

J u r n a l
ADMINISTRATOR
Jurusan Ilmu Administrasi Negara

ADMINISTRATOR

Pengaruh Budaya Organisasi dan Pendelegasian Kewenangan terhadap Efektivitas Organisasi Kecamatan di Kota Bandung

Thomas Bustomi

Pengaruh Pemberdayaan Sumber Daya Manusia pada Kantor Kepegawaian terhadap Kualitas Pelayanan Kepegawaian Daerah Kota Cimahi

Uyat Suyatna

Peran Legislatif Daerah dalam Penentuan Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah

Hidayat

Penghapusan Honor Kegiatan Bagi Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemerintah Propinsi Jawa Barat

Atik Rochaeni

Kinerja Pegawai Bidang Penertiban Reklame TP2R Kota Bandung

Achdiat

Kualitas Pelayanan Publik untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perusahaan Listrik Negara di Kabupaten Sumedang

NR Ruyani

Perspektif Human Value dan Stewardship untuk Peningkatan Kinerja Organisasi Pemerintah

Rudi Martiawan



KINERJA PEGAWAI BIDANG PENERTIBAN REKLAME TP2R KOTA BANDUNG

Oleh

Achdiat

Abstract

Bandung city considered strategic and potential, both for entrepreneurs as well as its own city government. For entrepreneurs to be a place to promote strategic products, and for the city government an opportunity to increase revenue (PAD) in accordance with the spirit of regional autonomy. Uncontrolled layout of the media campaign, became the scene of precisely the opposite of the purpose of laying the billboard itself, ie, to polish and beautify the face of the city so beautiful, beautiful and artistic. This phenomenon, the indication to be studied carefully, in the perspective of employee performance.

Keywords: *Employee Performance*

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kebijakan pembangunan Kota Bandung kini dan kedepan, diarahkan untuk mencapai visi Kota Bandung sebagai kota jasa dan perdagangan. Salah satu isu strategis dalam pelaksanaan pembangunannya, ialah bagaimana melakukan penataan kota menjadi kota wisata niaga, dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan, keamanan, ketertiban, dan keindahan kota, selaras dengan terjaminnya kualitas lingkungan hidup perkotaan, sesuai Renstra Kota Bandung 2004-2008.

Menelisik aktivitas pembangunan Kota Bandung saat ini, secara riil telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Indikasinya, ditandai dengan tersedianya berbagai prasarana dan sarana penunjang yang sudah cukup memadai bagi kepentingan umum. Pusat-pusat pelayanan jasa dan

perdagangan, seperti area industri manufaktur dan sentra *home* industri, gedung perkantoran, hotel dan mal, sarana hiburan dan restoran, sentra kuliner, sarana pendidikan dan olah raga, pasar induk, pusat grosir dan eceran, termasuk terminal peti kemas untuk memudahkan alur distribusi barang ke berbagai tujuan.

Namun demikian, berbanding secara linier, dibalik pesatnya perkembangan Kota Bandung menuju kota jasa dan perdagangan, sebagai konsekuensi logisnya, adalah menanggung beban permasalahan yang cukup berat.

Masalah kependudukan, menurunnya kualitas lingkungan hidup, kemacetan lalu-lintas, polusi (udara, air, tanah, suara), perubahan suhu udara, termasuk carut marutnya tata letak reklame sebagai *icons* perniagaan,

yang semuanya dapat dirasakan oleh warga kota.

Tak pelak lagi, ketika semangat kapitalisme mulai merambah lansekap (ruang terbuka) sebagai ruang publik di mana terjadi mobilitas masyarakat dengan berbagai kegiatan dan kepentingan, mulai dari aktivitas kerja, sekolah, refreshing, bersantai, tempat pertemuan, hingga menyalurkan aspirasi politik. Maka tak ayal lagi, ruang terbuka dianggap efektif untuk mempromosikan segala bentuk produk komoditas, yang ditampilkan sedemikian rupa dengan berbagai disain dan kemasan, sehingga penempatan media promosi tersebut menjadi tidak terkontrol.

Tidak terkendalinya tata letak media promosi, menjadi pemandangan yang justru bertolak belakang dari tujuan peletakan reklame itu sendiri, yakni untuk memoles dan mempercantik wajah kota sehingga indah, asri dan artistik. Namun apa jadinya, ketika ruang-ruang publik didominasi oleh *billboard-billboard* berukuran besar yang tidak seimbang dengan dimensi ruang itu sendiri.

