

KUALITAS DAN NILAI PELAYANAN BALAI ARKEOLOGI YOGYAKARTA DALAM PENGELOLAAN HASIL PENELITIAN KEPADA PUBLIK

Indah Asikin Nurani
(Balai Arkeologi Yogyakarta)

ABSTRACT

Balai Arkeologi Yogyakarta is a research institution which serves the public on informations concerned with researches on archaeology. On the other hand, the results of those researches have to be informed to the society, since it is supposed to have many benefits for the academic and the public. This article is intended to express the result of the public appreciation for the service done by Balai Arkeologi Yogyakarta, using measurement of service (tangible, empathy, responsive, reliability and assurance) and the comparison between the benefits and the cost.

Key words: kualitas layanan, nilai layanan, kuesioner, publik, kemasan informasi

PENDAHULUAN

Penelitian arkeologi, sebagaimana disiplin ilmu yang lain, meliputi proses dan tingkatan penelitian mulai dari kajian pustaka, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penjelasan atau interpretasi hasil penelitian. Secara lebih terinci James Deetz (1967) mengungkapkan terdapat tiga tipe penelitian arkeologi yang terdiri atas observasi/eksplorasi (penjajagan), deskripsi (penggambaran), dan eksplanasi (penjelasan). Selanjutnya pada tahap pasca penelitian, khususnya berkaitan dengan publikasi, arkeolog dituntut untuk mengkomunikasikan hasil penelitian arkeologi kepada khalayak (Joukowsky, 1980). Hal tersebut dilakukan bukan sekedar sebagai tanggung jawab profesi, akan tetapi lebih penting dari itu sebagai tanggung jawab moral arkeolog. Selain itu, perlu disadari bahwa penelitian arkeologi pada prinsipnya dibiayai oleh masyarakat, maka secara profesional arkeolog memiliki tanggung jawab untuk menginformasikan hasil penelitiannya, bukan saja kepada kalangan akademik, tetapi juga kepada masyarakat luas (McGimsey & Hester A. Davis, 1977). Dengan kata lain, mengkomunikasikan dan menyebarkan pengetahuan tentang hasil penelitian arkeologis penting artinya, bukan saja kepada kalangan akademik tetapi juga bagi masyarakat awam (Soebadio, 1993/1994).

Sehubungan dengan pengkomunikasian atau penginformasian hasil penelitian arkeologi, baik kepada kalangan akademik maupun kepada masyarakat luas atau publik, dikenal dengan istilah arkeologi publik.

Arkeologi publik didefinisikan dalam berbagai pengertian dan makna, meskipun kerangka dasarnya sama, yaitu hubungan yang *reciprocal* antara arkeologi sebagai ilmu dengan masyarakat luas. Tjahyono Prasodjo (2004) merangkum berbagai pengertian Arkeologi Publik yang meliputi tiga definisi, yaitu:

- 1) Arkeologi Publik disamakan dengan *Contract Archaeology* atau *Cultural Resources Management* (CRM), yaitu berkaitan dengan pengelolaan sumberdaya budaya (arkeologi), yang mencakup segala hal yang biasa dilakukan dalam CRM, mulai dari konservasi sampai dengan masalah hukum / perundangan
- 2) Arkeologi Publik sebagai bidang kajian yang membahas mengenai hal yang berkaitan dengan bagaimana mempresentasikan hasil penelitian arkeologi kepada masyarakat. Cakupan dalam definisi ini lebih sempit karena yang paling utama dalam pengertian ini adalah masalah publikasi hasil penelitian arkeologi. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan publikasi bukan hanya penerbitan saja, tetapi melingkupi publikasi dalam bentuk yang lain, seperti *display*/pameran museum, poster, film, dan sosialisasi arkeologi.
- 3) Arkeologi Publik sebagai bidang ilmu arkeologi yang khusus menyoroti interaksi arkeologi dengan publik atau masyarakat luas. Interaksi tersebut dapat terjadi dalam dua arah, baik dari arkeologi ke publik maupun dari publik ke arkeologi.

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam batas tertentu, arkeologi publik juga berkaitan dengan interpretasi arkeologis untuk publik (*public interpretation*), baik yang berkaitan dengan kunjungan sekolah formal untuk menunjang kurikulum, maupun yang tidak formal seperti kunjungan ke situs dan museum (Jameson, 1997). Interpretasi arkeologis untuk publik penting artinya untuk membangun komunikasi secara strategis antara arkeolog sebagai ilmuwan spesialis dengan kalangan profesional yang bukan arkeolog, dan memiliki tugas menyampaikan “pesan” arkeologi kepada publik yang beraneka ragam. Spesialis dan profesional ini antara lain meliputi arkeolog, sejarawan, pemandu lapangan (situs), guru, penulis, seniman, kurator, desainer pameran, serta para ahli sumberdaya budaya lainnya. Dalam hal ini keterlibatan publik menjadi sangat penting dalam proses interpretasi terhadap masa lalu melalui kritik dan evaluasi terhadap interpretasi yang disampaikan kepada mereka (Jameson, 1997). Dalam arkeologi publik, inilah yang dimaksud dengan interaksi dua arah, yaitu interpretasi bukan hanya disampaikan oleh kalangan arkeologi kepada publik, tetapi publik juga memberikan respon dan masukan kepada kalangan arkeologi dalam proses interpretasi (Riyanto, 2006).

