masyarakat.

Kegiatan pokok yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mempercepat penuntasan buta aksara melalui keaksaraan fungsional, khususnya bagi penduduk usia 10-44 tahun. Taman Bacaan dan perpustakaan yang sudah ada dikembangkan dan ditingkatkan pemanfaatannya agar warga masyarakat gemar membaca buku. Upaya untuk menuntaskan tiga buta (buta aksara latin dan angka, buta bahasa Indonesia, dan buta pengetahuan dasar) ditingkatkan dan diperluas jenisnya agar dapat menampung murid yang putus sekolah dari berbagai jalur, jenis, dan jenjang pendidikan, dengan memberi perhatian khusus.

2. Meningkatkan sosialisasi dan jangkauan pelayanan pendidikan dan kualitas serta kuantitas warga belajar Keja Paket A setara SD, Kejar Paket B setara SLTP untuk mendukung wajib belajar 9 tahun, dan mengembangkan berbagai jenis pendidikan luar sekolah yang berorientasi pada kondisi dan potensi lingkungan, dengan memberdayagunakan sarana prasarana dan berbagai lembaga yang sudah ada di masyarakat.
3. Mengembangkan model pembelajaran untuk program pendidikan berkelanjutan yang berorientasi pada peningkatan keterampilan dan kemampuan kewirausahaan, jenis dan jangkauan kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan permintaan pasar dan diarahkan pada peningkatan pengetahuan dasar dan keterampilan berwiraswasta sebagai bekal kemampuan bekerja dan berusaha.

2.1.1 Konsep Pembelajaran Dalam Pendidikan Luar Sekolah.

2.1.1.1 Pengertian Belajar.

Istilah belajar dapat ditinjau dari dua segi, pertama adalah belajar sebagai proses, belajar dapat diartikan sebagai upaya yang wajar melalui penyesuaian tingkah laku (Travers, 1972, Delker, 1974. Gade and Berliner, 1984), Sebagai hasil belajar adalah perubahan tingkah laku yang diperoleh dari kegiatan belajar (Gagne, 1972, Coombs, 1985). Perubahan tingkah laku itu mencakup ranah *afeksi*, *kognisi* dan *psikomotor* (Blooms, 1965) kognisi, konasi dan keterampilan (Dunlop, 1984) pengetahuan, sikap keterampilan dan aspirasi (Kney, 1978).

Namun pengertian belajar yang dimaksud disini adalah upaya menyesuaikan diri yang sengaja dialami oleh warga belajar dengan maksud untuk melakukan perubahan tingkah laku sesuai dengan tujuan belajar (Djudju Sudjana, 1993, 6).

Pengertian belajar menurut Nana Sudjana (1987, 28) adalah proses interaksi terhadap semua situasi yang ada di sekitar individu yang diarahkan kepada tujuan, proses berbuat melalui berbagai pengalaman, proses melihat, mengamati, memahami sesuatu.

Pengertian belajar tersebut diatas, sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Moch. Surya (1979, 29) adalah suatu proses usaha yang dilakukan individu untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan sebagai hasil pengalaman tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalaman individu itu sendiri dalam interaksinya dengan lingkungan.

Pengertian tersebut di atas, menyatakan belajar ditandai dengan adanya perubahan sebagai akibat dari reaksi individu terhadap lingkungan sekitarnya melalui pengalaman. Perubahan-perubahan apapun yang disebabkan oleh belajar, hal ini lebih lanjut dikemukakan oleh Nana Sudjana (1987, 28) adalah suatu proses yang ditandai dengan adanya perubahan pada diri seseorang. Perubahan sebagai hasil proses belajar dapat ditunjukan dalam berbagai bentuk seperti, perubahan pengetahuan, Kecakapan dan Keterampilan, daya kreasinya, daya penerimaannya dalam aspek yang ada dalam individu.

Pengertian belajar dapat disimpulkan bahwa, ada tanda dari adanya kegiatan belajar yang mencakup perubahan tingkah laku seseorang secara keseluruhan, jadi bukan saja mengenai bidang intelektual saja, tetapi meliputi sikap, keterampilan dan lain-lain. Belajar pada hakekatnya merupakan suatu cara untuk menuju pada kehidupan yang lebih baik karena dalam proses belajar, terjadi penyesuaian tingkah laku dengan lingkungan dari waktu ke waktu sehingga pengalamannya bertambah dan individu tersebut dapat melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak dapat dilakukannya.

Teori belajar humanisme ini, meyakini bahwa motivasi belajar harus datang dari diri individu, dan menurut teori ini proses belajar yang bermakna adalah belajar yang melibatkan pengalaman langsung, berfikir dan merasakan, atas kehendak sendiri, dan melibatkan seluruh pribadinya peserta didik. Hasil belajar harus dirasakan oleh individu. Ia menyadari terjadinya hasil belajar dan bahkan mampu menilainya. Belajar yang bermakna tidak lain hanyalah belajar yang dapat memenuhi kebutuhan nyata individu.

Pada pelaksanaan proses pelatihan berbasis kompetensi juga merupakan proses belajar tuntas**.** Asumsi belajar tuntas adalah bahwa didalam kondisi yang tepat, semua peserta didik akan mampu belajar dengan baik dan memperoleh hasil secara maksimal terhadap seluruh bahan yang dipelajari. Agar peserta didik memperoleh hasil secara maksimal maka, pembelajaran harus dilaksanakan secara sistematis. Kesistematisan tersebut akan tercermin dari strategi pembelajaran yang dilaksanakan, terutama dalam mengorganisir tujuan dan bahan belajar serta melaksanakan evaluasi dan memberikan bimbingan terhadap peserta didik yang gagal mencapai tujuan yang telah ditetapkan, tujuan pembelajaran harus diorganisir secara spesifik untuk memudahkan pengecekan hasil belajar, bahan perlu dijabarkan menjadi satuan belajar tertentu dan penguasaan bahan belajar yang lengkap. Evaluasi belajar dilaksanakan setelah peserta didik menyelesaikan satu kegiatan belajar tertentu yang merupakan dasar memperoleh umpan balik *Feedback* (E. Mulyasa, 2003, 53).

2.1.1.2 Pengertian Pembelajaran.

Djudju sudjana (1993, 5-6) mengemukakan pendapatnya yaitu, tentang pembelajaran adalah setiap upaya yang sistematik dan disengaja untuk menciptakan kondisi agar terjadi kegiatan interaksi edukatif antara dua pihak, yaitu antara peserta didik yang melakukan kegiatan belajar dan pendidik yang melakukan kegiatan membelajarkan. Menurut Arief S. Sa dimana, pembelajaran adalah suatu proses interaksi antara siswa dengan lingkungannya, dimana lingkungan tersebut terencana, terorganisir dan sistematis yang didukung oleh metode, media, dan evaluasi yang tepat untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Kedua pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, pembelajaran merupakan upaya yang disengaja, terencana dan sistematik, sehingga adanya prilaku belajar warga belajar dan perilaku membelajarkan pada sumber belajar, tidak hanya berlangsung satu arah, melainkan terjadi secara timbal balik, dimana kedua belah pihak berperan dan aktif dalam suatu kerangka berfikir yang hendaknya dipahami dan disepakati bersama, sehingga terjadi perubahan tingkah laku sesuai dengan tujuan.

Pengertian pembelajaran tersebut diatas, mencakup berbagai upaya yang mendukung terjadi proses belajar membelajarkan, akan tetapi lebih jauh lagi pembelajaran ditujukan untuk membantu masyarakat dalam memecahkan masalah yang dihadapi dan memajukan kehidupannya sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Smith (1982) dan Djudju Sudjana (1991, 6).

2.1.2 Konsep Dasar Pendidikan Luar Sekolah (PLS).

2.1.2.1 Pengertian Pendidikan Luar Sekolah.

Banyak pendapat dan pengertian tentang makna pendidikan non formal. Istilah yang sangat populer yang berkaitan dengan non formal yaitu, pendidikan orang dewasa, begitu pula dengan istilah pendidikan masyarakat. Namun nama atau istilahnya adalah sama yaitu ditujukan untuk melayani warga masyarakat agar dapat meningkatkan mutu dan taraf hidupnya. Jika pendidikan dirumuskan sebagai suatu usaha sadar yang dilakukan dengan sengaja, teratur dan berencana untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku orang lain kearah yang diinginkan maka, ini harus berlaku bagi pendidikan formal dan non formal. Sesuai yang dirumuskan oleh Djudju Sudjana (1983, 10) maka, pengertian pendidikan non formal adalah setiap kegiatan pendidikan yang terorganisir diluar sistem persekolahan yang mapan apakah dilakukan secara terpisah atau sebagai bagian penting dari kegiatan yang lebih luas yang dilakukan secara sengaja untuk melayani anak didik dalam mencapai tujuan belajarnya. Djudju Sudjana (1983, 1) memberikan batasan mengenai pendidikan luar sekolah sebagai setiap kesempatan dimana terdapat komunikasi yang teratur dan terarah diluar sekolah dan seseorang mendapat informasi, pengetahuan, latihan maupun keterampilan yang bertujuan meningkatkan keterampilan, sikap dan nilai yang memungkinkan baginya untuk menjadi efektif dan efisien dalam lingkungan keluarganya, pekerjaannya bahkan lingkungan masyarakat dan negaranya. Kedua definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, pendidikan luar sekolah adalah setiap program pendidikan yang diselenggarakan diluar sistem persekolahan, dilakukan secara sengaja dalam rangka membelajarkan peserta didik sesuai dengan kebutuhan kehidupan sehingga diharapkan tercapainya suatu perubahan baik pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dapat dikembangkan kearah yang lebih baik.

Mengingat pendidikan luar sekolah menyangkut berbagai kebutuhan maka, yang meyelenggarakan pendidikan luar sekolah bukan Departemen Pendidikan Nasional saja, tetapi juga Departemen Tenaga Kerja dan Transmigasi R.I dan departemen-departemen yang lainnnya. Bahkan organisasi atau lembaga yang ada dimasyarakat juga dapat menyelenggarakan pendidikan luar sekolah sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan yang ada.

2.1.2.2 Azas-azas Pendidikan Luar Sekolah (PLS).

Pendidikan luar sekolah adalah sebagai bagian dari pendidikan nasional yang memiliki azas yang menjadi landasan berpijak yaitu azas kebutuhan, azas pendidikan sepanjang hayat, azas relevansi dengan pengembangan masyarakat dan azas wawasan ke masa depan (Djudju Sudjana 1991, 137).

Azas kebutuhan berarti, penyusunan program pada pendidikan luar sekolah dan kebutuhan akan pendidikan berlangsung sepanjang hidup manusia, pendidikan bukanlah terbatas pada waktu-waktu tertentu dan juga tidak dibatasi oleh tempat, tetapi belajar itu dilakukan secara terus menerus sepanjang hayat.

Azas tersebut memberikan makna sebagai pendidikan luar sekolah guna membina dan melaksanakan program-program yang dapat mendorong warga belajar untuk terus belajar secara berkelanjutan. Azas relevansi dan pengembangan masyarakat sebagai bagian penting dari program pengembangan masyarakat guna mengandung makna bahwa setiap kebijakan dan kegiatan pengembangan masyarakat memuat kebijakan dan program PLS.

Pendidikan luar sekolah merupakan upaya yang disengaja untuk membantu masyarakat agar dapat merubah sikap dan perilaku guna membangun dalam upaya meningkatkan taraf hidupnya.

Azas wawasan kemasa depan memberi arah bahwa, pendidikan luar sekolah berorientasi pada perubahan yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang. Walaupun keadaan masa dapan itu, baru merupakan alternatif kemungkinan, namun keadaan tersebut dapat dipelajari dari berbagai kecenderungan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan yang terjadi dalam lingkungan dan lingkungan alam pada saat ini.

2.1.2.3 Sasaran Pendidikan Luar Sekolah (PLS).

Sasaran pendidikan luar sekolah adalah semua warga masyarakat yang mempunyai keinginan untuk menambah dan meningkatkan ilmu pengetahuan, keterampilan atau keahlian serta sikap dalam memenuhi kebutuhan hidpunya dan tidak dibatasi oleh usia.

Hal tersebut diatas diperjelas dengan pendapat Santoso S. Hamijoyo dan Dida Irawan (1997, 22) bahwa, yang menjadi sasaran dalam pendidikan luar sekolah adalah sebagai berikut:

1. Semua masyarakat yang tidak mendapat kesempatan untuk mengikuti program pendidikan formal di sekolah.
2. Semua masyarakat dikarenakan tidak dapat menyelesaikan studi pendidikan pada tingkat pendidikan tertentu secara utuh, ini dikenal dengan gagal sekolah atau *Droup Out* (DO).
3. Anggota masyarakat, meskipun telah menyelesaikan studi pendidikan pada tingkat tertentu (formal) masih menganggap perlu untuk mendapatkan pendidikan non-formal.

Jadi pada dasarnya pendidikan luar sekolah, merupakan program pendidikan yang diperuntukkan bagi semua anggota masyarakat baik itu yang tidak mempunyai kesempatan pada jalur formal, gagal atau yang masih menganggap perlu akan pendidikan walaupun sudah menyelesaiakn pendidikan formalnya.

2.1.2.4 Tujuan Pendidikan Luar Sekolah (PLS).

Peraturan Pemerintah No.73 tahun 1991, tujuan pendidikan luar sekolah adalah sebagai berikut:

1. Melayani warga belajar agar dapat tumbuh dan berkembang sedini mungkin dan sepanjang hanyatnya guna, meningkatkan martabat dan mutu kehidupannya.
2. Membina warga belajar agar memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap mental yang diperlukan untuk mengembangkan diri, bekerja mencari nafkah atau melanjutkan ketingkat atau jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
3. Memenuhi kebutuhan belajar pada masyarakat yang tidak dapat dipenuhi dalam jalur pendidikan sekolah.

