

***MARKETING MIX* DALAM SEKTOR PELAYANAN IZIN  
MENDIRIKAN BANGUNAN (IMB) DI BADAN PELAYANAN  
PERIZINAN TERPADU (BPPT) KOTA TANGERANG**

**Dosen: Dr. Drs. H. Heru Nurasa**

**Sekar Wanodya B. 170720130013**

**Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP)**

**Universitas Padjajaran**

**A. ABSTRAK**

*Marketing* dalam sektor publik melibatkan pendekatan konsumen (warganegara), di mana lembaga publik membantu menampung keluhan mereka kemudian mengatasinya, yang pada akhirnya berarti meningkatkan kinerja lembaga tersebut. Salah satu alat dalam *marketing* yang dapat digunakan dalam sektor publik dikenal dengan 7Ps dari *marketing mix* dengan konsep dasar 4Ps dari *marketing mix* (Kotler dan Lee, 2007), yaitu *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Physical evidence*, dan *Process*. Tingkat kepuasan masyarakat pengguna jasa pelayanan terhadap *product* dari Pemerintah daerah Kota Tangerang melalui Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang yakni Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dianggap belum memuaskan karena masih adanya kesenjangan pola pikir karyawan

yang belum berorientasi kepada kepuasan pelanggan atau masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *marketing mix* yang terjadi dalam pelaksanaan pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian membahas tentang situasi yang berhubungan dengan *marketing mix* dalam proses pelaksanaan pelayanan perizinan pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang mengenai IMB (Izin Mendirikan Bangunan) belum optimal dengan beberapa ketimpangan di poin *Promotion, Place, People*, dan *Price*. Harus ada suatu gerakan nyata dari pemerintah daerah Kota Tangerang seperti membuat iklan masyarakat atau menjadikan anak-anak muda sebagai duta Izin Mendirikan Bangunan untuk membantu menyosialisasikan pentingnya melakukan suatu perizinan dengan tujuan memajukan daerah masing-masing.

Marketing in the public sector approach involving consumers (citizens), in which public institutions to help accommodate their complaints and then solve it, which ultimately means improving the performance of these institutions. One of the marketing tools that can be used in the public sector known as 7Ps of the marketing mix with the basic concept of 4Ps of marketing mix (Kotler and Lee , 2007 ) , namely Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, and Process. The level of satisfaction of people who use services to the product of the area of Tangerang City Government through the Integrated Licensing Service Agency (BPPT) the

Tangerang City Building Permit (IMB) is considered not satisfactory because of the persistence of the gap is not an employee mindset oriented to customer satisfaction or society. This study aims to determine how the marketing mix is occurring in the implementation of Building Permit (IMB) at the Integrated Licensing Service Agency (BPPT) Tangerang City. The study uses descriptive qualitative method with interviews and observation techniques. The results of the study discusses the situation relating to the marketing mix in the process of implementation of licensing services to the Integrated Licensing Service Agency Tangerang city on the IMB (building permit) is not optimal with some inequality in points Promotion, Place, People, and Price. There must be a real movement of local governments such as the city of Tangerang make public advertisement or make young children as an ambassador for Building Permit to help socialize the importance of a permit with the goal of advancing their respective areas.

## **B. LATAR BELAKANG MASALAH**

*Marketing* perlu diterapkan dalam sektor publik dikarenakan sektor swasta maupun publik saat ini harus mampu memuaskan keinginan *stakeholders*. Dalam hal ini ‘*stakeholder*’ merupakan warga negara (*citizen*) yang berkepentingan. *Marketing* melibatkan pendekatan konsumen (warga negara), di mana lembaga publik membantu menampung keluhan mereka kemudian mengatasinya, yang pada akhirnya berarti meningkatkan kinerja lembaga tersebut. Salah satu alat dalam *marketing* yang

dapat digunakan dalam sektor publik antara lain, dikenal dengan 7Ps dari *marketing mix* dengan konsep dasar 4Ps dari *marketing mix* (Kotler dan Lee, 2007), yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, dan Process*.