Terlebih lagi, dengan visualisasi reklame yang cenderung seronok, tanpa mempertimbangkan nilai kepatutan, etika, bahkan estetika, juga ditambah dengan teks-teks yang mencolok dan provokatif, sebagai bentuk *image dominant* yang mengarah pada budaya konsumtif, maka sempurnalah penampilan wajah kota menjadi semakin semrawut dan centang perenang.

Pemahaman terhadap fenomena di atas menjadi sinyalemen awal yang menggelitik peneliti untuk melakukan

suatu kajian secara lebih cermat dan mendalam, berkaitan dengan kiprah lembaga pemerintah daerah, yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab dalam pengelolaan penempatan dan penertiban reklame di Kota Bandung.

Pertimbangan peneliti diperkuat oleh hasil pengamatan dengan mengindikasikan seperti berikut : *Pertama*, masih banyak spanduk dan baligo tanpa ijin terletak disetiap sudut persimpangan jalan dan di kawasan fasilitas umum, tanpa memperhatikan segi keamanan dan ketertiban umum, serta keindahan dan keasrian kota.

Kedua, kurangnya pengawasan dan pengendalian terhadap penempatan dan penggunaan ruang dalam peletakan reklame di area kawasan bebas reklame seperti kawasan pemerintahan, pendidikan, tempat peribadatan, taman kota, perumahan, dan kawasan lain yang berdasarkan aspek teknis dan estetis tidak memungkinkan adanya pemasangan reklame.

Sehubungan dengan kondisi objektif di atas, peneliti berasumsi bahwa masalah tersebut ada keterkaitan dengan aspek kinerja pegawai lembaga bersangkutan, oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji kinerja pegawai Bidang Penertiban Tim Perijinan dan Penyelenggaraan Reklame (TP2R) Kota Bandung, sebagai *focus of interest* dalam penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Pernyataan masalah (problem statement) dalam penelitian ini : Kinerja Pegawai Bidang Penertiban TP2R Kota

Bandung belum optimal. Sedangkan pertanyaan masalahnya (problem questions) dirumuskan : Bagaimana Kinerja Pegawai Bidang Penertiban TP2R Kota Bandung.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian memperoleh konsep baru untuk mengembangkan disiplin Ilmu Administrasi Negara khususnya mengenai konsep kinerja pegawai. Kegunaan penelitian secara teoritis menambah pemahaman ilmiah tentang konsep kinerja pegawai berkaitan dengan pengelolaan dan penertiban reklame. Sedangkan, secara praktis memberikan kontribusi pemikiran bagi instansi terkait mengenai konsep kinerja pegawai dalam pengelolaan dan penertiban reklame.

1.4. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kajian Pustaka

Substansi pada kajian pustaka ini, akan membahas berbagai konsepsi teoritis yang relevan dan berkaitan dengan variabel penelitian yang diangkat menjadi tema sentral penelitian, sehingga dengan demikian, peneliti mendapat panduan dalam melaksanakan penelitian.

1.4.2 Konsep Kinerja

Terminologi kinerja merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yang dikenal dengan istilah "*performance*", kata ini memiliki arti dan makna yang akan diuraikan kemudian. Secara artifisial, kata kinerja merupakan penampilan kerja, pencapaian kerja dan prestasi kerja. Oleh karena itu, secara maknawiah kata kinerja tersebut dapat

menunjukkan hasil akhir dari suatu pekerjaan.

Pada konteks Administrasi Negara/Publik, hasil akhir dari suatu pekerjaan sering disebut sebagai produktivitas dan seterusnya juga produktivitas akan berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Tachjan (2006 : 142) mengenai kriteria kinerja kebijakan:

"Dalam administrasi publik, penilaian suatu kinerja kriterianya dapat didasarkan pada nilai-nilai yang ingin dicapai (*values to be achieved*) atau nilai-nilai yang akan dimaksimumkan (*values to be maximized*) oleh suatu paradigma/model, seperti efektivitas, efisiensi, produktivitas, dan sebagainya.

Selanjutnya pemahaman konseptual mengenai kinerja dikemukakan Gibson (1996 : 25) : "Kinerja merupakan hasil kerja yang ditunjukkan pada masing-masing posisinya dalam organisasi". Sementara Dharma (1997 : 105) berpendapat : "Kinerja pegawai adalah sesuatu yang dicapai oleh pegawai, prestasi yang diperlihatkan oleh pegawai dan kemampuan kerja yang berkaitan dengan penggunaan peralatan kantor".

Konsepsi lainnya, ditegaskan oleh Prawirasentono (1999 : 2) dengan menyatakan :

"Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing,

dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika”.

Sejalan dengan pendapat di atas dikemukakan oleh Mangkunegara (2000 : 67) : “Kinerja pegawai adalah hasil kerja secara kualitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya”.