Sedangkan Sanafiah Faisal (1981, 51-52) tujuan dari pendidikan luar sekolah adalah untuk mengembangkan segenap potensi insan seluruh warga masyarakat di luar sekolah dengan pola pendekatan pengembangan potensi manusia serta pendekatan ketenaga kerjaan dengan mendayagunakan sumber potensi alam, manusiawi, kebudayaan, teknologi yang berpangkal tolak dari permintaan kebutuhan untuk meningkatkan mutu taraf kehidupannya, serta bermakna dengan lingkungan sekitarnya.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa, tujuan pendidikan luar sekolah adalah untuk memberikan pengetahuan, keterampilan dan menanamkan sikap-sikap positif juga membantu peserta didik dalam mengembangkan potensi yang dimilikinya sehingga mereka dapat berperan aktif dalam pembangunan.

2.2 Konsep Pelatihan.

2.2.1 Pengertian Pelatihan.

Robinson (1981, 12) pelatihan adalah pengajaran atau pemberian pengalaman kepada seseorang untuk mengembangkan pengetahuan, sikap dan keterampilan agar mencapai sesuatu yang diinginkan.

Pada dasarnya pelatihan memberikan tekanan kepada usaha pengembangan keterampilan dan mempelajari hal-hal yang dihafalnya dan disamping itu pelatihan memberikan tekanan kepada keterampilan dari pengetahuannya.

Poerwadinata (Roni Artasasmita, 1985) memberikan pengertian bahwa, pelatihan adalah pelajaran untuk membiasakan atau memperoleh suatu kecakapan.

Sejalan dengan pendapat tersebut diatas, Flippo (Roni Artasasmita, 1985) pelatihan pada hakekatnya merupakan bentuk dari kegiatan pendidikan yang didalamnya terkandung proses belajar membelajarkan yang dilaksanakan di luar sistem persekolahan dengan tujuan mengubah, meningkatkan keterampilan dan kecakapan warga belajar.

Pengertian pelatihan yang tercantum dalam instruksi Presiden No.15 tahun 1974 bahwa, pelatihan adalah bagian pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan diluar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat dengan metode yang lebih mengutamakan praktek.

2.2.2 Prinsip-prinsip Pelatihan.

Lima prinsip pelatihan yang terkait dengan peserta didik, diantaranya:

a. Prinsip umum pelatihan yang terkait dengan peserta didik. Partisipasi aktif dari peserta, pelatihan tidak sesederhana dimana materi disajikan kepada peserta maka, dengan sendirinya mereka (peserta) belajar. Peserta sendiri yang mesti membuat sesuatu agar memperoleh informasi. Aktivitas peserta dalam pelatihan mencangkup aktivitas fisik.

Berdasarkan jenisnya, Paul B. Diedrich mengemukakan delapan macam aktivitas pokok yaitu:

1. *Visual activities*, seperti membaca, demonstrasi melakukan percobaan.
2. *Oral activities*, seperti menyatakan, merumuskan, bertanya, mengeluarkan pendapat dan lain hal.
3. *Listening activities*, seperti mendengarkan diskusi, mendengarkan musik.
4. *Writing activities*, seperti menulis cerita, menulis karangan, membuat laporan.
5. *Drawing activities*, seperti membuat gambar, membuat grafik, membuat peta.
6. *Motor activities*, seperti membuat konstruksi, melakukan percobaan.
7. *Mental activities*, seperti mengingat, menganalisis, mengambil keputusan.
8. *Emotional activities*, seperti gembira, berani, gugup, bosan.

Kunci pokok dari aktivitas ini antara lain "*We learn what we do and we do what we learn*". Karena proses belajar adalah "*doing, creating, undergoing and experiencing"* adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan memperkuat belajar, manakala peserta memperoleh kepuasan dari pengalaman belajarnya, mereka akan lebih banyak mengulangi untuk melanjutkan dan untuk mengingat apa yang telah dipelajarinya. Banyak dorongan guna mendapatkan kepuasan, berbagai penguatan yang bisa dilakukan seperti, penguatan posotif berupa ganjaran dan penguatan negatif berupa hukuman. Penguatan negatif harus dihindari dan penguatan positif harus dikembangkan. Jenis penguatan seperti penguatan verbal, penguatan gerak, penguatan memiliki, membuat kedekatan. Perolehan kepuasan dari belajar bisa terjadi dalam berbagai cara, ketika orang mungkin memperoleh kepuasan berdasarkan sejumlah informasi yang diterima, disana memperoleh kepuasan. Rasa puas tersebut pada gilirannya mengarahkan orang untuk mencari kepuasan lebih jauh. Kebutuhan akan sejumlah informasi hendaknya tersedia sebab hal tersebut merupakan persyaratan untuk pencapaian tujuan yang di kehendaki.
2. Pencapaian tujuan merupakan tanggung jawab peserta *"When the learner acquires such self direction, learning become a lifelong process thet tend to meet the furfose and goal of the learner"*. Konsentrasi diri tehadap yang di pelajari yang disertai keberhasilan memerankan upaya belajar secara jauh.

   Atas dasar tersebut maka, tugas peserta yaitu menjabarkan serangkaian tujuan untuk mencapai tujuan akhir, merupakan usaha yang perlu dilakukan.
3. Motivasi untuk belajar, "*Motivation is an essential condition of learning*" hasil belajar banyak ditentukan oleh motifasi, bahasa sehari-hari motifasi dinyatakan dengan hasrat, keinginan, maksud, dorongan, kebutuhan, kehendak, dan cita-cita. Motivasi dari dalam dan dari luar (*intrinsic* dan *ekstrinsik*). "*Dissatisfiction is an essential element in motivation"*, berbagai motivasi yang bsa dikembangkan yaitu, memberikan angka, memberikan hadiah, memuji, menegur dan menimbulkan suasana yang menyenangkan.

4. Sistem nilai mengubah belajar (*value system and motif learning*). Nilai-nilai yang dianut peserta, sikap dan pengalaman-pengalaman sebelumnya mempengaruhi suasana mengenai apa yang dipelakunya. Bahan yang dipelajari hendaknya memiliki aspek-aspek baru dan hendaknya tidak begitu asing. Dengan kaitan sebelumnya. Prinsip ini merujuk pada aflikasinya bahwa, materi yang dipelajari peserta hendaknya disesuaikan dengan apa yang akan diimbangi bila di pelajari.

b. Prinsip-prinsip pelatihan yang menyangkut metode adalah sebagai berikut:

1) Peserta memerlukan bantuan dengan menata tujuan. Tujuan mesti realistis, agartercapai keberhasilan dan tidak menimbulkan prustasi peserta, peserta memerlukan tujuan yang moderat.
2) Metode mesti nyambung dengan materi. Materi yang dipelajari dalam latihan bias jadi fakta, konsep, dan nilai. Metode untuk memaparkan hal tersebut bias dengan ceramah dengan cara pemberian informasi.
3) Metode hendaknya didasarkan kepada hasil penelitian mengenai belajar. Penggunaan metode pembelajaran yang efektif dan efesien hanya mungkin apabila didasarkan kepada hasil-hasil penelitian. Pemakaian metode pelatihan efektif apabila mampu memfasilitasi peserta dan dapat mencapai tujuan.
4) Pembelajaran individual. Pelatihan lebih tepat mengarah kepada pembelajaran individual, oleh karena itu penyiapan modul, lembaran kerja dan atau model pembelajaran berprograma adalah penting sehingga kecepatan dan kebutuhan setiap orang bias terlayani.
5) Pemakaian metode diskusi. Upaya pembelajaran yang mengenal agar peserta pelatihan menemukan sendiri apa-apa yang dipelajarinya memberikan dorongan kepadanya untuk terus belatih.

c. Prinsip materi latihan dan pelatihannya.

1) Materi pelatihan hendaknya yang benar-benar dibutuhkan, hindarkan materi yang telah diketahui peserta, sebab akan menimbulkan kebosanan dan membuang-buang tenaga.

2) Pengorganisasian bahan pelajaran. Bahan pelajaran bisa disusun dari yang sederhana ke yang komplek atau sebaliknya. Bahan pelajaran disusun secara terpadu atau terpisah. Bahan pelajaran bisa disusun secara memusat sebagai suatu unit. Berkenaan dengan kualifikasinya, bahan pelajaran untuk keperluan pelatihan biasanya menyangkut keterampilan.
3) Aspek-aspek pelatihan harus terkoordinir. Aspek-aspek pelatihan meliputi tujuan, materi, pembelajaran dan evaluasi. Kesemuanya ini harus terkoordinir dengan baik sehingga berada pada kesatuan tindakan dan keserasian dalam mencapai hasi.
4) Perencanaan pelatihan harus sistimatis. Perencanaan pelatihan harus direncanakan semuas kegiuatan yang akan dilalui. Perencanaan pelatihan berhubungan dengan prioritas kepentingan, relevan denan kebutuhan tujuan yang akan dicapai, sumber-sumber yang tersedia dan hambatan-hambatan yang mungkin ditemui.

d. Prinsip-prinsip yang terkait dengan situasi pelatihan.
1) Hal yang perlu diperhatikan yaitu lingkungan akan mempengaruhi pelatihan, baik lingkungan fisik maupun non fisik. Lingkungan fisik berkaitan dengan tempat perorangan, keramaian, kenyamanan, dan sebagainya.
2) Kondisi emosional yaitu terkait dengan atmosfir setempat baik dikalangan peserta pelatihan maupun instruktur dan institusi. Kondisi peserta pelatihan dengan ada tidaknya kompetensi untuk mencapai rengking tertinggi atau ada tidaknya upaya pemberian bimbingan. Kondisi kelembagaan dengan ada tidaknya upaya penyuluhan pelatihan.
3) Lingkungan fsikis yaitu paktor hubungan antara sesama penyelenggara pelatihan dengan peserta pelatihan.

2.2.3 Konsep Pelatihan Berbasis Kompetensi (*Competency Based Training*).

Pelatihan penting bagi perkembangan sumber daya manusia di Indonesia agar mampu produktif, beradaptasi dan memiliki keterampilan yang tinggi. Demikian menganalisis permasalahan saat ini ditunjukan kepada dunia pendidikan bahwa, sistem pendidikan yang sedang berjalan saat ini tidak memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Kebutuhan-kebutuhan dari lulusannya untuk mampu mendapatkan pekerjaan setelah lulus.
2. Tidak mampu mempersyaratan dari industri.
3. Keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan.
4. Perbaikan ekonomi.

Sistem yang sedang berjalan tidak dapat memenuhi kebutuhan industri saat ini, hal ini terus diubah dan orang perlu belajar secara terus menerus karena perkembangan teknologi. Dibutuhkan perancangan sistem pendidikan dan pelatihan yang lebih fleksibel di Indonesia. Sistem pelatihan dan pendidikan yang dibutuhkan tersebut harus efektif dan efisien. Maka diterapkan CBT yaitu suatu cara pendekatan pelatihan kejuruan yang menekankan utamanya pada apa yang dapat dikerjakan seseorang sebagai hasil *(outcome)* dari *training.*

Kompetensi adalah spesifikasi dari pengetahuan dan keterampilan serta aplikasi dari pengetahuan dan keterampilan yang mengacu pada industri atau dalam lingkup pekerjaan dan tingkatan industri berdasarkan pada standar penilaian yang dibutuhkan dalam pekerjaan (diambil dari definisi balai latihan nasional, Australia, 1972).

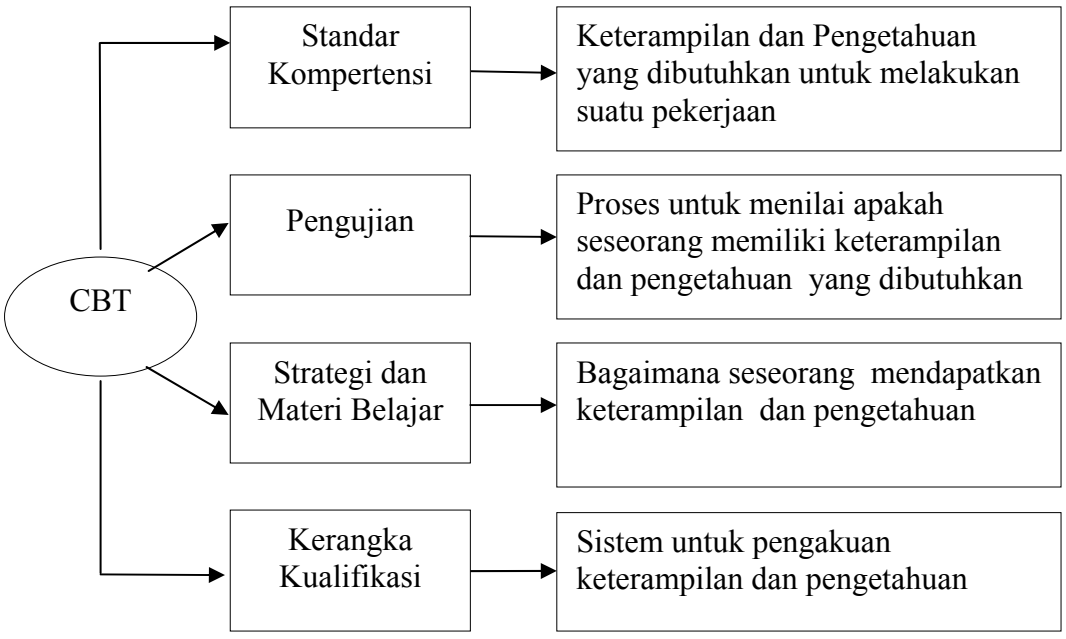
2.2.4 Kompetensi Keahlian.

Kompetensi mencakup keahlian-keahlian adalah sebagai berikut:

1. Keahlian tugas adalah unjuk kerja dari tugas-tugas individual.
2. Keahlian manajemen adalah tugas manajemen dari berbagai tugas yang berbeda dalam suatu pekerjaan.
3. Keahlian manajemen memungkinan(*Kontingensi)* adalah mengenai tanggapan yang sesuai dalam menghadapi ketidak beresan dan gangguan serta perubahan-perubahan rutin.
4. Keahlian pekerjaan/peran/lingkungan adalah berhubungan dengan tanggung jawab dan pengharapan di tempat kerja termasuk bekerja sama dangan yang lain.