Dari uraian di atas tampak jelas bahwa hasil penelitian akan dapat dimanfaatkan publik, baik dari kalangan akademis maupun umum, didasarkan pada kemasan informasi yang interpretatif. Bagaimana kemasan informasi yang interpretatif dapat difahami dan dikaji lebih lanjut oleh publik tergantung pada produk-produk yang dihasilkan lembaga tersebut, baik dalam bentuk informasi lisan, tulis, maupun visual. Selama ini Balai

Arkeologi (selanjutnya disingkat dengan Balar) Yogyakarta sebagai lembaga penelitian selalu mendapat kunjungan dari kalangan akademisi, baik mahasiswa, dosen, maupun aktivis LSM yang berkecimpung dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Hal yang selalu menjadi tujuan mereka adalah untuk menggunakan data mentah (baca: dokumen hasil penelitian) yang ada di Balar Yogyakarta. Permasalahan muncul manakala pelayanan untuk memenuhi kebutuhan mereka masih belum sistematis pengelolaannya. Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, tulisan ini akan menjabarkan bagaimana kualitas pelayanan Balar Yogyakarta, baik peneliti maupun petugas terhadap publik dalam pengelolaan dokumen hasil penelitian arkeologi? Pertanyaan berikutnya adalah bagaimana penilaian publik atas pelayanan Balar Yogyakarta dalam pemenuhan kebutuhan publik atas dokumen hasil penelitian?

Permasalahan di atas akan ditelusuri jawabannya dengan kajian pemasaran jasa atau *marketing*, khususnya mengenai kualitas dan nilai pelayanan jasa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada publik pengguna dokumen hasil penelitian Balar Yogyakarta. Daftar pertanyaan kuesioner dilakukan dengan menyusun kisi-kisi terlebih dahulu berdasarkan variabel dan dimensi variabel, konsep variabel dimensi, indikator terkait dengan item pertanyaan, dan ukuran. Ukuran dilakukan dengan cara pilihan jawaban apabila menjawab a. sangat lengkap/..., bernilai 5; apabila menjawab b. lengkap/..., bernilai 4; menjawab c. cukup lengkap/..., bernilai 3; menjawab d. kurang lengkap/..., bernilai 2; dan menjawab e. tidak lengkap/..., bernilai 1. Variabel yang diukur meliputi kualitas pelayanan atau disingkat TERRA yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*, serta nilai pelayanan yang terdiri atas manfaat dan biaya.

KUALITAS DAN NILAI PELAYANAN

Penyampaian informasi hasil penelitian arkeologi sebagaimana diuraikan di atas, dituntut komunikatif, interpretatif, dan mudah difahami. Adapun berbagai kemasan informasi yang ada menurut Charles McGimsey dan Hester A. Davis (1977) meliputi tiga bentuk kemasan informasi yaitu kemasan tulis (*written word*), kemasan lisan (*spoken word*), dan kemasan visual (*visual presentation*) seperti tayangan TV, video, dan pameran. Selanjutnya berkaitan dengan pengelolaan informasi yang ideal, maka suatu informasi harus sesuai dengan kebutuhan dan dapat dijadikan sebagai sarana peningkatan pelayanan kepada publik. Dengan informasi yang komunikatif dan mudah dipahami tentu saja akan meningkatkan *experience level* publik dan pada gilirannya dapat meningkatkan pelayanan kepada publik secara umum. Dalam kaitannya dengan pariwisata, pengemasan dan pendistribusian informasi merupakan bagian dari manajemen publik. Manajemen publik dalam hal ini bertujuan untuk memaksimalkan apresiasi dan *enjoyment* (Pearson dan Sharon Sullivan, 1995).

Selanjutnya terkait isi (*content*) informasi yang interpretatif, Cooper (1991) menyatakan bahwa dalam pengelolaan informasi haruslah dapat membangkitkan kesadaran akan arti penting, signifikansi, serta fenomena lainnya melalui presentasi (dalam hal ini dapat berbentuk ketiga kemasan baik lisan, tulis, maupun visual) yang efektif. Informasi yang interpretatif haruslah disajikan secara imajinatif dalam bentuk *signboard*, pusat-pusat kunjungan, maupun audio-visual guna meningkatkan kualitas pengalaman serta menjadikannya bagian dari hidup mereka. Cooper juga menjelaskan bahwa interpretasi merupakan bentuk komunikasi antara objek (bentuk kemasan informasi) dengan publik.

Selanjutnya terkait dengan kualitas pelayanan, baik bentuk kemasan informasi (produk) maupun aspek fisik dan pengelola (dalam hal ini peneliti dan petugas Balar Yogyakarta) menurut Christopher Lovelock (2005) terdapat lima dimensi kualitas. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut:

1. keberwujudan (*tangible*): bagaimana fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahkan komunikasi Balar Yogyakarta tersebut?
2. empati (*empathy*): apakah Balar Yogyakarta memberikan perhatian yang besar dan khusus kepada publik?
3. daya tanggap (*responsiveness*): apakah karyawan Balar Yogyakarta senang membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat?
4. kehandalan (*reliability*): apakah Balar Yogyakarta dapat diandalkan dalam menyediakan jasa (baca: produk kemasan informasi) seperti yang diprogramkan atau dijanjikan dari waktu ke waktu?
5. jaminan (*assurance*): apakah karyawan Balar Yogyakarta memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya?