Konsepsi kinerja dipergunakan manajemen untuk melakukan penilaian secara periodik mengenai efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, dan karyawan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya, oleh karena itu, Rasul dan Witjaksono (200 : 9) dan Mahmudi (2006 : 27) menguraikan :

“Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi yang tertuang dalam rencana strategis (*strategic planning*) suatu organisasi. Secara umum, dapat juga dikatakan bahwa kinerja merupakan prestasi yang dapat dicapai oleh organisasi dalam periode tertentu. Prestasi tersebut merupakan efektivitas operasional organisasi baik dilihat dari sudut pandang keuangan (*financial view*) dan terutama pada sisi manajemen (*management view*)”.

Dengan demikian, jelaslah bahwa kinerja itu berkaitan dengan hasil kerja

atau prestasi kerja seseorang atau organisasi, dan untuk memahami konsepsi kinerja tersebut, selain dapat merujuk pada kedua pendekatan sebelumnya yaitu pendekatan proses dan pendekatan hasil, nampaknya para pengkaji konsep kinerja bisa juga melihat dari sudut pandang standar, kriteria, dan legalitas sebagai pendekatan lainnya seperti yang dikemukakan para ahli di atas, sehingga dapat lebih memperluas dan memperkaya wacana untuk mendalami konsepsi kinerja.

1.4.3 Faktor dan Dimensi Kinerja

Berbagai ragam pemikiran dari para ahli berkaitan dengan faktor-faktor kinerja yang dapat dijadikan rujukan dalam mengukur dan menilai kinerja pegawai maupun organisasi. Pendapat Steer (Janim, 1985 : 147) bahwa kinerja seseorang terbentuk berdasarkan akumulasi dari beberapa faktor seperti berikut : 1. Kemampuan, perangai, dan minat; 2. Kejelasan dan penerimaannya atas peran dari organisasi; dan 3. Tingkat motivasi.

Bila mengkaji secara cermat bahwa kinerja seseorang dalam suatu organisasi tersebut sangatlah luas, oleh karena itu, perlu membaginya menjadi beberapa tingkatan, kendatipun dimensinya sama, namun demikian masing-masing tingkatan mempunyai ukuran kinerja yang berbeda-beda, sebagaimana yang dinyatakan Swanson (1994 : 48 dan 253) yang ditafsirkan peneliti sebagai berikut :

“Kinerja dapat di-diagnosis dengan terlebih dahulu harus menetapkan pada tingkatan mana kinerja itu akan diukur. Terdapat tiga tingkatan (*targeted*

levels of performance), terdiri dari tingkatan *organizational*, *process*, dan *individual (job/performer)*. Setelah menentukan pada tingkatan mana kinerja tersebut akan diukur, maka selanjutnya melakukan pengukuran kinerja melalui lima dimensi, diantaranya : 1. Tujuan; 2. Disain sistem; 3. Kapasitas; 4. Motivasi; 5. Keahlian.

Berdasarkan pendapat di atas, sangatlah jelas bahwa para peneliti yang tertarik dengan konsepsi kinerja, terlepas ketertarikannya pada tingkatan kinerja organisasi, tingkatan kinerja proses dalam organisasi, ataupun pada tingkatan kinerja pegawai, maka kelima dimensi yang ditawarkan Swanson dapat dijadikan acuan untuk mengukur konsep/variabel kinerja tersebut sesuai dengan tingkatan mana yang dikaji dan diminatinya.

Dimensi tujuan, mempertanyakan apakah tujuan atau misi suatu organisasi telah sesuai dengan kondisi lingkungan eksternalnya seperti faktor-faktor ekonomi, politik, dan budaya yang ada. Dimensi disain dan sistem mempertanyakan apakah struktur dan kebijakan organisasi mendukung kinerja yang diinginkan. Dimensi kapasitas mempertanyakan apakah organisasi memiliki kepemimpinan, modal dan imfrastruktur dalam mencapai misinya. Dimensi motivasi mempertanyakan apakah kebijakan, budaya dan sistem insentifnya mendukung pencapaian kinerja yang diinginkan. Sedangkan dimensi keahlian mempertanyakan apakah organisasi menciptakan serta

memelihara kebijakan seleksi dan pelatihan sumberdaya manusianya (Swanson, 1994 : 253).