2.2.5 Karakteristik Program CBT.

1. Terpusat pada kompetensi yaitu, sebagai tujuan utama pedoman belajar terpusat pada pemelajaran bukan pada pengajaran.
2. Memberikan waktu yang cukup kepada setiap peserta pelatihan untuk menguasai kompetensi standar sebelum melanjutkan ke langkah berikutnya.
3. Membagi setiap tugas belajar ke dalam bagian-bagian terkecil yang bisa dicapai.
4. Memberikan instruksi yang relevan, hanya untuk tugas yang segera dipelajari.
5. Memberikan peserta pilihan untuk maju cepat atau pelan sesuai dengan kecepatan belajarnya untuk memenuhi kebutuhan individu.
6. Menginformasikan kepada peserta dengan pasti apa yang harus dipelajari dan sebagus apa mereka harus mempelajarinya untuk mencapai kompetensi.
7. Memberikan pengarahan kepada peserta melalui proses belajar nyata/aktual.
8. Terpusat pada peserta, menghabiskan sebagian besar waktunya untuk turut secara aktif dalam belajar yang konstruktif.
9. Memberikan suatu cara kepada peserta untuk memperoleh umpan balik segera mengenai unjuk kerja mereka seluruh tahap kritis proses belajar.
10. Melengkapi peserta dengan informasi standar prasyarat yang perlu untuk memaksimalkan hasil belajar yang disusun dalam pedoman belajar tentang hal yang harus dikuasai.

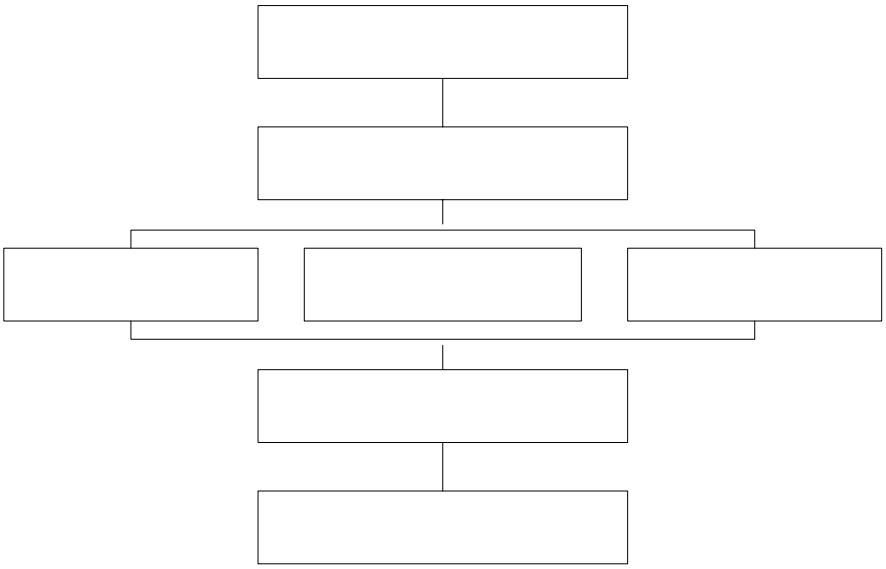


Gambar 2.1 Karakteristik Program CBT yang Efektif.

2.2.6 Komponen-komponen CBT.

Standar kompetensi menetapkan spesifikasi dari pengetahuan dan keterampilan serta penerapannya untuk standar-standar kinerja yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Standar kompetensi dikembangkan oleh industri berdasarkan pada struktur pekerjaan dalam industri tertentu. Standar kompetensi ditinjau kembali untuk memastikan keterkaitannya dengan struktur pekerjaan industri adalah sebagai berikut:

a. Standar Kompetensi Nasional Industri (SKNI), merupakan standar kompetensi yang menetapkan spesifikasi dari pengetahuan dan keterampilan serta penerapannya untuk standar-standar kinerja yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Standar kompetensi dikembangkan oleh industri berdasarkan pada struktur pekerjaan dalam industri tertentu. Standar kompetensi ditinjau kembali untuk memastikan keterkaitannya dengan struktur pekerjaan industri.
b. Pengembangan program pelatihan dibutuhkan program pelatihan yang diakui sebelum melaksanakan pelatihan.
c. Penyajian pelatihan memungkinkan disajikan oleh suatu lembaga pelatihan yang telah diakui.
d. Pengujian adalah proses dari pertimbangan kompetensi seseorang atas kinerja yang telah dilakukan.
e. Sertifikasi adalah pengakuan secara formal atas kompetensi yang telah dicapai oleh seseorang.



Gambar 2.2 Alur Pelatihan Berbasis Kompetensi.

2.2.7 Standar Kompetensi dan Mutu Pendidikan.

Standar kompetensi adalah pengakuan tentang keterampilan dan pengetahuan seseorang yang harus diperagakan dalam pekerjaan mereka untuk memenuhi standarisasi di tempat kerja. Standar tersebut merupakan kerangka kerja yang sesuai dengan kebutuhan yang terkait, pemerintah, industri, lembaga pelatihan dan peserta pelatihan. Agar lebih berguna dan sesuai, penting bahwa pelatihan dan penilaian yang berhubungan dengan standar-standar tersebut dilaksanakan dalam suatu cara yang dapat memenuhi kebutuhan khusus dari industri. Dengan cara ini pelatihan sebenarnya yang dibutuhkan oleh industri akan tercapai.

Terdapat beberapa kegunaan dari standar kompetensi adalah sebagai berikut:

- Menyusun uraian pekerjaan.
- Mengembangkan program pelatihan dan sumber daya manusia.
- Menilai unjuk kerja seseorang.
- Akreditasi profesi di tempat kerja.

Penetapan standar kompetensi dan mutu pelatihan merupakan jaminan bagi laju pertumbuhan ekonomi dan meningkatan produktivitas nasional. Disamping itu standar kompetensi dan mutu pelatihan merupakan acuan penyelenggaraan serta bentuk akuntabilitas di lembaga-lembaga pelatihan maupun lembaga-lembaga yang ada di masyarakat dengan memberikan kebebasan pada instruktur dan kepala departemen untuk berkreasi sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Standar kompetensi dan mutu pendidikan saat ini sedang dikembangkan sesuai dengan visi, misi dan tujuan. Dimana semua ini dituangkan dalam kuriklulum *(Competency Based Training)* maka, diharapkan dengan penerapan program pelatihan berbasis kompetensi ini kiranya dapat membantu dan mampu keluar dari krisis yang berkepanjangan, serta dapat memasuki era millenium ke tiga yang ditandai dengan globalisasi dan percepatan informasi ke dalam berbagai bidang kehidupan.

Berkaitan dengan itu pemerintah pusat (Depnakertrans R.I) yang bekerja sama dengan Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) saat ini sedang melakukan berbagai pembenahan dalam sistem standarisasi termasuk pembenahan kurikulum, sistem pengujian dan sertifikasi. Pemerintah juga sedang melakukan upaya re-orientasi dan re-organisasi terhadap pusat-pusat latihan serta menggalakan program-program kompetensi keahlian.

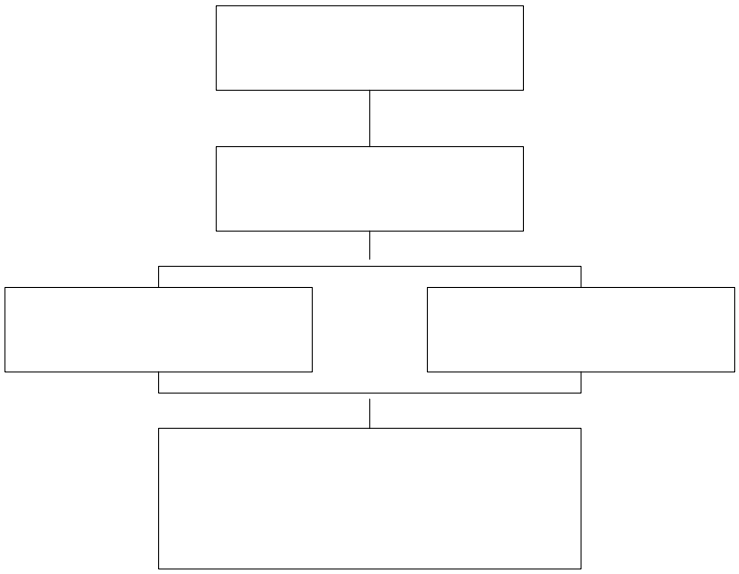
Hal tersebut untuk meningkatkan mutu pelatihan di berbagai permasalahan. Pada pelaksanaan kegiatan diberbagai program pembangunan yang mengacu pada arah kebijakan pengembangan SDM melalui jalur pendidikan dan latihan yang menekankan pada kemandirian dan kemapuan dasar maka, pengembangan SDM melalui jalur pelatihan lebih menekankan pada pengembangan profesi dan kompetensi kerja. Oleh karena itu pelatihan selalu berorientasi pada persyaratan kerja dan persyaratan jabatan *(job oriented).*

Mengingat persyaratan kerja dan persyaratan jabatan selalu berubah dan berkembang maka, pelatihan harus dinamis dan fleksibel mengikuti perubahan dan perkembangan persyaratan kerja dan persyaratan jabatan. Pengembangan SDM melalui pelatihan kerja, di Indonesia diatur dengan UU nomor.13 tahun 2003 yaitu tentang ketenagakerjaan, khususnya di berbagai kegiatan yaitu tentang pelatihan kerja berdasarkan undang-undang.

Pelatihan harus diselenggarakan berdasarkan program pelatihan yang mengacu pada standar kompetensi. Hal ini berarti pelatihan harus berbasis kompetensi *(Competency Based Training),* untuk itu harus disusun standar-standar kompetensi di berbagai sektor dan bidang profesi antara lain:

- Bidang otomotif.
- Bidang kelistrikan.
- Bidang permesinan.
- Bidang administrasi Bisnis.
- Bidang konstruksi.
- Bidang perhotelan.
- Bidang akutansi/sekertaris kantor.

Kemampuan belajar yang menjadi kriteria mutu pelatihan maka, perspektif mutu pelatihan dapat di lihat dengan gambar 2.3 dibawah ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.3 Kriteria Mutu Pelatihan.

Sumber Ace Suryadi 1990.

Kriteria mutu pelatihan berpengaruh baik dari lingkungan sekitar maupun dari dalam lembaga pelatihan itu sendiri dan kemudian harus diarahkan pada peningkatan, perluasan, penerapan dan pemeliharaan kemampuan belajar siswa.

H.A.R. Tilaar (1993, 62) bahwa, pendidikan yang bermutu adalah yang dapat menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan dasar untuk belajar sehingga dapat mengaktualisasikan ilmunya dalam pembaharuan dan perubahan. Hasil analisis tentang mutu pendidikan atau kursus menurut H.A.R. Tilaar (1993, 74) ada beberapa persoalan yaitu:

a. Kesenjangan mutu terjadi karena sumber-sumber pendidikan dan pelatihan tidak dapat merata, kekuatan sumber daya manusia (tenaga pelatih) yang bervariasi dan sistem pelatihan yang *regulated* serta pelaksanaan pelatihan yang ditandai dengan rentang kontrol dan kendali yang terlalu jauh.
b. Pelatihan kerja yang masih diatur terlalu ketat oleh Pemerintah (kurikulum, buku panduan, standarisasi dan alat praktek, pendidikan instruktur). Pengetatan ini menimbulkan program pelatihan kerja yang konsepatif atau tidak sejalan dengan kebutuhan profesi dan keahlian yang terus berkembang secara progresif.

c. Pengalaman menunjukan bahwa, upaya untuk menitikberatkan pada dimensi teknis pelatihan (*Meng Up-Gradingkan* tenaga pengajar dan memperbaiki kurikulum, membuat modul-modul pelatihan) ini telah dilakukan sejak tahun 2002, namun pada pelaksanaannya masih jauh dari yang diharapkan karena, tidak mudah untuk dilaksanakan.

2.2.8 Penggunaan Standar Kompetensi.

Standar kompetensi merupakan pernyataan tentang apa saja yang harus mampu dilakukan oleh seseorang di tempat kerja, standar tersebut tidak dibuat secara *detail* bagaimana seseorang dapat memperoleh keterampilan, pengetahuan dan perilaku yang dibutuhkan. Perolehan keterampilan, pengetahuan dan perilaku yang terdapat dalam berbagai materi pelajaran dan penilaian. Pernyataan seperti "sesuai dengan prosedur perusahaan" digunakan sebagai panduan yang dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan yang spesifik. Hal ini sangat penting diambil manfaat dari semua informasi yang diberikan selanjutnya elemen dan kriteria unjuk kerja. Batasan variabel dan panduan penilaian juga memberikan informasi penting yang *detail* dan spesifik untuk mencapai kriteria standar. Standar kompetensi dibuat untuk memungkinkan fleksibilitas yang maksimum di dalam penyampaian pelatihan dan penilaian. Perpaduan dan penyesuaian yang tepat dari standar kompetensi menciptakan program pelatihan yang dapat dipercaya sesuai dengan tempat kerja. Hal tersebut merupakan keuntungan yang besar untuk semua pihak yang terkait termasuk asosiasi industri, pengusaha, pemerintah dan para peserta pelatihan.

2.2.9 Format Standar Kompetensi.

Tabel 2.1 Format Standar Kompetensi.