Kelima dimensi kualitas pelayanan di atas selanjutnya disingkat menjadi TERRA sebagaimana telah dirumuskan dalam permasalahan. Masing-masing dimensi **kualitas** pelayanan tersebut akan dijabarkan dalam beberapa pertanyaan terkait dengan *tangible* atau keberwujudan, empati, *responsiveness* atau daya tanggap, *reliability* atau kehandalan, dan *assurance* atau jaminan. Adapun **nilai** pelayanan diukur melalui perbandingan antara manfaat (*benefit*) dengan biaya (*cost*) yang dikeluarkan. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengetahui penilaian publik terhadap pelayanan Balar Yogyakarta atas kinerjanya. Apabila bernilai < 1 berarti pelayanan bernilai kurang; apabila bernilai $= 1$ berarti seimbang; dan apabila bernilai > 1 berarti unggul. Konsekuensi perbandingan nilai tersebut adalah nilai 1 merupakan keseimbangan antara manfaat dengan biaya yang dikeluarkan, apabila kurang dari 1 maka perlu pembenahan dalam pengelolaan, sehingga peran penting lembaga dapat dirasakan dan publik puas dengan layanan yang diterima.

Berdasarkan uraian di atas, maka disusun kisi-kisi kuesioner terkait dengan kualitas pelayanan Balar Yogyakarta yang meliputi lima variabel dalam TERRA, dan dua variabel terkait dengan nilai layanan. Lebih lanjut berdasarkan tolok ukur dari ketujuh variabel dengan tiap-tiap indikator

disusun beberapa pertanyaan dalam kuesioner sebagaimana dijabarkan dalam tabel berikut.

VARIABEL & DIMENSI VARIABEL	KONSEP VARIABEL DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN
SERQUAL	Kualitas pelayanan yang disediakan sesuai dengan harapan publik ditinjau dari dimensi TERRA	Kesesuaian pelayanan yang disampaikan dengan harapan pelanggan/publik	Tingkat kesesuaian
Tangible	Penyediaan sarana dan prasarana (fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan komunikasi petugas) yang dapat dirasakan oleh publik	<ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian dan kenyamanan gedung dan ruangan bagian dokumentasi (foto, gambar, dan peta), ruang display ("museum"), ruang artefak, dan ruang laboratorium - Kelengkapan peralatan baik peralatan olah grafis, digital (multi media), maupun laboratorium - Penampilan petugas - Bahan-bahan terkait dengan hasil penelitian (spt. brosur, poster, dan leaflet) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Sangat lengkap/ ... = 5 b. Lengkap/ ... = 4 c. Cukup lengkap/ ... = 3 d. Kurang lengkap/ ... = 2 e. Tidak lengkap/ ... = 1
Empathy	Pemberian perhatian yang besar dan khusus terhadap publik	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan prosedur dalam memanfaatkan dokumentasi hasil penelitian (artefak, ekofak, foto, gambar, peta, visual, dan laporan) - Akses dalam memperoleh data, tempat penyimpanan/ gudang dan data base 	s.d.a

Responsive	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) : ketanggapan petugas dan peneliti dalam membantu dan memberikan jasa yang tepat dan cepat	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan dan ketepatan pelayanan, sesuai dengan data base dan catalog temuan data - Kepedulian petugas dalam melayani publik apabila mengalami kesulitan 	s.d.a
Reliability	Kehandalan (<i>reliability</i>): lembaga (Balar) dapat diandalkan dalam penyediaan data arkeologis sebagai hasil penelitian	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan dan kejelasan informasi tentang data arkeologis - Keberadaan peneliti sebagai konsultan ilmiah - Keberadaan petugas mendampingi publik - Kesesuaian antara interpretasi dengan publikasi tulis, audio visual -olah grafis, dan display 	s.d.a
Assurance	Jaminan (<i>assurance</i>): petugas / peneliti memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetensi dan pertanggungjawaban ilmiah peneliti dalam memberikan informasi - Keramahan dan kecekatan petugas dalam memberikan pelayanan - Jaminan keakuratan data hasil penelitian - Kenyamanan publik dalam bekerja mengolah data yang diperlukan 	s.d.a
SERVALUE	Penilaian publik atas layanan yang diberikan dengan membandingkan antara manfaat	Keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan	Tingkat kesesuaian

	dan biaya yang dikeluarkan		
Benefit	Manfaat yang dirasakan publik/pelanggan: tolok ukur penilaian melalui karakter produk, pelayanan, personil, dan citra	<ul style="list-style-type: none"> - Manfaat produk hasil penelitian arkeologi (spt: tulis/verbal, olah grafis, dan visual) - Tingkat kepuasan atas pelayanan yang diberikan - Reputasi personal baik petugas maupun peneliti - Kesan terhadap prestise atau citra 	<ul style="list-style-type: none"> a.Sangat bermanfaat/ ... = 5 b.Bermanfaat/ ... = 4 c.Cukup bermanfaat/ ... = 3 d.Kurang bermanfaat/ ... = 2 e.Tidak bermanfaat/ ... = 1
Cost	Biaya yang dikeluarkan: diukur melalui uang, waktu, energi, dan psikis	<ul style="list-style-type: none"> - Keseimbangan antara biaya (uang) yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh - Keseimbangan antara waktu dengan manfaat yang diperoleh - Keseimbangan antara energi dan manfaat yang diperoleh - Perasaan publik selama berada di Balar 	s.d.a