Faktor-faktor yang dapat dijadikan ukuran kinerja lainnya untuk dijadikan rujukan dalam aktivitas ilmiah dikemukakan oleh Prawirosentono (1999 : 27) di mana faktor-faktor ukuran kinerja ini meliputi : 1. Efektivitas; 2. Otoritas dan tanggung jawab; 3. Disiplin; dan 4. Inisiatif. Sedangkan, Gomes (2003 : 142) mengemukakan ada tujuh dimensi untuk mengukur kinerja, antara lain :

1. *Quantity of work* (Jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan);
2. *Quality of work* (Kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya);
3. *Job knowledge* (Luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya);
4. *Creativeness* (Keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.
5. *Cooperation* (Kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain sesama anggota organisasi);
6. *Dependability* (Kesadaran dan dapat dipercaya);
7. *Initiative* (Semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan memperbesar tanggungjawabnya)
8. *Personal qualities* (Menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramahmataman, dan integritas pribadi).

1.4.4 Regulasi Peletakan Reklame

Peraturan daerah Nomor 08 Tahun 2003 Tentang Pajak Reklame memberikan batasan pengertian reklame :

"Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah".

Pemahaman mengenai maksud peletakan reklame ditegaskan dalam Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 1651 Tahun 2002 tentang Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame : Peletakan reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan atau digantung. Titik Reklame adalah tempat dimana bidang reklame didirikan / ditempelkan/ digantung. Bidang Reklame adalah bagian atau muka reklame yang dimanfaatkan guna tempat penyajian gambar dan/atau kata dari pesan-pesan penyelenggaraan reklame.

Selanjutnya, dalam Surat Keputusan itu dijelaskan pula tentang Tinggi Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame dan permukaan. Ketinggian Reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam satu

komposisi yang estesis, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota tersebut ditetapkan pula kategori peletakan titik reklame, di mana terdapat 4 (empat) jenis kawasan peletakan titik reklame diantaranya :

1. Kawasan Bebas, yaitu kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame.
2. Kawasan Khusus, yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame menempel pada bangunan.
3. Kawasan Selektif, yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame dan titik terpilih.
4. Kawasan Umum, yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame di luar nomor 1, 2 dan 3.

Sedangkan secara teknis, aturan mengenai bagaimana teknik penempatan dan pemasangan reklame ditentukan sebagai berikut :

1. Tidak mengganggu atau membahayakan para pengguna jalan.
2. Efektif dalam menyampaikan informasi.
3. Tidak mengganggu keindahan visual wajah kota.
4. Tidak merusak lingkungan yang sudah ada.
5. Tidak mengorbankan kepentingan umum.
6. Isi reklame tidak menimbulkan keresahan masyarakat, tidak melanggar norma kesusilaan dan norma kesopanan.

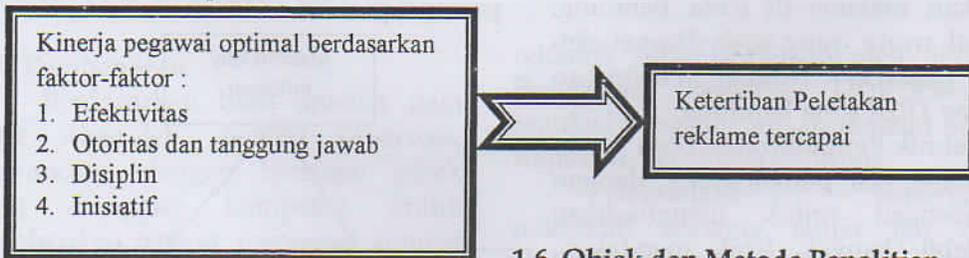
1.5. Kerangka Pemikiran

Keberadaan reklame di suatu daerah seperti di kota, memiliki peran ganda, di satu sisi merupakan media yang bertujuan komersial dalam rangka mempromosikan keunggulan komoditas produk tertentu, dan di sisi lainnya, berperan sebagai asesoris untuk mempercantik penampilan wajah kota. Oleh karena itu, tata letak reklame di setiap sudut kota memerlukan pengelolaan yang cermat dan akurat.

Bidang Penertiban Reklame TP2R Kota Bandung memiliki peran yang strategis, untuk mewujudkan tata letak reklame sebagai pelengkap hiasan untuk mempercantik wajah kota sehingga penampilan kota secara utuh menjadi lebih artistik dan estetik. Demikian pula, peran strategis Bidang Penertiban Reklame akan terwujud, apabila kinerja pegawainya dalam menertibkan reklame proporsional, professional, dan optimal.

dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika”.

Demikian pula untuk menilai atau mengukur kinerja pegawai menggunakan faktor-faktor ukuran kinerja yang diuraikan oleh Prawirosentono (1999 : 27) seperti berikut : 1. Efektivitas; 2. Otoritas dan tanggung jawab; 3. Disiplin; dan 4. Inisiatif. Pemilihan teori ini, sebagai pisau analisis didasarkan atas pertimbangan adanya kesesuaian dengan fenomena dan masalah penelitian yang telah diungkapkan di latar belakang peneltian. Selanjutnya, konsepsi teoritis tersebut akan dirumuskan ke dalam model kerangka pikir peneltian berikut ini :



Gambar 2.1. Model Kerangka Pikir Penelitian 2007.