Kode	Nomor tertentu untuk tiap unit kompetensi
Judul	Pernyataan tentang sesuatu yang dikerjakan di tempat kerja.
Uraian	Informasi umum tentang unit kompetensi
Elemen Kompetensi	Sasaran apa yang akan dicapai
Kriteria Unjuk Kerja	Tingkat unjuk kerja yang diperagakan pada setiap elemen unit kompetensi.
Batasan Variabel	Panduan untuk membedakan situasi dan kontek dalam penggunaan kriteria unjuk kerja di tempat kerja.
Panduan Penilaian	Pengumpulan bukti-bukti di dalam unit kompetensi antara lain: 1. Kontek penilaian adalah menentukan dimana, bagaimana dan kriteria metode apa berhubungan dengan penilaian. 2. Aspek-aspek penting di dalam penilaian adalah hal utama yang dicari pada penilaian. 3. Keterampilan dan pengetahuan dasar adalah untuk menentukan kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk dapat menjadi kompeten di dalam suatu unit. 4. enilaian praktek adalah untuk menentukan komponen-komponen dari penilaian praktek. 5. Keterampilan yang dibutuhkan adah kemampuan umum yang dibutuhkan di semua tempat kerja. 6. Unjuk kerja dari semua keterampilan yang dibutuhkan tingkat unjuk kerja yang dibutuhkan untuk tiap kemampuan

2.2.10 Pengertian Elemen Kompetensi.

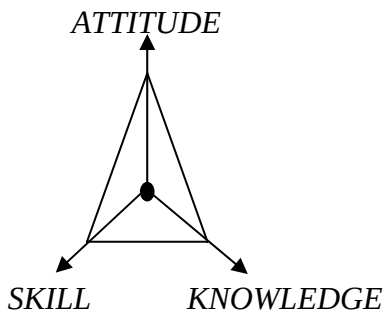
Seseorang dinyatakan kompeten dibidang tertentu jika, seseorang menguasai kecakapan kerja, atau keahlian yang selaras dengan tuntutan di bidang kerja yang bersangkutan. Dengan kata lain, ia mampu mengerjakan tugas-tugas sesuai *required standard*. Standar kompetensi bergantung pada tuntutan pekerjaan atau tuntutan masyarakat yang mengacu kepada *world class standard*. Biasanya standar kompetensi itu perlu dianalisis, dimodifikasi dan disesuaikan dengan kondisi kerja, sehingga dinamakan standar minimum.

Kepmendiknas No. 045/U/2002 menyatakan bahwa, kompetensi adalah seperangkat atau tindakan cerdas, penuh tanggung jawab yang dimiliki seseorang dan syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas-tugas dipekerjaan tertentu.

Peter Jarvis (Prihantoro, 1999, 55) menjabarkan bahwa, elemen kompetensi profesional mencakup tiga unsur yakni, pengetahuan, ketrampilan dan sikap. Para cendekiawanpun sepakat bahwa pada dasarnya kompetensi mencakup tiga unsur utama yakni pengetahuan (*knowledge*), kemahiran (*skill*) dan sikap pribadi (*attitude*).

Tabel 2.2 Elemen Kompetensi (Sumber : Peter Jarvis dalam Prihantoro, 1999, 55).

Mengetahui dan Memahami	**Terampil dalam**	**Bersikap profesional**
Disiplin akademik Dasar-dasar ketrampilan Hubungan antar pribadi Nilai-nilai moral.	Melakukan prosedur-prosedur ketrampilan Bergaul dengan orang lain.	Memahami arakter profesional Berkomitmen terhadap sifat profesional Berkemauan melakukan sesuatu secara profesional



Gambar 2.4 Komponen Kompetensi (Sumber : Prihantoro, 1999).

Muhibbin Syah (2000, 230-237) mengklasifikasikan kompetensi yang dipergunakan untuk menjalankan kewenangan profesionalnya, meliputi:

a. Kompetensi *kognitif* (kecakapan ranah cipta). Kompetensi kognitif mencakup pengetahuan *deklaratif* dan penegetahuan *prosedural*. Pengetahuan deklaratif adalah pengetahuan mengenai informasi faktual (konsep dan fakta) yang bersifat statis normatif dengan tatanan yang jelas dan dapat dijelaskan dengan kalimat pernyataan yang dinyatakan secara lisan/verbal, biasanya disebut *knowing that* (mengetahui bahwa). Sedangkan pengetahuan prosedural adalah pengetahuan yang mendasari kecakapan atau ketrampilan yang bersifat praktis dan dinamis untuk melakukan sesuatu perbuatan jasmaniah, biasanya disebut *knowing how* (mengetahui bagaimana).
b. Kompetensi *afektif* (kecakapan ranah rasa). Kompetensi afektif mencakup seluruh perasaan dan emosi yang tercermin dalam sikap seseorang yang bersifat tertutup dan abstrak, meliputi:
    1. Konsep diri (*self concept*) dan harga diri (*self esteem*). Konsep diri ialah totalitas sikap dan persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri yang mendeskripsikan kepribadian yang bersangkutan, sedangkan harga diri adalah tingkat pandangan dan penilaian seseorang mengenai dirinya sendiri berdasarkan prestasinya.
    2. Efikasi diri (*self efficacy*) dan efikasi konstektual (*contextual efficacy*). Efikas diri berarti keyakinan seseorang terhadap efektifitas kemampuan sendiri dalam membangkitkan gairah dalam kegiatan, sedangkan efikasi kontekstual berarti kemampuan seseorang yang berurusan dengan keterbatasan faktor di luar dirinya saat melakukan kegiatan.
    3. Sikap penerimaan terhadap diri sendiri (*attitude of self-acceptance*) dan penerimaan terhadap orang lain (*attitude of others-acceptance*). Sikap penerimaan terhadap diri sendiri adalah gejala ranah rasa seseorang dalam berkecenderungan positif atau negatif terhadap dirinya sendiri berdasarkan penilaian yang lugas atas kemampuannya yang akan diiringi rasa puas terhadap kelebihan dan kekurangan yang ada pda dirinya sendiri. Sikap demikian akan berpengaruh secara psikologis terhadap sikap penerimaan kepada orang lain.

c. Kompetensi *psikomotor* (kecakapan ranah cipta). Kompetensi *psikomotor* mencakup segala ketrampilan atau kecakapan bersifat jasmaniah yang berhubungan dengan tugas-tugas pekerjaannya. Kompetensi ini dikategorikan menjadi kecakapan fisik umum dan kecakapan fisik khusus. Kecakapan fisik umum direfleksikan berbentuk gerakan dan tindakan umum yang tidak langsung berhubungan dengan aktivitas pekerjaan, misalnya duduk, berdiri, dan sebagainya. Sedangkan kecakapan fisik khusus direfleksikan berupa kecakapan ekspresi verbal (pernyataan lisan) dan ekspresi non verbal (pernyataan tindakan) yang berhubungan langsung dengan aktivitas pekerjaan.

Berdasarkan pendapat diatas terlihat bahwa, kompetensi merupakan suatu tindakan atau tingkah laku individu dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya atau deskripsi unjuk kerja yang mendasari kemahiran (*acquisition*), integrasi (*integration*) dan aplikasi (*application*) yang berhubungan dengan penguasaan seseorang terhadap pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*), dan sikap (*attitude*).

2.3 Konsep Dunia Kerja.

Dunia kerja merupakan suatu kondisi lingkungan yang komplek dan terdapat berbagai aspek yang saling berkaitan. Aspek-aspek dalam dunia kerja meliputi aspek lingkungan pekerjaan dan aspek individu. Setiap individu tentu mempunyai pandangan tersendiri mengenai dunia kerja. Sempitnya wawasan mengenai dunia kerja bukan karena keterbatasan bidang pekerjaan dan ketidakmampuan dalam bekerja, namun karena kurangnya pengetahuan mengenai cara untuk memperoleh pekerjan yang cocok.

Seseorang yang akan memasuki dunia kerja, perlu mempersiapkan diri terlebih dahulu. Persiapan tersebut dimulai dari pemahaman potensi pribadi, pemahaman potensi pribadi mempunyai peran meningkatkan atau mengurangi ketidaktepatan pilihan karir seseorang. Pengetahuan ini diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk membedakan kemungkinan lingkungan yang dipandang dari kemampuan sendiri, yang berisi sejumlah informasi yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri.

Selanjutnya, perlu memahami karakteristik dunia kerja serta persyaratan yang dituntut oleh dunia kerja. Pemahaman potensi diri terbukanya wawasan mengenai dunia kerja maka, akan memungkinkan individu mampu melihat alternatif peluang atau kesempatan yang berkaitan dengan dunia kerja. Pada Pendidikan profesional ditujukan untuk mengisi kebutuhan tenaga kerja di dunia kerja yang sesuai dengan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki.

DR. Conny R. Semiawan seorang pakar pendidikan mengemukakan mengenai hubungan antara pendidikan dengan standar kerja di industri (1995, 38), "Tantangan masa depan dalam pengembangan sumber daya manusia melalui dunia pendidikan disuatu negara industri harus dikaitkan dengan proyeksi mengenai karakteristik pekerjaan dan persyaratan ketrampilan".

Hal tersebut pada gilirannya bergantung kepada asumsi mengenai permintaan dan penawaran (*supply demand*) dari lulusan kependidikan. Keseimbangan *supply demand* tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor diantaranya, perubahan jumlah penduduk dan pelatihan dari kelompok yang beragam. Kutipan tersebut diatas menjelaskan bahwa, pendidikan harus memperlihatkan proyeksi mengenai karakteristik-karakteristik pekerjaan dan persyaratan keterampilan yang dituntut oleh industri yang selalu berubah sehingga, pada gilirannya kemampuan lulusan dapat dipakai dalam lapangan kerja. Setiap calon pekerja sebelum terjun ke dunia kerja terlebih dulu harus mengenal lingkungan kerjanya agar tidak canggung memilih, menghadapi tugas dan dapat beradaptasi dengan lingkungan kerjanya.

Adaptasi dalam lingkungan kerja dan pekerjaan dapat berupa persiapan, baik kepribadian, ketrampilan dan pengetahuan tentang lingkungan kerja atau pekerjaan. Penyesuaian diri berguna untuk calon pekerja dalam meningkatkan diri, karir dan produktivitas. Faktor lain yang perlu dipahami dalam rangka memasuki pekerjaan adalah pengetahuan terhadap kharakteristik yang ada dalam pekerjaan itu sendiri yang terdiri atas beberapa aspek. Pekerjaan adalah lingkungan yang bervariasi yang memerlukan pengetahuan serta sejumlah informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

2.4 Definisi Jasa.

Jasa merupakan suatu pendefinisian yang rumit (*complicated*) dan kata jasa tersebut banyak sekali yang mengartikannya mulai dari yang mengartikan pelayanan personal sampai kepada jasa diartikan sebagai suatu produk, beberapa ahli pemasaran mengartikan definisi jasa adalah sebagai berikut:

(Gronroos, 1990). Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, baik yang dapat dilihat maupun yang tidak, yang hanya dirasakan sampai kepada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda. Jasa adalah aktivitas atau rentetan kegiatan yang mana dapat dipengaruhi oleh tempat atau dipengaruhi dari interaksi dengan orang, dalam menyediakan konsumen, pemakai jasa

(Lehtinen, 1983, p, 21). Jasa adalah suatu pekerjaan yang dilakukan untuk anda yang dapat berguna bagi diri anda (Joseph G. Bonnice, 1972). Jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Produksi jasa berkaitan dengan produk fisik atau tidak (Pihilip Kotler, 1994). Jasa adalah setiap aktivitas ekonomi yang outputnya bukan merupakan suatu produk fisik atau kontruksi, umumnya dikonsumsi pada saat yang sama pada jasa tersebut dihasilkan, dan memberikan nilai tambah.

(Zeithaml dan Britner, 1996) dapat di simpulkan bahwa, jasa adalah tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik, konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

2.4.1 Karakteristik Jasa.

Perbedaan antara barang dan jasa sulit dibedakan, diketahui bahwa karakteristik dan sifat barang adalah yang tidak terlihat pada jasa. Karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk adalah sifat jasa yang tidak dapat dilihat (tidak nyata) di samping keterlibatan konsumen secara aktif dalam proses penyampaian jasa. Peran tenaga manusia, dalam hal kontak personil, sangat penting artinya, karena mereka yang menentukan apakah penyampaian jasa itu berhasil atau tidak. Secara keseluruhan dapat dilihat perbedaan barang dan jasa, perbedaan karakteristik yang diberikan oleh beberapa penulis antara lain: Gronroos (1983), Lovelock (1983), Norman (1984), Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1985). Seperti yang di kemukakan pula oleh Peters (1999), dapat di lihat dalam tabel 2.3 berikut ini.

Tabel 2.3. Perbedaan Barang dan Jasa.

Barang	**Jasa**
Dapat dilihat	Proses atau aktivitas tidak dapat dilihat
Konsumen tidak terlibat dalam proses produksi	Konsumen terlibat dalam proses produksi
Produksi dan konsumsi terpisah	Produksi dan konsumsi bersamaan waktu dan tempat
Produk/ proses bersifat homogen	Proses dan hasil berbeda-beda
Dimungkinkan hubungan yang tidak langsung antara produsen dan konsumen	Hubungan langsung adalah hal yang sangat utama (*personality intensity*)
Persediaan dapat diciptakan	Penciptaan persediaan tidak mungkin/ sulit
Dapat dibawa	Tidak dibawa (melekat pada penyedia jasa)
Dapat diekspor	Sulit untuk diekspor
Nilai tambah diciptakan di dalam pabrik	Nilai tambah terjadi ketika interaksi antara produsen dan konsumen
Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu dapat dilakukan	Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu tidak dapat dilakukan karena tersebarnya daerah produksi
Kepemilikan berpindah pada saat penjualan	Tidak ada perpindahan kepemilikan
Dapat diujicobakan sebelum dijual	Tidak ada sebelum penjualan dan sangat sulit untuk di ujicobakan
Pengembalian barang dimungkinkan seperti halnya pemberian garansi	Pengembalian tidak dimungkinkan, pemberian garansi juga sangat sulit
Penjualan barang bekas dimungkinkan	Penjualan tidak mungkin dilakukan lebih dari satu kali
Dapat diberi hak paten	Susah untuk diberi hak paten

2.4.2 Klasifikasi Jasa.

Penggolongan jasa menurut kriteria tertentu dapat membantu pembahasan tentang manajemen jasa dan dapat membantu memecahkan masalah keterbatasan pengetahuan suatu industri jasa tertentu melalui pengetahuan. Misalnya, rumah sakit dapat belajar tentang pembukuannya seperti pembukuan suatu hotel, restoran dapat menggunakan beberapa konsep manajemen jasa pembersih.

Agar dapat diperoleh suatu gambaran menyeluruh tentang masalah-masalah manajemen diantara industri-industri jasa, Roger Schmenner mengemukakan suatu konsep proses jasa dalam suatu bentuk matriks, seperti dalam tabel 2.4 dibawah ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4 Tingkat Interaksi Dan Kekhususan Jasa.