Bertitik tolak pada tabel di atas langkah selanjutnya adalah menyusun daftar pertanyaan, yang masing-masing indikator memiliki perbedaan jumlah pertanyaan, seluruh pertanyaan pada ketujuh variabel berjumlah 43 pertanyaan. Variabel keberwujudan terdiri atas 10 pertanyaan, empati 5 pertanyaan, daya tanggap 5 pertanyaan, kehandalan 6 pertanyaan, jaminan 5 pertanyaan, manfaat 6 pertanyaan, dan biaya 6 pertanyaan.

TINGKAT KUALITAS DAN NILAI PELAYANAN BALAR YOGYAKARTA

Berikut, dapat dijabarkan hasil jawaban kuesioner dari 10 (sepuluh) responden yang memanfaatkan dokumen hasil penelitian Balar Yogyakarta yaitu para mahasiswa dan peneliti/pengajar kalangan akademisi. Uraian diurutkan sesuai TERRA (dalam hal ini diindonesiakan menjadi:

keberwujudan, empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan), manfaat, dan biaya.

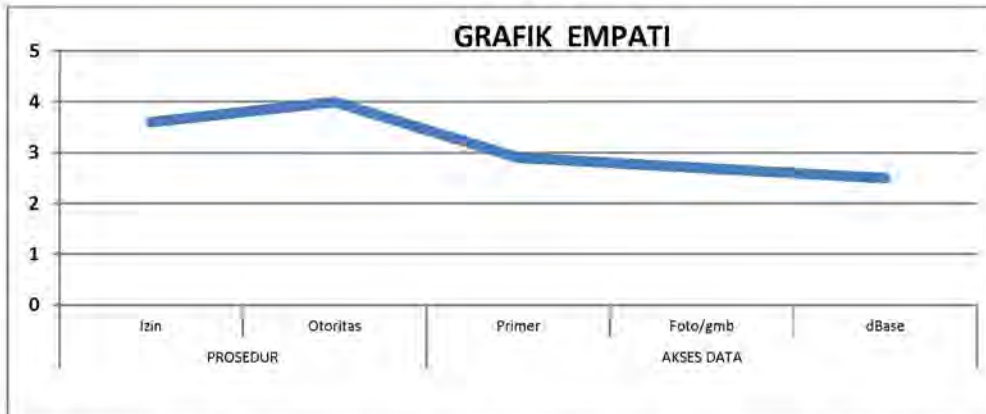
Hasil jawaban terkait dengan kualitas pelayanan variabel dimensi keberwujudan dari sepuluh pertanyaan yaitu: tentang kenyamanan gedung, ruangan dokumentasi, ruang display, ruang artefak, dan ruang laboratorium; kelengkapan peralatan audio-visual, laboratorium dan non laboratorium; penampilan petugas; dan bahan-bahan terkait hasil penelitian (brosur, leaflet) dapat dilihat pada grafik berikut.



Grafik di atas tampak signifikan. Pada fasilitas ruang yang ada, gedung Balai tampak memenuhi kenyamanan dan kesesuaian publik dengan nilai rata-rata > 4 . Ruang dokumentasi dan ruang display dinilai sesuai dan nyaman bagi publik, dengan nilai rata-rata > 3.5 . Hal yang tampak mencolok adalah kenyamanan dan kesesuaian publik terhadap ruang artefak dan laboratorium yang menunjukkan masih kurang terpenuhi, nilai rata-rata < 1.5 . Adapun ketersediaan peralatan baik peralatan audio visual, laboratorium, maupun non laboratorium tampak merata, yaitu rata-rata 2.5. Dalam hal ini, peralatan yang ada kurang memadai. Namun demikian, jawaban atas penampilan petugas menunjukkan nilai rata-rata di atas 3.5 yang berarti di atas cukup sopan dan menarik. Sementara itu kelengkapan bahan (poster, leaflet, dan brosur) menunjukkan nilai rata-rata di bawah 2.5, hal ini menunjukkan bahan yang tersedia kurang lengkap.