Konsepsi kinerja pegawai dalam kerangka pikir penelitian ini merujuk pada pemikiran yang dinyatakan oleh Prawirasentono (1999 : 2) :

“Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang

1.6. Objek dan Metode Penelitian

1.6.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di TP2R Kota Bandung sebagai lembaga yang melaksanakan sebagian tugas Walikota berkaitan dengan kebijakan perijinan dan penyelenggaraan reklame. Namun, yang menjadi sasaran penelitian diarahkan pada Bidang Penertiban Reklame TP2R sesuai masalah penelitian yang diangkat.

1.6.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan deskriptif analitis : "Pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Peneliti membandingkan fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif" (Nazir 1985 : 63). Pendekatannya kualitatif : "qualitative methods can be used to uncover and understand what lies behind any indicate details of phenomenon that are difficult to convey with quantitative methods" (Strauss & Corbin 1990 : 19)

1.6.3 Sumber Data

Data primer bersumber pada : Kebijakan perijinan dan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung; Peran para pejabat yang terlibat dalam proses perijinan dan penyelenggaraan reklame (TP2R); Kinerja pegawai dalam peletakan reklame di Kota Bandung. Sedangkan Data sekunder didapatkan dari : Kondisi objektif penempatan/peletakan reklame di Kota Bandung; Dampak nyata yang telah dicapai oleh para pegawai Bidang Penertiban Reklame TP2R Kota Bandung.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Observasi partisipatoris, dengan pertimbangan untuk menghasilkan data lebih banyak, lebih mendalam, dan lebih rinci (Nasution 1992 : 62). Wawancara mendalam (*indepht interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara, peneliti memberi keleluasaan dan kesempatan kepada informan untuk mengeluarkan pikiran, pandangan, dan perasaannya terhadap gejala yang sedang diteliti (Nasution, 1992 : 63). Introspeksi, pemahaman penulis yang lebih mendalam karena merupakan evaluasi komplementasi,

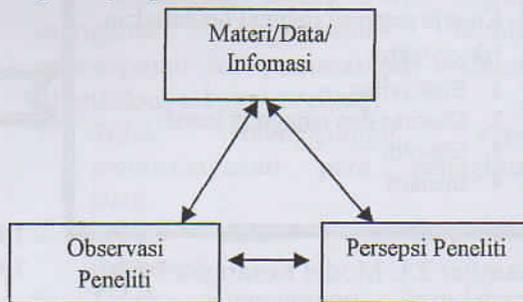
pengembangan lebih jauh dari hasil pengamatan dan wawancara, sehingga memungkinkan peneliti mempengaruhi dan menafsirkan hasil penelitian (Nasution, 1992 : 57). Penelitian Kepustakaan, menghimpun teori yang akan dijadikan dasar analisis dan mengkaji referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6.4 Informan

Sumber informasi representasi dari pegawai : Ketua, Wakil Ketua II, dan Ketua Bidang Penertiban Reklame.pada TP2R Kota Bandung. Masyarakat yang dipilih secara aksidental, diantaranya : Mahasiswa (2 Orang), warga masyarakat (2 Orang), dan Akademisi (1 Orang).

1.6.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Penelitian menggunakan teknik triangulasi : *check, re-check* dan *crosscheck* antara materi/data/informan dengan hasil observasi, selanjutnya hasil observasi di-*crosscheck* melalui persepsi peneliti.



Gambar 3.1. : Teknik Perguliran dan Triangulasi data

1.6.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pemrosesan satuan, penelaahan dan pemilahan data hasil pengamatan, wawancara, studi kepustakaan. Kemudian dibuat abstraksi berupa

range
dike
int
dian
1.6.8

Tabel

Vari
Kin
Pegaw

Sumber

1.7. Pen

yang
wawan
yang
memb
penem
pegaw
TP2R
melak
berped
faktor
dibaha
1.7.1
16) mem
adalah

rangkuman inti. *Kategorisasi*, data dikelompokkan atas dasar pikiran, intuisi dan pendapat. Selanjutnya dianalisis dengan mengkomparasikan.