	Tingkat interaksi dan kekhususan jasa		
Tingkat Penggunaan Tenaga Kerja	**Rendah**	*Service factory:* Perusahaan penerbangan Jasa pengangkutan Hotel Resor dan pusat hiburan	*Service shop:* Rumah sakit Bengkel mobil Reparasi alat elektronik
	Tinggi	*Mass service:* Perdagangan eceran Perdagangan grosir Sekolah Retail banking profesional	*Professional service:* Dokter Ahli hukum Akuntan Arsitek

Dalam matriks tersebut, jasa digolongkan atas dua dimensi yang sangat mempengaruhi karakter proses penyampaian jasa. Sumbu vertikal menggambarkan tingkat intensitas penggunaan tenaga kerja (*labor intensity*) yang merupakan perbandingan antara biaya tenaga kerja dengan modal. Makin tinggi penggunaan tenaga kerja berarti makin rendah penggunaan modal (*Capital*).

Begitu juga sebaliknya, makin tinggi penggunaan barang modal atau mesin-mesin, akan semakin rendah penggunaan tenaga kerja. Misalnya, untuk perusahaan-perusahaan penerbangan dan hotel, tingkat penggunaan tenaga kerja rendah, artinya investasi perusahaan penerbangan lebih banyak pada barang-barang modal dibandingkan dengan investasi dibidang tenaga kerja. Jasa yang banyak menggunkan tenaga kerja, seperti jasa pendidikan berada pada garis sebelah bawah karena biaya-biaya tenaga kerjanya lebih tinggi dari barang modal yang dibutuhkan. Dimensi ini digunakan karena jasa yang ditawarkan berbeda-beda dalam tingkat intensitas penggunaan tenaga kerja dan perbedaan ini akan mempengaruhi strategi yang digunakan.

Sumbu horizontal menggambarkan kekhususan dari jasa yang diberikan (*customization*). Yang dimaksud dengan *customization* adalah kekususan jasa karena kemampuan konsumen secara personal untuk mempengaruhi jasa yang akan diterimanya. Interaksi antara konsumen dengan penyedia jasa akan lebih rendah jika jasa itu lebih seragam (tidak bersifat khusus) dan tidak membutuhkan sutau penjelasan khusus mengenai atribut jasa tersebut.

Sebagai contoh, makanan yang ditawarkan *McDonalds* yang sebelumnya sudah tersedia dalam kualitas dan jenis yang tidak berbeda (bentuk-bentuk yang standar/*low in costumization*) dapat dijual tanpa melalui interaksi yang sulit, sehingga tingkat penggunaan tenaga kerjanya rendah. Pada restoran-restoran cepat saji lainnya, terlihat tenaga kerja hanya dibutuhkan dalam menerima pesanan konsumen, sementara pelayanan-pelayanan lain tidak ada. Sebaliknya, seorang dokter dan pasien harus berintegrasi secara penuh didalam mendiagnosis dan menangani pasien agar diperoleh hasil yang berbeda dengan kebutuhan pasien yang lain. Pada jasa jenis ini, penggunaan tenaga manusia, dalam hal dokter atau pekerja medis lainnya sangat dibutuhkan dan diutamakan.

Dengan demikian, perlu kita ketahui bahwa pada jasa yang sangat khusus (*costumization*), interaksi yang terjadi umumnya menciptakan *problem* yang membutuhkan penanganan yang serius bagi manajemen, terutama dalam proses penyampaian jasa-jasa tersebut.

Dalam matriks proses jasa terdapat empat kuadran dengan dua dimensi, seperti yang dijelaskan sebelumnya, yaitu tingkat penggunaan tenaga kerja dan dimensi lain tentang tingkat interaksi dan kekhususan suatu jasa. Berdasarkan proses, jasa meliputi berikut ini:

- *Service factories*, jasa-jasa umum dengan investasi modal besar dan tingkat interaksi rendah/tidak spesifik, contoh : jasa penerbangan, jasa pengangkutan dan hotel.
- *Service shops*, misalnya bentuk-bentuk pelayanan pada rumah sakit, pelayanan reparasi mobil dan reparasi alat-alat elektronik, dimana jasa yang diberikan lebih bersifat spesifik (tingkat *Costumization* yang tinggi) yang harus ditunjang oleh peralatan (modal) yang besar.

- *Mass service*, yaitu pelayanan yang sama untuk semua golongan dan jenis konsumen. Golongan jasa ini mempunyai karakteristik penggunaan tenaga kerja yang tinggi (intensif), sementara interaksi diantara konsumen dan penyedia jasa tidak terlalu penting, karena jasanya bersifat umum dan sama. Contohnya, pelayanan pada perdagangan eceran.
- *Professional service*, yaitu suatu bentuk pelayanan yang membutuhkan perhatian dan keahlian khusus, tidak membutuhkan tebaga kerja yang banyak, tetapi ahli dibidangnya. Hal ini sangat penting untuk mengadakan kontrak dan interaksi yang intensif di antara pemakai dan penyedia jasa. Contoh jenis jasa profesional ini adalah jasa dokter atau pengacara.

2.5 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan.

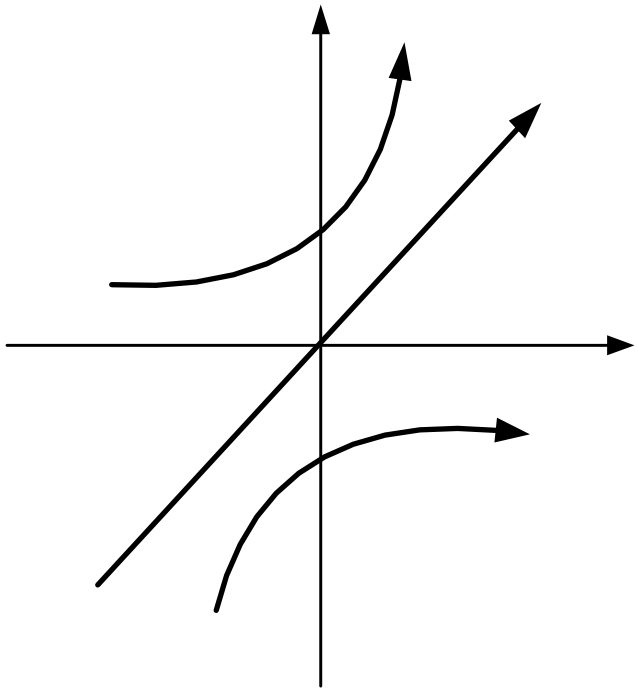
2.5.1 Karakteristik Kebutuhan.

Pada dasarnya terdapat dua jenis kebutuhan, yaitu :

1. *Eksplisit*, yaitu kebutuhan yang dapat dikatakan langsung oleh pelanggan.
2. *Laten*, yaitu kebutuhan yang tidak disadari dan tidak terkatakan oleh pelanggan. Dengan demikian, kebutuhan yang bersifat *laten* juga merupakan input kedalam proses perancangan, sehingga diperlukan kejelian dalam pendefinisian kebutuhan pelanggan yang sesungguhnya.

2.5.2 Jenis-Jenis Kebutuhan.

Setiap kebutuhan tidak diciptakan secara sama, dan usaha untuk memenuhi kebutuhan itu tidak mempunyai dampak yang sama pada kepuasan pelanggan. Konsep ini diterangkan secara jelas dengan menggunakan model Kano pada Gambar 2.5. Pada model Kano terdapat dua sumbu, yakni horizontal dan vertikal. Sumbu horizontal menyatakan tingkat *ekspektasi* pelanggan yang berhasil dicapai, sedangkan sumbu vertikal menyatakan kepuasan pelanggan.



Gambar 2.5 Model Kano.

Berdasarkan dari model kano tersebut, terdapat tiga jenis kebutuhan yang ditunjukkan melalui ketiga kurva yang ada, yakni:

- Kurva no.1 menunjukan *ekspektasi* dasar atau *ekspektasi* standar dari pelanggan. Tidak adanya atribut yang memenuhi kebutuhan ini akan menyebabkan penurunan non linear yang tajam terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
- Kurva no.2 menunjukan kebutuhan rasional. Kenaikan pemenuhan kebutuhan jenis ini akan memberikan dampak kenaikan kepuasan secara linear. Umumnya kebutuhan yang dikatakan pelanggan jatuh pada kategori ini.
- Kurva no.3 menunjukan kebutuhan *exciting.* Pelanggan sendiri pada dasarnya tidak dapat menyadari kebutuhan ini. Contohnya adalah produk-produk inovatif yang mempunyai atribut-atribut baru yang unik sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih diharapan, dengan usaha dan biaya yang namun dapat memberikan penghasilan yang besar. Atribut baru bila tidak diperbaharui lama-lama dapat menjadi usang sehingga kemudian dapat menjadi *basic needs.*

2.5.3 Kepuasan Pelanggan.

Berkaitan dengan begitu banyaknya kebutuhan, satu hal yang pasti adalah pelanggan dapat merasa puas apabila menggunkan jasa yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa. Kepuasan tersebut dapat tercapai apabila pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan yang bekualitas, yaitu memberikan kinerja pelayanan yang melebihi atau sama dengan yang diharapkan pelanggan.

Konsep kepuasan pelanggan pertama kali didengungkan oleh Philip Kotler pada tahun 1970-an dan merupakan kata-kata sakral yang menjadi tujuan utama para pemasar (Soehadi, 2002). Konsep ini mulai banyak diterapkan perusahaan AS pada tahun 1980-an dan di Indonesia pada pertengahan tahun 1990-an. Kepuasan pelanggan merupakan sumber pembelian ulang atau loyalitas pelanggan.

Empat hal yang perlu dicermati dalam menggunakan konsep kepuasan pelanggan, yaitu (Soehadi, 2002) adalah sebagai berikut:

1. Seberapa jauh konsep kepuasan pelanggan dapat menarik konsumen yang belum pernah mendengar ataupun menggunkan pelaayanan tersebut.
2. Seberapa jauh pelanggan dapat mengevaluasi kinerja pelayanan tersebut dengan baik. Pelanggan yang baru pertama kali menggunkan suatu pelayanan mungkin akan mempunyai penilaian yang berbeda dari pelanggan yang sering menggunakan pelayanan tersebut.
3. Pengukuran kepuasan pelanggan akan sangat tergantung pada *ekspetasi* pelanggan. Pelayanan dengan kualitas rata-rata mempunyai kemungkinan-kemungkinan indeks kepuasan pelanggan yang tinggi, jika *ekspetasi* rendah. Hal ini dapat terjadi sebaliknya.
4. Seberapa jauh kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

Pada dekade 1990-an, konsep penciptaan nilai pelanggan yang superior (*superior customer value*) mulai diperkenalkan untuk mengatasi kelemahan konsep kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan yang superior didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan menawarkan produk dengan kualitas jauh di atas persepsi harga/pengorbanan.

Dalam penciptaan nilai tersebut, perusahaan tidak hanya mencari proposisi nilai yang memuaskan target pelanggannya, tetapi harus lebih efektif dibandingkan pesaing. Nilai tersebut dapat diciptakan sebelum transaksi terjadi. Dengan berjalannya waktu, nilai tersebut perlu dipupuk dan dikembangkan sehingga pelanggan membutuhkan biaya atau resiko besar jika beralih ke penjual lain. Konsep kepuasan pelanggan sangat berperan pada tahap ini, dengan demikian penggabungan kedua konsep tersebut merupakan sumber pertumbuhan bisnis suatu perusaan melalui penigkatan jumlah pelanggan baru dan jumlah pelanggan loyal.

Pendekatan yang ketiga adalah berkembangnya konsep pengembangan merek. Titik tolaknya bagaimana menigkatkan pengetahuaan konsumen terhadap suatu merek pengetahuan konsumen dapat berbentuk atribut manfaat, ataupun personifikasi yang dimiliki merek tersebut.

Perkembangan terakhir, para konsultan pemasaran mencoba menggabungkan ketiga pendekatan di atas. Ketiga pendekatan tersebut dibutuhkan untuk menigkatkan profitabilitas perusahaan. Setiap pelanggan mempunyai daur hidup, mulai dari sebagai prospek, pembeli pertama kali, menjadi pembeli tetap dan akhirnya pindah ke kompetitor.

2.5.4 Latar Belakang Pentingnya Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelanggan.

Tiga hal yang menjadi latar belakang pentingnya mengetahui kepuasa pelanggan.

1) Adanya keyakinan yang kuat bahwa tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh lansung pada besarnya pangsa pasar, laju arus pemasukan, dan tingkat pengembangan laba.
2) Pada umumnya manajemen merasa bahwa tingkat keberhasilan mereka (pribadi) juga tercermin melalui tingkat kepuasan pelanggan.
3) Manajemen ingin mendapatkan gambaran tentang keberhasilan ataupun kegagalan mereka dalam persaingan mendapatkan dan mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan belum tentu menghasilkan penigkatan bangsa pasar, laju arus pemasukan dan pengembangan laba. Hal ini dikarenakan seorang pembeli, dapat saja puas dengan produk tertentu dan ternyata dia juga sama puasnya dengan produk lain dengan merek yang berbeda.

Pada prinsifnya, kepuasan pelanggan yang dapat mendorong peningkatan pangsa pasar dan penigkatan laba adalah, kepuasan yang mampu memuat pelanggan menjadi setia atau loyal kepada produk perusahaan. Dengan demikian, tingkat kepuasan pelanggan dapat dikelola efektif jika perusahaan memahami dengan tepat kebutuhan pelanggan dan harapan pelanggan terhadap nilai beli pelanggan.

2.5.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan.