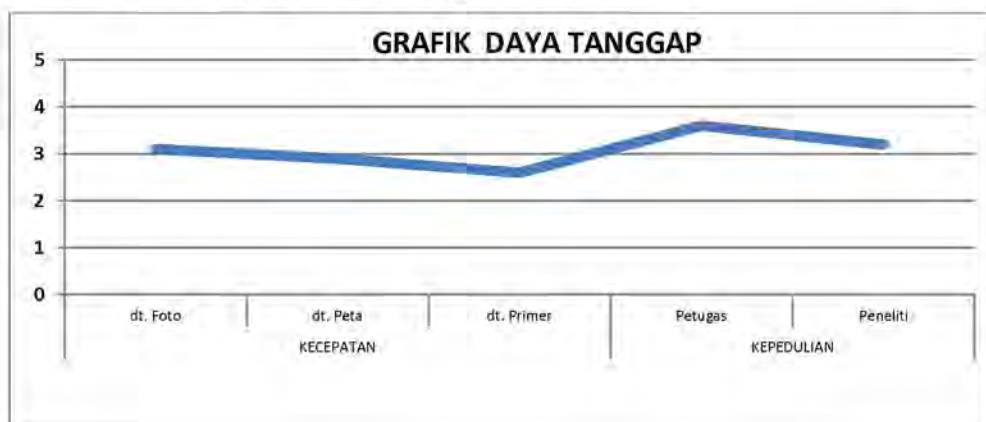
Berdasarkan grafik tersebut di atas, maka tampak jelas secara fisik ruang artefak dan ruang laboratorium perlu pengembangan untuk kenyamanan dan kesesuaian. Hal tersebut terjadi disebabkan kedua ruang tersebut sebagai tempat penyimpanan data hasil penelitian yang aktivitas manusia dalam ruangan tidak intensif. Selain itu, peralatan tampak juga belum lengkap baik pada peralatan audio visual, laboratorium maupun non laboratorium, sehingga mendesak untuk dilengkapi. Hal tersebut berdampak pada bahan yang dihasilkan menjadi kurang lengkap.

Hasil jawaban atas lima pertanyaan untuk kualitas variabel dimensi empati yang meliputi pertanyaan kemudahan prosedur izin administrasi dan izin atas kewenangan/otoritas peneliti, serta kemudahan akses data baik primer, foto/gambar, maupun dBase dapat dilihat pada grafik berikut.



Grafik kualitas pelayanan empati di atas menunjukkan bahwa prosedur izin baik administrasi maupun kewenangan/otoritas peneliti rata-rata > 3.5 atau mudah. Akses data baik akses data primer, foto/gambar, maupun dBase rata-rata di atas 2.5 atau cukup mudah. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan peningkatan pelayanan terutama dalam hal akses data. Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan pengelolaan data yang lebih sistematis dan terorganisir, sehingga publik dengan mudah dapat mengakses data.

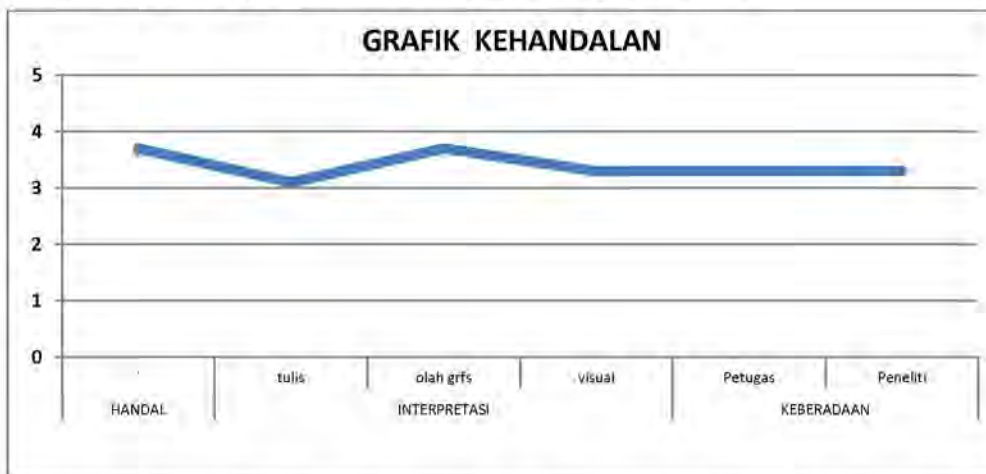
Variabel dimensi daya tanggap meliputi lima pertanyaan, yaitu kecepatan petugas dalam memperoleh data fotografi, gambar/peta, dan data primer, serta kepedulian petugas dan peneliti dalam menghadapi kesulitan publik dapat dilihat pada grafik berikut.



Grafik daya tanggap di atas menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan dalam perolehan data baik data foto maupun peta menunjukkan cukup cepat, rata-rata ≥ 3 , sedangkan untuk kecepatan pelayanan memperoleh

data primer (artefak dan ekofak) kurang cepat > 2.5. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam kecepatan pelayanan memperoleh data baik data foto, gambar/peta, maupun data primer perlu ditingkatkan lagi, terutama kecepatan pelayanan memperoleh data primer. Adapun tingkat kepedulian terhadap kesulitan publik menunjukkan tingkat kepedulian petugas rata-rata > 3.5, sedangkan tingkat kepedulian peneliti > 3 atau cukup peduli. Hal tersebut menunjukkan perlu peningkatan kepedulian terhadap kesulitan publik terutama kepedulian peneliti yang rata-rata lebih rendah dari kepedulian petugas terhadap publik.