1.6.8 Operasionalisasi Variabel Penelitian

tercapainya suatu sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada konteks penertiban reklame, ialah tercapainya sasaran dan tujuan dalam proses penyelenggaraan peletakan

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Kinerja Pegawai

1	2	3
Variabel	Faktor-Faktor	Indikator
Kinerja Pegawai	1.Efektivitas	1. Sasaran tercapai 2. Tujuan tercapai.
	2.Otoritas dan tanggung jawab	1. Wewenang jelas 2. Berani bertindak 3. Mengarahkan pegawai 4. Mengawasi pegawai 5. Menanggung resiko
	3.Disiplin	1. Taat aturan 2. Taat perintah 3. Sesuai standar 4. Rasa memiliki 5. Kerja sama
	4. Inisiatif	1. Menilai hasil kerja 2. Merancang program 3. Membuat keputusan

Sumber : Prawirosentono (1997:27)

1.7. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dengan berbagai pihak yang dianggap kompeten untuk memberikan respon, mengenai kondisi penempatan reklame dan kinerja pegawai Bidang Penertiban Reklame TP2R Kota Bandung, maka peneliti melakukan interpretatif dengan berpedoman pada teori dan faktor-faktor kinerja pegawai yang telah dibahas sebelumnya.

1.7.1 Efektivitas

Emerson (Handyaningrat, 1994 : 16) menyatakan bahwa : Efektivitas adalah pengukuran dalam artian

reklame yang dilakukan oleh Bidang Penertiban Reklame TP2R sesuai regulasi yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Walikota Bandung.

Pelaksanaan penertiban peletakan reklame tanpa ijin dan reklame yang telah habis masa ijinnya, belum mencapai sasaran yang diharapkan sesuai kewenangan yang dimiliki Bidang Penertiban reklame, berdasarkan tata kerja yang tersirat dalam Surat keputusan Walikota Bandung No.034 Tahun 2003 Tentang Mekanisme Perijinan dan Penyelenggaraan Reklame yang telah diuraikan pada aspek kelembagaan.

Belum tercapainya sasaran dalam penertiban reklame, dapat dicermati dengan masih banyaknya spanduk dan baligo terutama berkaitan dengan promosi dari berbagai partai politik dan ormas-ormas yang ditempatkan disetiap sudut perempatan-perempatan jalan dan di kawasan fasilitas umum seperti kawasan hutan kota Tegallega, yang kebanyakan tanpa ijin dan tanpa menghiraukan segi keamanan dan ketertiban umum, serta keindahan dan keasrian kota.

Selain itu, pengawasan dan pengendalian penempatan dan penggunaan ruang dalam penempatan atau peletakan reklame belum sesuai dengan Surat Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 1651 Tahun 2002 Tentang Tentang Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame. Berdasarkan Surat Keputusan Walikota tersebut dinyatakan tentang kategori peletakan titik reklame, di mana terdapat kawasan bebas penempatan reklame.

Kawasan bebas, merupakan kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakannya kegiatan reklame, diantaranya : kawasan pemerintahan, kawasan militer, kawasan pendidikan dan tempat-tempat ibadah, kawasan taman kota, kawasan perumahan, kawasan lain yang berdasarkan aspek teknis dan estetis tidak memungkinkan adanya pemasangan reklame. Tetapi realita di lapangan di depan Kampus Mipa Unpad Jln. Ir. H. Djuanda terlihat ada peletakan reklame dengan dua media reklame berbentuk *billboard*, padahal kawasan tersebut termasuk area bebas reklame.

Tujuan Bidang Penertiban Reklame TP2R juga belum tercapai sesuai regulasi mekanisme perijinan penyelenggaraan reklame serta pola penyebaran dan peletakan reklame. Substansi kedua regulasi tersebut, menegaskan supaya peletakan titik reklame tidak mengganggu atau membahayakan para pengguna jalan, efektif dalam penyampaian informasi, tidak mengganggu keindahan visual wajah kota, tidak merusak lingkungan yang sudah ada, tidak mengorbankan kepentingan umum, isi reklame tidak menimbulkan keresahan masyarakat, tidak melanggar norma kesusilaan dan kesopanan.

Sasaran dan tujuan belum tercapai secara ideal, disebabkan oleh dua hal, menyangkut aspek personil dan kelembagaan. Personil Bidang Penertiban Reklame hanya 4 orang, keadaan ini tidak sebanding dengan luas lokasi titik peletakan reklame, persoalan lain adalah tidak adanya laporan keberatan dari hasil pengawasan dan analisa Sub Bidang Administrasi Teknis.

Masalah yang menyangkut aspek kelembagaan kurangnya koordinasi baik internal TP2R maupun eksternal dengan berbagai instansi terkait terutama dengan Dinas Pertamanan dan Pemakaman, Dinas Tata Kota, Dinas Bina Marga Kota Bandung, dalam menentukan titik-titik peletakan sarana reklame, seperti tiang pancang besi sebagai media pemasangan reklame, sesuai Surat Keputusan Walikota Bandung sebagai dasar hukum.