Manfaat yang diperoleh apabila suatu perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang loyal terwujud dalam 4R yaitu:

1) Membangun *customer relationship. Customer relationship* akan muncul pada saat pelanggan berhubungan dengan perusahaan dalam periode waktu tertentu. *customer relationship* ini akan menciptakan kedekatan dengan pelanggan. Untuk itu sangat diperlukan kejujuran, komitmen, komunikasi, dan saling pengertian.
2) Menciptakan *customer retention. Customer retention* adalah mempertahankan pelanggan. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah daripada mencari pelanggan baru. *Costumer retention* dapat tercipta melalui pelayanan yang lebih besar daripada kabutuhan pelanggan.
3) Menghasilkan *customer referrals. Customer referrals* merupakan kesediaan pelangan untuk memberitahukan kepuasan yang mereka rasakan kepada orang lain. kegiatan ini berarti promosi gratis dari mulut ke mulut karena pelanggan tersebut dengan senang hati merekomendasikan apa yang telah dirasakan kepada orang terdekat, seperti keluarga dan teman – temannya.
4) Memperoleh *customer recovery. Customer recovery* merupakan suatu usaha untuk mengembalikan pelanggan kembali setia kepada perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan dapat lari dari suatu perusahaan bila pihak perusahaan melakukan kesalahan. Perbaikan kesalahaan dengan segera dan cepat dapat menigkatkan loyalitas pelanggan.

2.6 Pemahaman Mengenai Kualitas Pelayanan.

Adanya perbedaan antara barang dan jasa menyebabkan timbulnya perbedaan pada ukuran maupun kriteria kualitas antara barang dan jasa. Ishikawa (1999) menyatakan bahwa, tingkat kualitas ditentukan oleh seberapa baik karakteristik kualitas yang sebenarnya (kebutuhan konsumen, yang diekspresikan dalam bahasa konsumen) sesuai dengan karakteristik kualitas pengganti (produk, spesifikasi. yang diekspresikan oleh produsen dalam bahasa teknis).

Shewheart (1999) menyatakan bahwa, kualitas mempunyai dua aspek umum. Pertama adalah berkaitan dengan kualitas suatu barang sebagai sebuah objek yang benar-benar *independen* terhadap keberadaan manusia. Kedua adalah yang berkaitan dengan apa yang dipikirkan atau dirasakan sebagai sebuah hasil dari suatu kenyataan objektif sisi subjektif dari kualitas sangat erat kaitannya dengan nilai.

Kolarik (1999), definisi yang diungkapkan Ishikawa dan Shewheart menuntun kita untuk melihat kualitas dari sudut pandang konsumen. Sama halnya dengan Drucker (2000) yang menyatakan bahwa kualitas yang terdapat di dalam sebuah produk ataupun sebuah pelayanan bukanlah apa yang diletakkan di dalamnya, melainkan apa yang didapatkan oleh konsumen dari produk atau pelayanan tersebut.

Kotler (1994), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa yang didasarkan atas performansi perusahaan terhadap jasa yang diinginkan pelanggan.

Mitra (1993) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam industri jasa dapat dibagi ke dalam dua kategori, yakni efisiensi dan efektivitas. Efektivitas berkaitan dengan pemenuhan atribut-atribut jasa yang diinginkan konsumen. Sebagai contoh, kualitas dan kuantitas dari makanan yang disediakan di restoran. Efisiensi berkaitan dengan waktu yang dibutuhkan dari penyampaian suatu jasa.

Parasuraman et. al (1990) mendefinisikan kualitas pelayanan dipandang dari persepsi konsumen sebagai besarnya ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi yang mereka miliki.

Gasperz (1997) menyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan, yaitu:

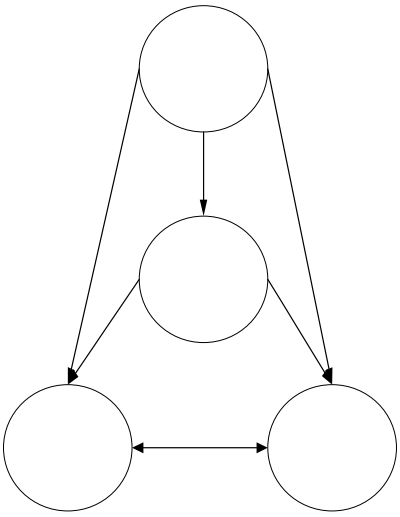
1. Ketepatan waktu pelayanan, hal-hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan yaitu semua yang berkaitan dengan reliabilitas dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Citra pelayanan dari industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang yang berada di garis depan dalam melayani pelanggan secara langsung.
4. Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan.
5. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan untuk mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya petugas maupun mesin yang dapat melayani pelanggan dengan cepat dan mudah.
7. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, fitur-fitur pelayanan, dan lain-lain.
8. Pelayanan pribadi,berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan lain-lain.
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan inforinasi, dan lain-lain.

10. Atribut pendukung lainnya, seperti : lingkungan, kebersihan, fasilitas hiburan, dan lain-lain.

Wyckoff (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayaan adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

2.6.1 Aspek-Aspek Kunci Sistem Kualitas Pelayanan.

Dalam usaha mengorganisir sumber daya perusahaan jasa menuju perwujudan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terpadu maka, pengusaha jasa perlu memperhatikan dimensi manajerial operasi jasa. menggambarkan dimensi manajerial operasi jasa ke dalam bentuk segitiga jasa. Model segitiga jasa tersebut dapat dilihat pada gambar 2.6 sebagai berikut:



Gambar 2.6 Segitiga jasa.

Gambar 2.6 tersebut diatas menunjukkan bahwa, fokus sentral perusahaan jasa adalah bagaimana memberikan pelayanan kepada pelanggan yang memenuhi dimensi kualitas pelayanan agar pelanggan yang menggunakan jasa tersebut merasa puas. Sehubungan dengan itu maka, semua kebijakan, keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajemen harus menuju kepada perwujudan kepuasan pelanggan. Dalam usaha memenuhi sasaran tersebut maka, manajemen perusahaan jasa harus memperhatikan tiga pilar pendukung yang paling berhubungan, yaitu:

1) Strategi Usaha Jasa. Strategi usaha adalah semua yang berkaitan dengan kebijakan jangka panjang perusahaan, sebagai langkah penerjemahan visi dan misi perusahaan kedalam rencana operasi. Formulasi faktor-faktor yang dimaksud, seluruhnya harus menuju pada fokus sentral, yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Isi strategi perlu dikomunikasikan atau diinformasikan kepada pelanggan agar mereka memahami arah, sasaran, dan posisi perusahaan dalam industri jasa yang bersangkutan.
2) Sistem Usaha Jasa. Sistem usaha jasa berkaitan dengan aspek aturan dan prosedur perlengkapan dan fasilitas pelayanan, di mana semuanya itu harus diorganisir dan dikelola untuk mewujudkan tujuan utama sebelumnya, yakni kepuasan pelanggan.
3) Sumber Daya Manusia Usaha Jasa. Sumber daya manusia usaha jasa adalah semua unsur perusahaan yang bertugas untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan.

2.7 Pengukuran Kualitas.

Terdapat beberapa pendekatan pengukuran kualitas, yaitu:

a. *Transendental view* (pandangan transedental). Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, maka kualitas tersebut dapat diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan.
b. *Product-based approach* (pendekatan berbasis produk). Pendekatan ini melihat kualitas sebagai variabel yang tepat dan dapat diukur. *Product-based approach* merefleksikan sejumlah perbedaan dalam beberapa atribut yang dimiliki suatu produk. Pandangan ini benar-benar objektif, sehingga gagal dalam menentukan perbedaan dalam hal rasa, kebutuhan, dan preferensi dari individu konsumen (atau bahkan keseluruhan segmen pasar).
c. *User-based approach* (pendekatan berbasis pengguna). Pendekatan ini dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak pada rata *beholder*. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum, tujuannya adalah pandangan yang berorientasi pada permintaan, di mana pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.

d. *Manufacturing-based approach* (pendekatan berbasis manufaktur) Pendekatan ini didasarkan pada penawaran (*supply*) dan sangat berkaitan dengan praktek *enginering* dan manufaktur. Fokus dari pendekatan ini adalah pada kesesuaian (*conformance*) terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan, yang sering ditentukan oleh produktivitas dan biaya untuk mencapai tujuan.
e. *Value-based approach* (pendekatan berbasis nilai). Pendekatan ini mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. pertimbangan *trade-off* antara performansi (kesesuaian) dan harga, idefinisikan *affordable excellence*.

2.7.1 Metode Parasuraman's *SERVQUAL Model.*

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian bangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan sangat ditentukan oleh pendekatan (Parasuraman et.al., 1990).

Salah satu pendekatan pengukuran kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah metode Parasuraman's *SERVQUAL Model* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian yang mereka lakukan terhadap enam sektor jasa, yakni: peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telephon jarak jauh, perbankan, ritel, dan pialang sekuritas. Pengukuran menggunakan metode Parasuraman's *servqual Model*, dengan pendekatan *user-based approach* (pendekatan berbasis pengguna), dan kini sering digunakan di industri-industri jasa.

Metode Parasuraman's *servqual Model* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang pelanggan harapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang pelanggan harapkan, maka dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan.

Dengan demikian, metode Parasuraman's *SERVQUAL Model* ini mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima (Parasuraman et. at., 1990).

Metode Parasuraman's *SERVQUAL Model* membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi, yakni (Parasuraman et.al., 1990) :

1. Dimensi *Reliability* (Keandalan). Adalah kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga pelanggan dapat mempercayai dan mengandalkannya.
2. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap). Adalah kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dengan tepat.
3. Dimensi *Assurance* (Jaminan). Adalah emahaman dan sikap kesopanan dari karyawan (*contat personnel*) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.

   Dimensi *assurance* terdiri dari empat subdimensi yaitu:

   a. *Competence* (Kompetensi). Adalah keahlian dan keterampilan yang harus dimiliki penyedia jasa dalam memberikan jasanya kepada pelanggan.
   b. *Credibility* (Kredibilitas). Adalah kejujuran dan tanggung jawab pihak penyedia jasa sehingga pelanggan dapat mempercayai pihak penyedia jasa.
   c. *Courtesy* (Kesopanan). Adalah Etika kesopanan, rasa hormat, dan keramahan pihak penyedia jasa kepada pelanggannya pada saat memberikan jasa pelayanan.
   d. *Securitiy* (Keamanan/Keselamatan). adalah rasa aman, perasaan bebas dari rasa takut serta bebas dari keragu-raguan akan jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada pelanggannya.
4. Dimensi *Empathy* (Empati). Adalah tingkat perhatian atau tingkat kepedulian individual yang dapat diberikan pihak penyedia jasa kepada pelanggannya. dimensi empati terdiri dari tiga sub dimensi, yaitu :

   a. *Access* (Akses). Adalah ingkat kemudahan untuk dihubungi dan ditemuinya pihak penyedia jasa kepada pelanggannya.

b. *Communication* (Komunikasi) adalah kemampuan pihak penyedia jasa untuk selalu mengiformasikan sesuatu dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan dan pihak penyedia jasa selalu mau mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan.
c. *Understanding Customer* (Mengerti Pelanggan). Adalah tingkat usaha pihak penyedia jasa untuk mengetahui dan mengenal pelanggan beserta kebutuhan-kebutuhannya.

5. Dimensi *Tangibles* (Nyata). Adalah penampilan dan perfomansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, dan material-material komunikasi.

Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut di atas harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Parasuraman et. at. (1990) telah menyusun suatu model konseptual dari kualitas pelayanan yang menggambarkan kesenjangan yang menjadi penyebab timbulnya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman et. at. (1990), kesenjangan atau *gap* dalam suatu pelayanan dapat terjadi pada bagian konsumen (yaitu antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya) dan pada bagian penyedia jasa. *Gap* atau kesenjangan tersebut terdiri dari lima macam, yaitu :

a. *Gap* 1 : Kesenjangan antara persepsi dari pihak penyedia jasa dengan harapan konsumen. *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dengan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Penyebab timbulnya *gap* ini antara lain karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

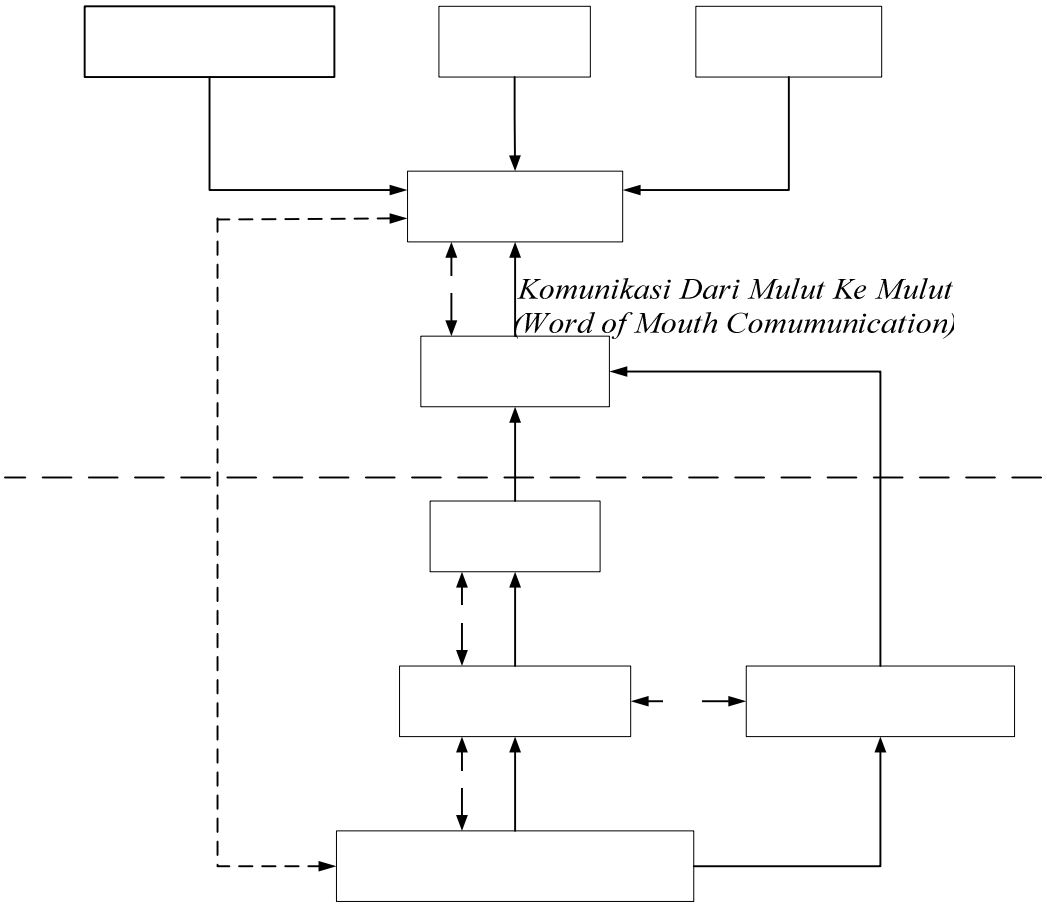
b. *Gap* 2: Kesenjangan antara persepsi dari pihak penyedia jasa dengan spesifikasi kualitas pelayanan. *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dengan spesifikasi pelayanan. Penyebab timbulnya *gap* ini karena pihak penyedia jasa belum menetapkan standar kualitas pelayanan yang jelas, standar kualitas pelayanan yang telah ditetapkan tidak realistis atau meskipun standar sudah ditetapkan tapi pihak penyedia jasa tidak memiliki komitmen untuk mewujudkannya.
c. *Gap* 3 : Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan proses pemberian/penyampaian pelayanan. *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan penyampaian pelayanan yang diberikan oleh karyawan (*contact personnel*) faktor-faktor yang dapat menyebabkan *gap* ini antara lain:
    1. Ambiguitas peran, yakni sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan.
    2. Konflik peran, yakni sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
    3. Kesesuaian pegawai dengan yang harus dikerjakannya.
    4. Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai.
    5. Sistem pengendalian dari atasan, yakni tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan.
    6. *Perceived control*, yakni sejauh mana pegawai merasakan kebebasan fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
    7. *Teamwork*, yakni sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
d. *Gap* 4 : Kesenjangan antara penyampaian pelayanan dengan komunikasi, eksternal kepada konsumen. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan - pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. *Gap* dapat terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