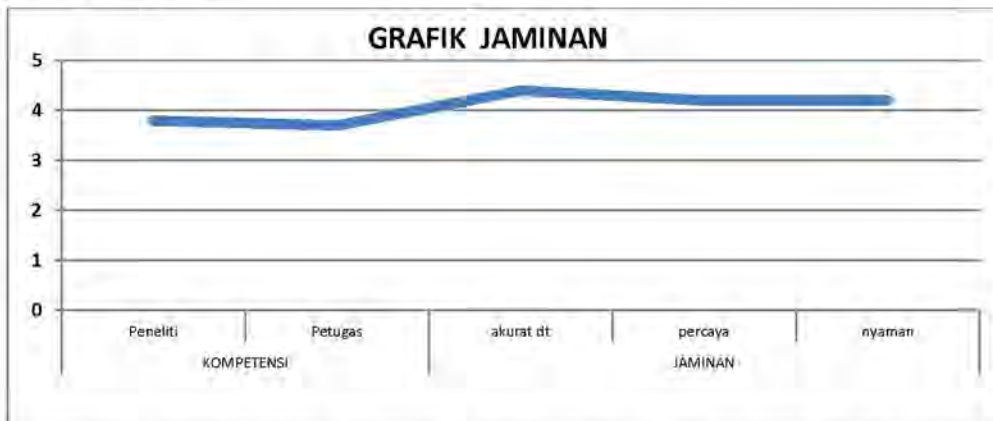
Variabel berikutnya adalah kehandalan yang meliputi enam pertanyaan yaitu tentang kehandalan dan ketepatan informasi data; kejelasan interpretasi dalam kemasan tulis, olah grafis, dan visual; serta keberadaan peneliti dan petugas dalam mendampingi publik. Jawaban rata-rata kesepuluh responden dapat dilihat pada grafik berikut.



Grafik kehandalan di atas menunjukkan kehandalan rata-rata > 3.5 mendekati nilai 4. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan dan ketepatan informasi data arkeologis sebagai hasil penelitian adalah handal. Namun demikian, interpretasi yang disampaikan melalui media tulis rata-rata > 3.1, melalui olah grafis rata-rata > 3.7 mendekati 4, dan melalui visual rata-rata 3.3. Ketiga media dalam menyampaikan interpretasi tersebut menunjukkan bahwa perlu peningkatan dalam penyampaian interpretasi terutama dalam media tulis dan visual, karena dinilai responden cukup jelas dan informatif dibandingkan media olah grafis yang dinilai jelas. Adapun indikator keberadaan peneliti dan petugas dalam mendampingi dan memberikan bimbingan publik rata-rata > 3 atau cukup kooperatif. Hal tersebut menunjukkan perlu peningkatan dalam mendampingi dan membimbing publik.

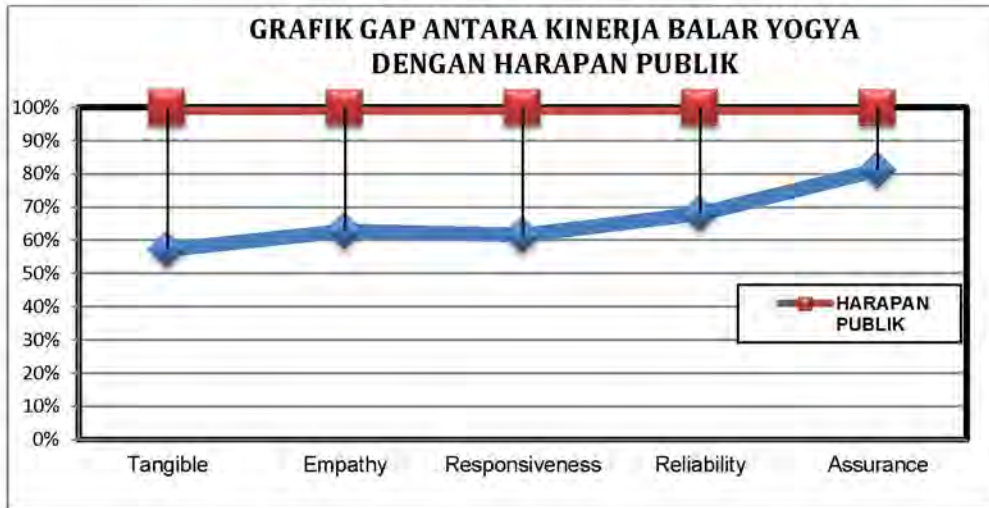
Variabel selanjutnya adalah jaminan dengan lima pertanyaan meliputi kompetensi peneliti dalam memberikan informasi dan kecekatan petugas; serta jaminan keakuratan data, terpercaya, dan kenyamanan

bekerja menganalisis dokumen hasil penelitian Balar Yoga dapat dilihat pada grafik berikut.