Pada dasarnya, setiap kegiatan yang terorganisir dalam konteks

administrasi merupakan suatu sistem, dimana unit yang satu dengan unit lainnya berproses untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Suatu unit tak mungkin dapat berfungsi dengan baik tanpa dibantu oleh unit yang lain. Tiap unit berkewajiban mendukung pelaksanaan fungsi unit lainnya, bila seluruh organisasi ingin bergerak dengan lancer dan efektif melaksanakan tugasnya mencapai tujuan.

Oleh karena itu, koordinasi menjadi key word penting dalam melaksanakan kegiatan yang melibatkan fungsi dan potensi berbagai organisasi. Koordinasi merupakan penyatupaduan gerak dari seluruh potensi dan unit-unit organisasi atau organisasi-organisasi yang berbeda fungsi, agar secara benar-benar mengarah pada sasaran yang sama guna memudahkan pencapaiannya dengan efisien (Sugandha, 1988 : 13).

1.7.2 Otoritas dan Tanggung jawab

Otoritas (wewenang) merupakan alat atau dasar hukum untuk bertindak, seperti yang diungkapkan Hasibuan (2001 : 4) kewenangan adalah kekuasaan resmi yang dimiliki seseorang untuk bertindak dan memerintah orang lain. wewenang sebagai dasar hukum untuk melakukan pekerjaan. Wewenang jelas untuk melakukan tindakan, berani bertindak sesuai aturan, mengarahkan dan mengawasi pegawai.

Pegawai Bidang Penertiban Reklame telah melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan kewenangan yang dimilikinya secara proporsional dan professional, para pegawai memahami tugas pokok dan

fungsinya masing-masing, para pejabat/atasan selalu mengarahkan dan mengawasi pegawai baik secara formal maupun informal.

Namun memang sulit untuk dipungkiri, keberanian untuk bertindak sesuai aturan agak kurang dalam menghadapi tugas operasi penertiban, karena menyangkut prosedur yang telah diatur dalam mekanisme perijinan penyelenggaraan reklame serta pola penyebaran dan peletakan reklame, dan akan menyangkut berbagai instansi yang terkait, terutama pada operasi penertiban reklame bermasalah dilapangan penanganannya melibatkan Satpol PP Kota Bandung.

Tanggung jawab ditegaskan Hasibuan (2001 : 96) sebagai kesediaan pegawai dalam mempertanggungjawabkan kebijakannya, pekerjaan dan hasil kerja, penggunaan sarana dan prasarana, serta prilaku kerjanya. Siap menanggung resiko atas keputusan yang diambil dan hasil kerjanya. Berkaitan dengan tanggung jawab pegawai baik secara individu maupun organisasi cukup baik, sebab tidak ada tindakan menyangkut tugas dan fungsi yang dilakukan diluar kooperatif baik antar sesama pegawai, maupun antara atasan dan bawahan. Oleh karena itu, nyaris tidak pernah ada resiko yang harus ditanggung secara individu, karena semua pekerjaan dilaksanakan atas semangat kerja tim.

1.7.3 Disiplin

Disiplin merupakan tindakan manajemen untuk mendorong para anggota organisasi memenuhi tuntutan berbagai ketentuan. Dengan kata lain, sebagai suatu usaha memperbaiki dan

membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku pegawai, sehingga para pegawai secara sukarela mau bekerja secara kooperatif dan meningkatkan prestasi kerjanya (Siagian, 1999 : 305).

Disiplin dapat berupa taat terhadap aturan yang berlaku dalam organisasi, taat kepada perintah atasan, bekerja sesuai standar, rasa memiliki organisasi, mau melakukan kerja sama secara internal sesama pegawai maupun secara eksternal dengan instansi terkait yang terlibat dalam proses perijinan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung.

Ketaatan kepada atasan, bekerja sesuai aturan dan standar yang berlaku dalam organisasi, rasa memiliki terhadap organisasi, secara internal bekerja kooperatif, telah ditunjukkan melalui sikap dan perilaku pegawai dengan cukup baik. Namun demikian, berkaitan dengan masalah kerja sama antar instansi terkait belum dapat terwujud, sementara ini tindakan kooperatif secara eksternal dengan instansi terkait masih dilakukan oleh unsur pimpinan tertinggi di TP2R.

Pendelegasian wewenang kepada pegawai untuk membahas penetapan waktu, teknis operasi yang akan dilakukan, menentukan personil yang akan diterjunkan kelapangan, belum dapat dilaksanakan. Persoalan ini menyangkut banyak aspek yang harus dipertimbangkan oleh lembaga-lembaga terkait, karena menyangkut keputusan-keputusan di tingkat pimpinan instansi terkait dan kesiapan anggaran pelaksanaan.