Dalam penelitian ini, Peneliti akan membahas tentang produk dari pemerintah yakni Izin Mendirikan Bangunan (IMB) yang merupakan salah satu *marketing mix*. Telah menjadi suatu kewajiban pemerintah untuk menyediakan jasa pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) bagi *stakeholders* dengan harapan kinerja pelayanan yang diberikan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) dapat meningkat. Begitu juga yang diharapkan pemerintah daerah Kota Tangerang melalui Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang dengan mengeluarkan suatu *product* yakni Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

Namun pada kenyataannya, tingkat kepuasan masyarakat pengguna jasa pelayanan (IMB) secara keseluruhan belum dapat dikatakan memuaskan dikarenakan masih adanya kesenjangan pola pikir karyawan yang belum berorientasi kepada keputusan pelanggan atau masyarakat. Salah satu permasalahan yang terkait dalam pelayanan perizinan (IMB) yakni ketika seorang warga Kota Tangerang yang berkunjung ke kantor BPPT Kota Tangerang untuk mengurus IMB merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan seorang staf perihal biaya pengurusan IMB yang beragam. Sebelum ke kantor BP2T Kota Tangerang, beliau memeriksa terlebih dahulu mengenai biaya IMB untuk kategori yang sama yaitu sekitar Rp. 15.000/m. Tetapi pada kenyataan di lapangan, beberapa pegawai BP2T memberi informasi yang berbeda mengenai biaya kategori tersebut, yakni sekitar Rp. 45.000/m. Sehingga

terjadi ketimpangan akan *price* dari *product* yang diberikan oleh pemerintah, yang dianggap sebagai penjual *product*. Masalah yang muncul dari sikap penyelenggara pelayanan tersebut belum dapat dikatakan berorientasi kepada kepuasan pelanggan atau masyarakat.

Karena itulah peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana *marketing mix* yang terjadi dalam pelaksanaan pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang.

## **C. KERANGKA KONSEP**

### **1. *Marketing Mix***

*Marketing Mix* merupakan salah satu alat *marketing management* yang potensial dan dapat digunakan dalam konteks kebijakan publik, antara lain dikenal dengan 7Ps dari *marketing mix* dengan konsep dasar 4Ps dari *marketing mix* (Kotler dan Lee, 2007), yaitu:

- *Product*, perlu dirancang dengan kebutuhan pelanggan. Fitur desain perlu menyertakan, tidak hanya fitur inti dari layanan itu sendiri tetapi juga cara penyampaiannya, termasuk aspek *marketing customer care* seperti ketersediaan layanan (misalnya jam buka), kehandalan (misalnya seberapa sering layanan rusak), tanggap terhadap kebutuhan pelanggan (misalnya apakah layanan

memperhatikan perbedaan jenis kelamin, usia, etnis, dan sebagainya), dan empati bagaimana staf memperlakukan pengguna jasa.

- *Promotion*, layanan harus sesuai untuk kelompok sasaran, sehingga dari waktu ke waktu pengguna menyadari layanan, tertarik di dalamnya, ingin menggunakannya dan kemudian mengambil tindakan untuk mencobanya. Campuran metode promosi perlu dipikirkan hati-hati, termasuk iklan, *special sales promotions*, *sponsorship deals* dan *public relations campaigns*.
- *Place*, di mana layanan yang tersedia harus cocok untuk sasaran pengguna jasa (sehingga nyaman untuk digunakan, dan transportasi yang tepat tersedia) atau jasa juga dapat dibuat dengan inisiatif *e-government*, (misalnya melalui Internet atau melalui panggilan pusat).
- *Process*, yang digunakan untuk menilai kelayakan dan untuk menyediakan layanan harus jelas dan dimengerti oleh kelompok sasaran. Selain itu, harus dirancang agar lebih efektif dan efisien.
- *People*, yang menyediakan pelayanan harus ramah dan simpatik ke target kelompok dan terlatih dalam memberikan pelayanan.
- *Physical Evidence*, perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada kelompok sasaran.
- *Price*, yang dikenakan harus sesuai dengan kelompok sasaran (yang akan ditentukan sebagian oleh kebijakan kesejahteraan nasional secara keseluruhan

dimana organisasi harus memberikan sesuai dengan yang ditentukan dan organisasi lah yang memberikan kontribusi), proporsional dengan manfaat yang diberikan dan konsisten dengan rencana pendapatan organisasi.

## **2. Pelayanan Perizinan**

Pelayanan perizinan merupakan pelayanan yang bersifat individual, namun proses pelayanannya dilakukan secara kelompok *joint consumptions* hanya untuk "*elementary education*" (Savas, 1987 : 9). Dengan demikian, pelayanan perizinan di tingkat yang lebih atas merupakan barang *private* yang dikonsumsi secara bersama, sehingga menjadi pelayanan yang bersifat campuran antara privat dan publik.