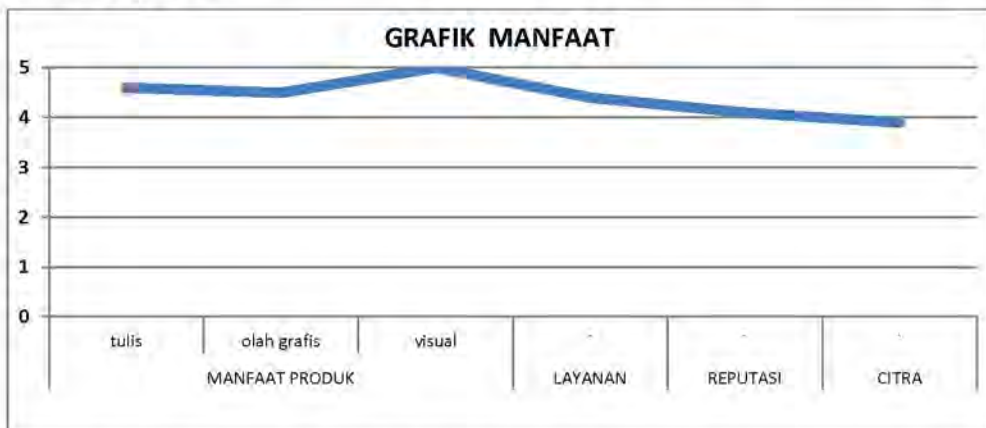
Grafik jaminan di atas menunjukkan kompetensi peneliti dan kecekatan petugas dalam pelayanan rata-rata > 3.7 mendekati angka 4 yaitu kompeten. Kompetensi peneliti dalam memberikan informasi ilmiah yang dibutuhkan publik rata-rata 3.8 dan kecekatan petugas rata-rata 3.7. Adapun jaminan keakuratan, terpercaya dan nyaman dalam bekerja menunjukkan rata-rata > 4.2 atau terjamin. Jaminan keakuratan data menduduki rata-rata 4.4, sedangkan terpercaya dan kenyamanan rata-rata 4.2. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan publik memanfaatkan dokumentasi hasil penelitian arkeologis di Balar Yogyakarta terjamin.

Berdasarkan kelima indikator dalam TERRA dapat disimpulkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan di atas sedang, 50% kebutuhan dan harapan publik terpenuhi dan puas dengan pelayanan Balar Yoga. Keseluruhan variabel TERRA dapat dilihat dalam grafik gap antara kinerja Balar Yoga dengan harapan publik dalam memanfaatkan dokumen hasil penelitian arkeologi berikut.



Prosentase kinerja Balar Yogyakarta terhadap harapan publik adalah *tangible* 57.2%, empati 62.8%, *responsiveness* 61.6%, *reliability* 68%, dan *assurance* 81.2%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam *assurance* gap yang terjadi antara kinerja Balar dengan harapan publik hanya 18.8%, sedangkan prosentase terendah pada TERRA, terjadi pada gap *tangible* yaitu 42.8%.

Selanjutnya berikut hasil jawaban responden dalam menilai layanan Balar Yogya terhadap publik. Sebagaimana telah diuraikan di atas, variabel yang diukur dalam nilai layanan adalah perbandingan antara manfaat dengan biaya yang dikeluarkan. Berikut dapat dilihat grafik manfaat publik terhadap layanan Balar Yogya atas dokumen (kemasan-kemasan informasi) hasil penelitian yang meliputi enam pertanyaan yaitu manfaat produk informasi tulis, olah grafis, dan visual; kepuasan layanan; reputasi; dan citra Balar Yogyakarta.



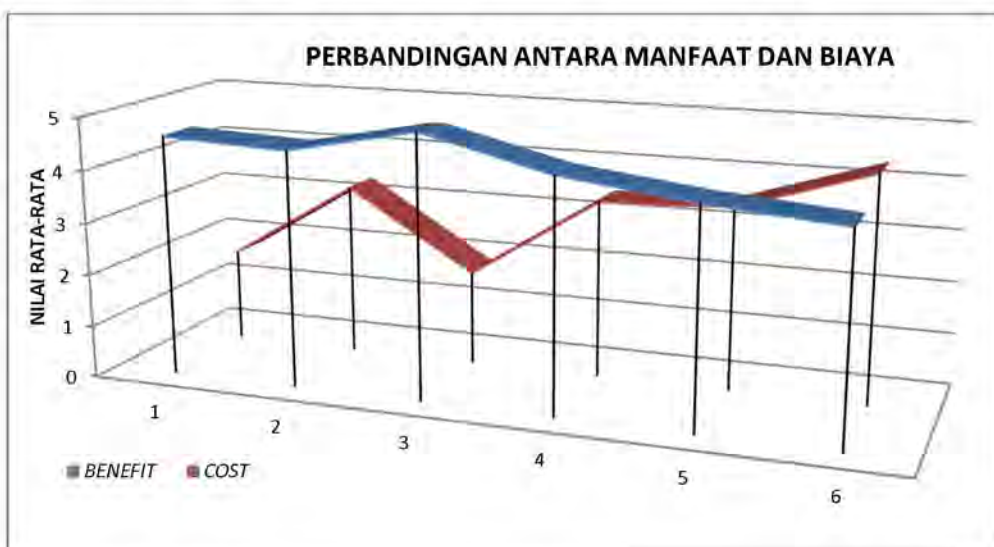
Grafik di atas menunjukkan bahwa manfaat produk informasi rata-rata > 4 khususnya untuk produk visual sangat bermanfaat atau bernilai 5. Sedangkan manfaat produk tulis dan olah grafis rata-rata 4.5. Kepuasan layanan publik rata-rata 4.4, reputasi rata-rata 4.1, dan citra 3.9.

Berdasarkan hal tersebut, apabila dibandingkan biaya (*cost*) yang dikeluarkan publik tampak perbandingan yang tinggi. Berikut, grafik biaya yang meliputi enam pertanyaan, yaitu uang, waktu, energi, dan psikis.