e. *Gap* 5 : Kesenjangan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi yang dimilikinya. Jika persepsi dan ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan terbukti sama dan bahkan persepsi lebih baik dari ekspetasi, maka perusahaan akan mendapat citra baik dan dampak positif. Namun bila yang kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbul permasalahan bagi perusahaan.

Beberapa kelebihan dalam Parasuraman's *SERVQUAL Model* adalah sebagai berikut:

1. Dapat diketahui nilai kualitas pelayanan, setiap variabel, dan setiap dimensi kualitas pelayanan, sehingga dengan mudah mentelusuri apa yang sebenarnya mempengaruhi tinggi atau rendahnya pelayanan keseluruhan.
2. Dapat diketahui bagaimana harapan konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan dan bagaimana penilaiannya tetang pelayanan yang diberikan perusahaan.
3. Dapat diketahui variabel mana yang harus menjadi fokus untuk perbaikan selanjutnya dalam rangka peningkatan kualitas jasa pelayanan.
4. Mengetahui gambaran tentang perkembangan harapan dan presepsi konsumen dari waktu ke waktu.

Sedangkan model konseptual kualitas pelayanan Parasuraman et.al dapat dilihat pada gambar 2.7 dibawah ini adalah sebagai berikut.



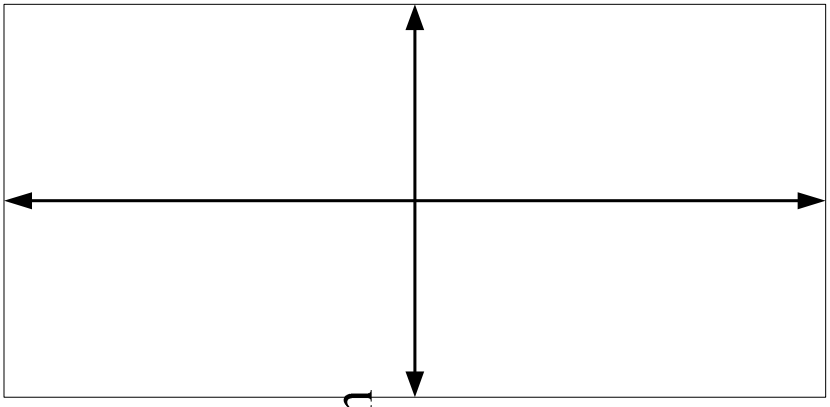
Gambar 2.7 Model konseptual kualitas pelayanan (Parasuraman et.al, 1990).

2.7.2 Perbaikan Kualitas Pelayanan.

Dalam rangka perbaikan kualitas pelayanan, salah satu cara untuk menentukan faktor-faktor yang perlu diprioritaskan untuk dibenahi adalah menggunakan analisis tingkat kepentingan-perfomansi/kesenjangan (Kotler, 2002). Pada analisis tingkat kepentingan-perfomansi/kesenjangan, dilakukan pemetaan menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Pemetaan variabel-variabel pada penelitian ini terbagi kedalam dua macam, yakni untuk *gap* 5 dan untuk *gap* 1.

Pembagian kuadran dalam peta tingkat kepentingan kesenjangan dapat dilihat pada gambar 2.8 dibawah ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.8 Peta Tingkat Kepentingan-Performansi (Kotler, 2012)

Variabel-variabel yang termasuk kedalam kuadran A mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kualitas pelayanan, sehingga perlu adanya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan untuk setiap variabel dalam kuadran A tersebut. Hal ini karena variabel tersebut mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi, namun performansinya masih belum memuaskan.

Variabel-variabel dalam kuadran B mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi dengan perfomansi yang juga memuaskan. Oleh sebab itu, yang perlu dilakukan oleh pihak penyedia jasa adalah mempertahankan kualitas pelayanan yang menyangkut variabel-variabel dalam kuadran B tersebut.

Variabel-variabel dalam kuadran C mempunyai tingkat kepentingan yang rendah dengan performansi yang belum memuaskan. Oleh sebab itu, variabel-variabel di dalam kuadran ini mempunyai prioritas yang rendah untuk usaha-usaha perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan.

Variabel-variabel dalam kuadran D mempunyai tingkat kepentingan yang rendah namun dengan performansi yang memuaskan. Oleh sebab itu, usaha yang dapat dilakukan oleh pihak penyedia jasa adalah pengurangan penekanan usaha perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan.

2.8 Desain Kuesioner.

Kuesioner adalah satu set pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden, dan responden *me-record* jawaban yang diberikan pada kuesioner tersebut. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika peneliti mengetahui secara pasti kebutuhan apa yang diharapkan dan bagaimana mengukur variabel yang diteliti.

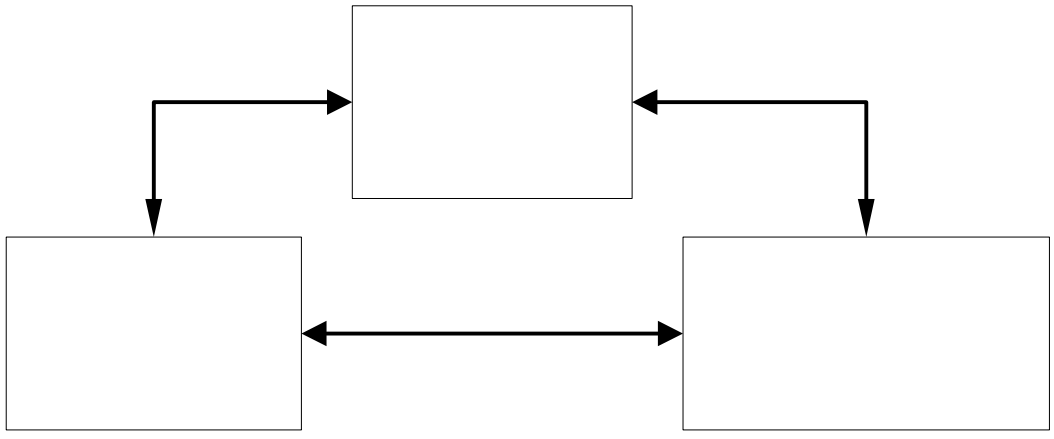
2.8.1 Pertimbangan Awal Penyusunan Kuesioner.

Dalam menyusun kuesioner, seorang peneliti harus merancang kuesioner yang konsisten dengan pengetahuan, minat dan tingkat intelektualitas responden potensial.

Berikut tiga faktor yang harus diperhatikan oleh peneliti dalam menyusun kuesioner agar peneliti yang bersangkutan tidak mengalami kegagalan (Tjin, 2002):

1. Karakteristik informasi yang ingin diketahui.
2. Metode penyebaran kuesioner.
3. Karakteristik responden yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dimaksud.

Hubungan ketiga faktor tersebut dapat dilihat pada gambar 2.10. berikut ini :



Gambar 2.9 Hubungan Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Awal Dalam Pembuatan Kuesioner.

2.8.2 Jenis-Jenis Kuesioner.

Secara umum kuesioner dapat dikelompokkan berdasarkan struktur dan kelangsungan. Struktur mengacu pada tingkat standarisasi atau tingkat formalisasi pertanyaan dan jawaban yang diberikan. Sedangkan kelangsungan mengacu pada tingkat kesadaran atau kewaspadaan responden akan maksud dan pertanyaan yang ditujukan kepadanya. Berdasarkan kedua hal tersebut, maka terdapat empat jenis kuesioner, yaitu:

1. Kuesioner terstruktur dan langsung. Umumnya kuesioner yang disusun dalam riset pemasaran mempunyai bentuk terstruktur dan tujuan yang jelas bagi respondennya. Alternatif jawaban responden telah disusun sedemikian rupa sehingga responden hanya perlu memberi tanda pada tempat yang sesuai dengan jawabannya. Data yang terkumpul dengan kuesioner jenis ini lebih mudah untuk disimpan, ditabulasikan, dan dianalisis karena bentuknya yang standar, terstruktur dan jawaban yang diberikan sifatnya jelas. Kuesioner terstruktur dan langsung ini cocok jika peneliti bermaksud untuk mendapat informasi yang faktual dan langsung.
2. Kuesioner tidak terstruktur dan langsung. Pada umumnya, kuesioner yang tidak terstruktur dan langsung terdiri atas pertanyaan-pertanyaan terbuka yang terarah pada topik penelitian, namun memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab sesuai dengan maksudnya. Peneliti tidak memberikan alternatif jawaban kepada responden sehingga kemungkinan alternatif jawaban sangat banyak dan responden diberikan kebebasan untuk memberikan jawabannya.
3. Kuesioner terstruktur dan tidak langsung. Kusioner jenis ini merupakan kuesioner yang cocok diberikan kepada responden yang umumnya cenderung untuk tidak bersedia memberikan jawaban yang benar karena mereka curiga terhadap maksud pertanyaan yang diajukan kepada mereka. Oleh sebab itu, peneliti harus berusaha mendapat informasi yang sama dengan menggunakan pertanyaan terselubung (tidak langsung).
4. Kuesioner tidak terstruktur dan tidak langsung. Kuesioner jenis ini tidak dapat diterapkan dalam situasi riset pemasaran dan karenanya tidak akan dibahas lebih lanjut.

2.8.3 Pengembangan Kuesioner.

Dalam penyusunan kuesioner, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu: isi pertanyaan, tipe pertanyaan, kalimat pertanyaan, sensitivitas pertanyaan, urutan pertanyaan, dan tampilan dari kuesioner.

1. Isi pertanyaan. Mengevaluasi berbagai alternatif pertanyaan yang akan disusun dalam kuesioner, seorang peneliti harus memperhatikan hal-hal berikut:
   - Apakah pertanyaan tersebut perlu untuk ditanyakan ?
   - Apakah responden bersedia dan dapat memberikan data yang ditanyakan.
   - Apakah pertanyaan tersebut cukup jelas dan mencakup aspek yang ingin diketahui?
2. Tipe pertanyaan. Tjin (2002) menyatakan bahwa, ada tiga tipe pertanyaan yang dapat digunakan dalain membuat kuesioner, yaitu *open-ended, multiple choices,* dan *dichotomous.*

- *Open-ended,* pada tipe pertanyaan *open-ended,* tidak terdapat alternatif jawaban. tipe ini memberikan keleluasaan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri dan menggunakan pendapat dengan cara yang dipandangnya sesuai dengan pertanyaan yang diajukan kepadanya. Kelebihan dan kekurangan kuesioner tipe ini dapat dilihat pada tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2.5 Kelebihan dan kekurangan kuesioner tipe *open-ended.*

Kelebihan kuestioner ***Open-ended***	**Kekurangan kuestioner** ***Open-ended***
Responden bebas, tidak terkait	Pengolahan data sulit
Jawaban dapat membuka objek seluas-luasnya	Pengisian kuestioner akan memakan banyak waktu
	Harapan yang akan dikembaliakn kecil
	Pembedaan kemampuan responden dalam menuangkan pikiran secara tertulis akan mempengaruhi hasil penelitian

- *Multiple choices,* tipe pertanyaan *multiple choices* menyajikan pertanyaan kepada responden dan memberikan sekumpulan alternatif yang sifatnya *mutually exclusive* (hanya satu alternatif yang dapat dipilih) dan *mutually exhaustive* (kumpulan alternatif yang diberikan sudah mencakup semua kemungkinan alternatif yang ada). Selanjutnya responden memilih satu dari kumpulan alternatif tersebut yang menurutnya sesuai dengan responnya pada pertanyaan yang diajukan. Kelebihan dan kekurangan kuesioner ini dapat dilihat pada tabel 2.6.

Tabel 2.6 Kelebihan dan kekurangan kuesioner tipe *multiple choic* (tertutup).

Kelebihan **Kuesioner Tertutup**	**Kekurangan** **Kuesiouer Tertutup**
Responden tidak perlu menulis. Pengisian tidak perlu memerlukan banyak waktu	Responden tidak diberi kebebasan jawab diluar pilihan jawaban.
Harapan dikembalikan Iebih besar	Piihan jawaban belum tentu lengkap.
Pengolahan data lebih mudah	Tidak membuka obyek penelitian seluas-luasnya

- *Dichotomous,* Tipe pertanyaan *dichotomous* sama dengan *multiple choices,* tapi hanya mempunyai dua altematif yang di antaranya harus dipilih salah satu saja. Umumnya yang paling banyak digunakan adalah alternatif berupa "ya" atau "tidak" dan "benar" atau salah". Selain itu, juga terdapat tipe kuesioner kombinasi antara *open-ended* dengan *multiple choices.* Pada kuesioner kombinasi, untuk setiap pertanyaan selain disediakan alternatif jawaban, responden juga diberikan kesempatan menjawab secara bebas.