1.7.4 Inisiatif

Hasibuan (2001:97) mengemukakan inisiatif merupakan prakarsa untuk

menilai kemampuan berpikir yang orisinal dan berdasarkan keinginan sendiri untuk menganalisis, menilai, menciptakan, memberikan alasan, mendapatkan kesimpulan, dan membuat keputusan penyelesaian masalah yang dihadapinya.

Beranjak dari pemahaman konsepsi di atas, peneliti menginterpretasikan bahwa menilai hasil kerja yang telah dilaksanakan dilakukan oleh pimpinan yang bersangkutan, pegawai hanya bertugas melaksanakan perintah yang diberikan oleh atasan. Demikian pula, dalam hal merancang program kegiatan yang akan dilaksanakan lebih besar dilakukan oleh atasan baik secara konseptual maupun teknis pelaksanaan, pegawai membantu dari segi kelancaran proses perancangan program tersebut dan pelaksanaan kerja.

Membuat keputusan penyelesaian masalah dilakukan secara bersama-sama melalui rapat-rapat formal, yang pelaksanaannya dilakukan setiap periodik dua mingguan atau ketika ada hal-hal yang perlu segera ditangani, prosesnya diawali dari laporan hasil temuan dilapangan atau ada pihak lain yang melapor. Data dan fakta yang diperoleh didiskusikan dalam rapat, kemudian dicari solusi terbaik dan memungkinkan untuk segera melakukan tindakan, tanpa harus menempuh prosedur birokrasi dan koordinasi dengan bidang lain atau instansi terkait.

Mengembangkan inisiatif pegawai di Bidang Penertiban Reklame masih agak sulit dilaksanakan, karena

menyangkut pengalaman kerja, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan kerja dari tiap pegawai bersangkutan, karena faktor rotasi dan mutasi kerja dengan maksud penyegaran kondisi kerja. Sehingga pegawai yang telah terbina dan cukup berpengalaman, dalam melaksanakan tugas-tugas di Bidang Penertiban Reklame beralih tugas ke bagian lain atau instansi lain, sementara pegawai baru biasanya perlu beradaptasi dengan lingkungan kerja dan memahami tugas pokok dan fungsi sebelum dia siap melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya.

1.8. Kesimpulan dan Saran

1.8.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi dalam pembahasan peneliti menyimpulkan : Kinerja pegawai Bidang Penertiban TP2R Kota Bandung masih belum optimal, hal ini ditunjukkan oleh faktor-faktor kinerja belum terlaksana sesuai indikator pengukuran kinerja pegawai, terutama menyangkut faktor efektivitas dan faktor inisiatif pegawai dalam melaksanakan tugas penertiban reklame.

Temuan hasil penelitian dalam konteks meningkatkan kinerja pegawai Bidang Penertiban Reklame TP2R Kota Bandung, yaitu :

1. Perlu dilakukan reorganisasi dalam membentuk TP2R Kota Bandung dengan memasukkan unsur instansi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung dalam rangka menegakkan regulasi yang ada dan penguatan terhadap tugas Bidang Penertiban Reklame.

2. Koordinasi perlu dilakukan secara intensif diantara dinas-dinas terkait sebagai unsur terbentuknya TP2R guna menyamakan persepsi dalam menentukan arah, tujuan, dan program, sesuai dengan Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 034 Tahun 2003 Tentang Mekanisme Perijinan Penyelenggaraan Reklame, dan Surat Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 1651 Tahun 2002 Tentang Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame.

1.8.2 Saran

Saran Akademis

Perlu dilakukan kajian lanjutan mengenai konsep reorganisasi dan terutama konsep koordinasi dikaitkan dengan kinerja pegawai di lingkungan TP2R secara umum dan khususnya di Bidang Penertiban Reklame, karena TP2R dibentuk oleh berbagai instansi kedinasan Kota Bandung. Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa koordinasi menjadi faktor yang determinan.

Saran Praktis

1. TP2R Kota Bandung perlu melakukan evaluasi berkaitan dengan aspek kelembagaan dan kewenangan untuk memudahkan pencapaian tujuan yang diamanatkan oleh kedua SK Walikota Bandung.
2. Melakukan koordinasi dengan instansi terkait sehubungan dengan menentukan titik-titik penyebaran dan penempatan reklame sesuai Surat Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 1651 Tahun 2002 dan Satpol PP dalam rangka penertiban reklame yang melanggar ketentuan regulasi.