Grafik di atas menunjukkan besar biaya (uang) rata-rata < 2 atau sedikit, sedangkan keseimbangan antara uang yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh rata-rata > 3.5 . Adapun indikator lamanya waktu yang digunakan rata-rata > 2 , sedangkan keseimbangan antara waktu dengan manfaat yang diperoleh rata-rata > 3.5 . Keseimbangan antara energi yang dikeluarkan dengan manfaat selama di Balar rata-rata 3.5 dan psikis yang dirasakan publik selama berada di Balar rata-rata > 4.5 .

Sebagaimana telah dijelaskan di atas rumus nilai layanan adalah manfaat berbanding biaya, maka menghasilkan perbandingan yang tinggi yaitu lebih dari 1 tepatnya 1.46. Berikut grafik nilai layanan perbandingan antara manfaat dengan biaya.



Grafik di atas dapat dijabarkan secara terinci manfaat/biaya adalah $265/181 = 1.46$ atau dalam prosentase akan menghasilkan $88.33/60.33 = 1.46$. Perbandingan antara manfaat dan biaya yang dikeluarkan publik dalam grafik menghasilkan nilai 1,46 dalam hal ini unggul. Manfaat yang didapatkan publik lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Hal tersebut menunjukkan nilai layanan Balar Yogyakarta atas informasi hasil penelitian kepada publik sangat bermanfaat.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas melalui analisis kuantitatif dengan pengukuran terhadap tujuh variabel, lima variabel kualitas layanan dan dua variabel nilai layanan, dapat disimpulkan kualitas dan nilai layanan Balar Yogyakarta kepada publik sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan keberwujudan atau *tangible* (fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan komunikasi petugas/peneliti) Balar Yogyakarta kepada publik mencapai 57,2 % dari harapan publik. Selisih 42,8 % harapan publik terhadap kinerja Balar Yogya adalah pada sarana fisik terutama kenyamanan ruang artefak dan laboratorium, dan kelengkapan peralatan audio visual.
2. Kualitas pelayanan empati (kemudahan prosedur dan mengakses data) Balar Yogyakarta kepada publik mencapai 62,8 % dari harapan publik. Selisih 37,2 % harapan pengunjung terhadap kinerja Balar Yogya adalah pada akses data terutama akses dbase dan data foto/gambar.
3. Kualitas pelayanan daya tanggap atau *responsiveness* (kecepatan memperoleh data dan kepedulian petugas dan peneliti) Balar Yogya kepada publik mencapai 61,6 % dari harapan publik. Selisih 38,4 % harapan publik terhadap kinerja Balar Yogya adalah pada kecepatan memperoleh data primer.
4. Kualitas pelayanan kehandalan atau *reliability* (ketepatan dan kejelasan informasi; keberadaan peneliti dan petugas; dan kesesuaian antara interpretasi dengan kemasan informasi) Balar Yogya kepada publik mencapai 68 % dari harapan publik. Selisih 32 % harapan publik terhadap kinerja Balar Yogya adalah pada kesesuaian antara interpretasi dengan kemasan informasi tulis.
5. Kualitas pelayanan jaminan atau *assurance* (kompetensi peneliti, jaminan akurat data, terpercaya, serta kenyamanan bekerja) mencapai 81,2 % dari harapan publik. Selisih 18,8 % dari harapan publik terhadap kinerja Balar Yogya adalah pada kecekatan petugas.
6. Nilai layanan Balar Yogya kepada publik dengan membandingkan antara manfaat dan biaya yang dikeluarkan mencapai nilai 1,46 atau unggul. Publik menilai layanan Balar Yogya dalam menginformasikan hasil penelitian sangat bermanfaat bagi publik.

KEPUSTAKAAN

- Cooper, Chris. 1991. "The Technuque of Interpretation". dalam *Managing Tourism*, S. Medlik (ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd. 224-229.
- Deetz, James. 1967. *Invitation to Archaeology*. New York: The National History Press.
- Joukowsky, Martha. 1980. *A Complete Manual of Field Archaeology. Tools and Techniques of Field Work for Archaeologists*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jameson Jr., John H. 1997. "Introduction" dalam *Presenting Archaeology to the Public*. John H. Jameson Jr. (ed.). California: Altamira Press. pp.11-20.
- Lovelock, Christopher H, dan Lauren K. Wright, 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- McGimsey, Charles R. & Hester A. Davis (eds). 1977. *The Management of Archaeological Resources, The Airlie House Report*. Special publication of the Society for American Archaeology. Washington D.C.
- Pearson, Michael & Sharon Sullivan. *Looking After Heritage Places*. Melbourne: Melbourne University Press.
- Prasodjo, Tjahyono. 2004. *Arkeologi Publik*. Makalah disampaikan dalam rangka Pelatihan Pengelolaan Sumberdaya Arkeologi Tingkat Dasar di Trowulan.
- Riyanto, Sugeng, 2006. "Pengelolaan Informasi di Taman Wisata Candi Prambanan: Kajian tentang Keterkaitannya dengan Peningkatan Apresiasi Masyarakat terhadap Benca Cagar Budaya". *Tesis Program Pasca Sarjana, Studi Arkeologi, Universitas Gadjah Mada*.
- Soebadio, Haryati. 1993/1994. "Arkeologi dan Pengembangan Sosial-Budaya Bangsa". Dalam *Proceedings Pertemuan Ilmiah Arkeologi VI*. Jakarta: Pusat Penelitian Arkeologi Nasional. Hlm. 3-13.