3. Kalimat pertanyaan. Tjin (2002) menyatakan bahwa dalam memformulasikan pertanyaan dalam kuesioner, peneliti harus memastikan bahwa kalimat penyusun pertanyaan tersebut memenuhi kriteria berikut :
   - Dapat dipahami dengan jelas oleh responden.
   - Dinyatakan dalam kosakata dan pola pikir yang sama di antara peneliti dan responden.
   - Tidak mempengaruhi jawaban yang diberikan oleh responden.
4. Sensitivitas pertanyaan. Beberapa topik penelitian yang berkakitan dengan pendapatan, umur, catatan kejahatan, kecelakaan dan topik sensitif lainnya cenderung mempunyai bias respon pada responden yang diteliti. Oleh sebab itu, bentuk dan penyusunan kalimat pertanyaan harus dirancang dengan benar agar dapat mengungkapkan jawaban yang sebenarnya.
5. Urutan pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner harus disusun dalam urutan yang logis dan jelas agar responden dapat dengan mudah mengikuti alur pertanyaan dan peneliti dapat merekapitulasi hasil dengan cepat.
6. Tampilan kuesioner. Untuk kuesioner yang dikirim melalui surat/pos, ataupun kuesioner yang diisi oleh responden di rumahnya masing-masing, tampilan kuesioner memegang peranan yang cukup penting.

Kuesioner yang kelihatannya panjang dan mempunyai kalimat yang banyak akan cenderung untuk diabaikan oleh responden. Oleh sebab itu, bila dimungkinkan, pertanyaan harus disusun seminimal mungkin dengan kalimat-kalimat yang mudah dan sederhana.

2.8.4 Uji Validitas Kuesioner.

Tjin (2002) menyatakan bahwa validitas menentukan sampai seberapa baik suatu alat ukur yang dikembangkan mampu mengukur suatu konsep tertentu yang akan diukur. Validitas dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu :

1. *Content Validity* (Validitas Isi) berkaitan dengan pengujian apakah alat ukur terdiri dari set item yang mencukupi dan representatif untuk mengukur semua aspek kerangka konsep yang dimaksud dalam teori-teori yang ada. Jenis validitas ini adalah satu-satunya validitas yang menggunakan pembuktian logika dan bukan secara statistik.

   Content validity yang paling dasar adalah *face validity* (validitas rupa). *Face validity* hanya menunjukkan bahwa dari segi rupa, alat ukur yang digunakan tampaknya mengukur yang ingin diukur.
2. *Criterion-Related Validity* berkaitan dengan hubungan hasil suatu alat ukur dengan kriteria yang telah ditentukan. Validitas ini terdiri dari dua jenis, yakni:
   - *Concurrent Validity* (Validitas Simultan) berkaitan dengan pengujian apakah terdapat kesesuaian antara hasil alat ukur tentang perilaku objek penelitian dengan perilakunya yang terjadi dimasa sekarang.
   - *Predictive Validity* (Validitas Prediktif) berkaitan dengan pengujian apakah terdapat kesesuaian antara hasil prediksi tentang perilaku objek penelitian dengan perilakunya yang nyata terjadi dimasa depan.
   - *Construct Validity* (Validitas Konstruk) adalah kerangka dari suatu konsep. Validitas konstruk berkaitan dengan pengujian alat ukur tersebut benar-benar mengukur objek sesuai dengan kerangka konsep objek yang bersangkutan. Analisis validitas konstruk dilakukan dengan mengevaluasi korelasi yang terjadi antara jawaban tiap aspek yang menyusun konstruk suatu kuesioner sesuai tujuan kuesioner. Nilai korelasi dibandingkan dengan angka kritis yang terdapat dalam tabel korelasi nilai r.

Jika nilai korelasi lebih besar atau sama dengan nilai r, maka kuesioner yang disusun memiliki validitas konstruk. *Construct validity* terdiri dari dua jenis, yaitu :

a. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen) berkaitan dengan apakah hasil yang diperoleh dari dua alat ukur yang berbeda yang mengukur konsep yang sama berkorelasi tinggi. Jika korelasinya tinggi dan signifikan, maka alat ukur tersebut valid.
b. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan) berkaitan dengan apakah berdasarkan dengan teori yang ada, dua variabel yang diprediksikan tidak berkorelasi, dan hasil yang diperoleh secara empiris membuktikannya.

Peningkatan *construct validity* dapat dipandang sebagai konsep yang menyatukan semua bukti adanya validitas untuk semua tipe validitas. Selanjutnya menambahkan jenis validitas untuk sebuah alat ukur dengan *culture validity* (validitas budaya). Alat ukur yang berhasil valid di suatu tempat belum tentu valid untuk digunakan di tempat lain yang budayanya berbeda. Oleh sebab itu, dalam penyusunan alat ukur atau kuesioner perlu dipertimbangkan aspek budaya penduduk setempat yang akan dijadikan responden.

2.8.5 Uji Reliabilitas Kuesioner.

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran, yang mengindikasikan stabilitas dan kekonsistennan alat ukur. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi mempunyai arti bahwa pengukuran mampu memberikan hasil ukur yang konsisten *(reliable)* dan dapat memberikan hasil yang relatif sama jika pengukuran dilakukan lebih dari satu kali pada waktu yang berbeda. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas memberikan gambaran sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya, dalam arti sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran *(measurement error).*

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Secara teoritis, besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1,00.

Besarnya keofisen reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,70 (Kaplan dan Saccuzzo, 1993). Di samping itu, walaupun koefisien korelasi dapat bertanda positif maupun negatif, namun dalam hal reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol tidak mempunyai arti apa-apa karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif.

Koefisien reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Bila terdapat suatu alat ukur yang digunakan dua kali untuk mengukur sesuatu yang sama dan hasil kedua pengukuran adalah sama, maka alat pengukur tersebut reliabel. Berikut ini adalah beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas alat ukur.

2.8.5.1 *Test-Retest Reability*.

Mengukur reliabilitas alat ukur, sampel yang sama diukur dua kali, yaitu pada saat yang pertama *(test)* dan pada saat yang kedua *(relesi)* dengan menggunakan alat ukur yang sama dengan waktu antara pengukuran yang tidak terlalu dekat dan juga tidak terlalu jauh. Tjin (2002) menyatakan bahwa selang waktu antar pengukuran sebaiknya antara 15-30 hari. Kelemahan metode ini adalah bahwa responden bisa saja sudah mempunyai keterampilan yang lebih baik pada saat tes kedua, karena mereka sudah bisa, responden mungkin masih ingat jawaban yang di berikan pada tes yang pertama.

2.8.5.2 *Pararel Form Reliability/Equivalent Form Relibillity.*

Metode ini merupakan perhitungan reliabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi *error* yang berkaitan dengan penggunaan item-item tertentu. Jadi, metode *parareI form reliability* digunakan untuk membandingkan dua buah alat ukur yang ekivalen. yakni dua bentuk alat ukur yang dikonstruksi berdasarkan aturan-aturan yang sama tetapi mempunyai item-item yang berbeda. Metode *pararel form reliability* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1. Menggunakan satu objek., dalam pengujian digunakan dua alat ukur untuk mengukur dua obyek yang dianggap tidak berubah. Jika kedua alat ukur menunjukkan hasil tidak berbeda, maka alat ukur yang diuji tersebut reliabel.
2. Menggunakan dua objek, dalam pengujian ini, satu alat ukur digunakan untuk mengukur (secara berurutan) dua obyek yang dianggap sama dan jika hasilnya konsisten, maka alat tersebut reliabel. Metode *pararel form reliability* mempunyai kelemahan, yakni adanya kesulitan dalam mengembangkan dua bentuk alat ukur yang ekivalen.

2.8.5.3 *Internal Consistency.*

Metode *internal consistency* diterapkan untuk suatu alat ukur tunggal. Teknik-teknik yang dapat dipakai adalah KR 20 dan KR 21, Alpha Cronbach, dan metode *split-half* :

2.8.5.4 KR 20 dan KR 21.

Metode KR 20 dan KR 21 dikembangkan oleh. KR 20 digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu alat ukur yang mempunyai item-item dikotomus yang bernilai 0 dan 1 (misalnya benar/salah atau ya/tidak). Persamaan yang digunakan pada metode KR 20 ini adalah :

$$KR\ 20 = R = \frac{N}{N-1}\left(\frac{S^2 \sum pq}{S^2}\right) \quad \text{.....(2.3)}$$

Keterangan : KR 20 = R - koefisien reliabilitas KR 20

N = Jumlah item dalam alat ukur

S^2 = Variansi nilai keseluruhan

p = Proporsi mendapatkan nilai benar untuk setiap item

q = Proporsi mendapatkan nilai salah untuk setiap item

Σpq = Jumlah hasil kali p dan q untuk setiap item

Pada metode KR 21, persamaan yang digunakan merupakan persamaan yang dirancang untuk tidak membutuhkan perhitungan p dan q untuk setiap item. Namun, prosedur penggunaannya didasarkan atas asumsi, adalah bahwa semua item harus mempunyai tingkat kesulitan yang sama, atau mempunyai rata-rata tingkat kesulitan sebesar 50%. Persamaan KR 21 adalah sebagai berikut :

$$KR21 = R = \frac{N}{N-1}\left(1 - \frac{\overline{X}\left(1 - \overline{X}/N\right)}{S^2}\right) \quad \text{.....(2.4)}$$

Keterangan: KR 2 1 = R = Koefisien reliabilitas KR 2 1

N = Jumlah item dalam alat ukur

S^2 = Variansi nilai keseluruhan

$\overline{X}$ = Rata-rata nilai keseluruhan

2.8.5.5 *Alpha Cronbach.*

Metode ini dikembangkan oleh Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach merupakan koefisien yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *internal consistency.* Metode ini dikembangkan karena persamaan untuk KR 20 tidak dapat digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu alat ukur yang tidak mempunyai item-item dikotomus.

Alpha Cronbach dapat diinterpretasikan sebagai korelasi antara pengujian atau skala tersebut dengan pengujian atau skala yang mempunyai jumlah item yang sama. karena diiterpretasikan sebagai koefisien korelasi, maka nilainya berkisar antara 0-1 (nilai α yang negatif dapat terjadi bila item-item tidak berkorelasi positif dan model reliabilitas dilanggar).

Rumus untuk menghitung nilai alpha cronbach adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \alpha \frac{k}{(k-1)}\left\{1 - \frac{\sum Si^2}{\sum St^2}\right\} \quad \text{.....(2.5)}$$

$$Si^2 = \frac{Jki}{n} - \frac{Jks}{n^2} \quad \text{.....(2.6)}$$

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{\left(\sum Xt\right)^2}{n^2} \quad \text{.....(2.7)}$$

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}} \quad \text{.....(2.8)}$$

Keterangan : k = Mean kuadrat subjek.

$\sum Si^2$ = Mean kuadrat kesalahan.

$\sum St^2$ = Variansi total.

Jki = Jumlah kuadran keseluruhan skor item.

Jks = Jumlah kuadran subjek.

$\bar{r}$ = Korelasi rata-rata antar item.

2.8.5.6 *Split-half Method* (*Spearman-Brown Correction).*

Metode *split-half membagi* hasil alat ukur menjadi dua bagian yang sama besar dan kemudian hasil dari bagian pertama dibandingkan dengan hasil bagian kedua. Teknik pembagian ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan secara acak atau dengan berdasarkan nomor item (ganjil dan genap).

Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara kedua bagian alat ukur tersebut dan kemudian hasilnya dikoreksi dengan menggunakan koreksi Spearman-Brown. Untuk dapat menggunakan metode *split-half,* kuseioner harus mempunyai banyak item pertanyaan yang mengukur aspek yang sama.

Singarimbun dan Tjin (2002) menyatakan bahwa jumlah item sebanyak 50-60 merupakan jumlah yang memadai. Urutan langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Menentukan validitas item dan membuang item yang tidak valid.
2. Membagi item yang valid menjadi dua bagian secara acak.
3. Menjumlahkan nilai tiap kelompok item sehingga didapat nilai total untuk kedua kelompok item.
4. Menghitung koefisien korelasi nilai total kelompok pertama dan kedua.

Mengingat bahwa item telah dibagi dua, maka reliabillitas total adalah sebagai berikut:

$$R_{tot} = \frac{2.r}{1 + r} \quad \text{.....(2.9)}$$

Keterangan: R_{tot} = Koefisien reliabilitas split half (koefisien korelasi total).
r = Koefisien korelasi bagian pertama dan bagian kedua.

Selanjutnya nilai korelasi ini dibandingkan dengan angka kritis yang terdapat dalam tebel korelasi nilai r. Jika nilai korelasi lebih besar atau sama dengan nilai r, maka kuesioner yang disusun mempunyai reliabilitas (Tjin, 2002). Apabila salah satu dari kedua bagian alat ukur tidak mempunyai variansi yang sama, maka penggunaan koreksi Spearman-Brown tidak disarankan. Dalam kasus ini dapat digunakan koefisien Alpha Cronbach (α) yang terdapat pada persamaan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{2\left\{\sigma_x^2 - \left(\sigma_{x1}^2 \sigma_{x2}^2\right)\right\}}{\sigma_x^2} \quad \text{.....(2.10)}$$

Keterangan: α = Koefisien reliabilitas *split-half*.
σ_x^2 = Variansi nilai keseluruhan.
σ_{x1}^2 = Variansi nilai bagian pertama.
σ_{x2}^2 = Variansi nilai bagian kedua.

Koefisien ini merupakan koefisien nilai reliabilitas umum yang memberikan nilai reliabilitas terendah yang diinginkan. Jadi apabila nilai ini cukup tinggi, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan telah reliabel.