Dalam rangka tercapainya pelayanan perizinan secara paripurna. dalam arti mencapai sasaran secara selektif dan efisien maka pihak manajemen melakukan pemberdayaan pegawai (*empowering the worker*) dengan merekrut orang-orang terbaik yang berkualitas dan peduli terhadap apa yang mereka kerjakan. Hal tersebut sesuai dengan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1995 tentang Sendi-Sendi Pelayanan Prima, yaitu:

1. Kesederhanaan, dalam arti bahwa prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat. tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan;
2. Kejelasan dan kepastian, dalam arti adanya penjelasan dan kepastian seperti mengenai:
  - a. Prosedur/tata cara pelayanan umum;

- b. Persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administratif;
  - c. Unit kerja dan atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum
3. Keamanan, dalam arti bahwa proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.
  4. Ketertiban, dalam arti prosedur/tata cara, persyaratan, aturan kerja, pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan. umum.
  5. Efisien, dalam arti:
    - a. Persyaratan pelayanan umum hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sarana pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan umum yang diberikan;
    - b. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan kelengkapan persyaratan, dalam hal proses pelayanannya mempersyaratkan kelengkapan persyaratan dari satuan kerja/instansi pemerintah lain yang terkait.
  6. Ekonomis, dalam arti pengenaan biaya pelayanan umum harus ditetapkan secara wajar;
  7. Keadilan yang merata, dalam arti cakupan/jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil;



8. Ketepatan waktu, dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Sendi-sendi tersebut bermakna jika mengikuti karakter pelayanan perizinan yang terkandung dalam tuntutan masyarakat, yaitu pelayanan perizinan yang lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*) dan lebih baik (*better*) (Gaspersz, 1997: 12)

Berdasarkan ketiga karakter tersebut, terdapat kepastian dari publik sebagai penerima jasa, dimana Waworuntu (1997: 22) mengemukakan bahwa:

”Pelayanan perizinan yang cepat dan tepat dapat mempersingkat waktu tunggu masyarakat”.

Lebih lanjut Waworuntu (1997: 91) menegaskan bahwa:

”Ketidaktepatan waktu penyelesaian pekerjaan yang berhubungan dengan urusan pelayanan masyarakat menyebabkan masyarakat/pelanggan merasa dipersulit, dimana hal ini paling tidak disukai oleh masyarakat.”

Mengacu pada hal-hal tersebut di atas, maka pelayanan perizinan senantiasa menjadi perhatian segenap aparatur pemerintah. Apalagi dalam era reformasi dan globalisasi seperti saat ini, segenap aparatur pemerintah harus bersifat terbuka, peka dan tanggap kepada masyarakat terhadap adanya masukan, saran dan pendapat yang berhubungan dengan pengaduan, kritikan ataupun sorotan masyarakat.

### **3. Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang**

Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 18 Tahun 2006 Tentang Tugas Pokok dan Fungsi Satuan Organisasi Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu. Dengan dibentuknya Badan Pelayanan Perizinan Terpadu, semua bentuk pelayanan perizinan di Kota Tangerang berada di bawah pengelolaan satu badan. Sehingga dengan demikian diharapkan dapat memberikan pelayanan perizinan yang terbaik bagi masyarakat, yaitu cepat, akurat dan transparan tanpa mengedepankan pendekatan birokratisasi.

Dengan demikian sebagai perangkat daerah dalam melaksanakan sebagian tugas penyelenggaraan pemerintahan di bidang pelayanan perizinan, maka Badan Pelayanan Perizinan Terpadu melaksanakan kewenangan otonomi daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi, mempunyai tugas membantu Walikota Tangerang dalam wilayah masyarakat, serta menegakkan peraturan perundang-undangan.

## **D. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian ini berupaya menggambarkan kejadian atau fenomena sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan, dimana data hasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bugdon dan Taylor, dalam Moleong, 2005: 4), penelitian kualitatif berusaha melihat, mengetahui, serta menggambarkan fenomena tertentu terhadap suatu masyarakat

berdasarkan apa adanya, sesuai dengan kenyataan yang terjadi. Pendekatan kualitatif nantinya diharapkan dapat mengungkapkan peristiwa riil di lapangan dan metode kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci dalam penelitian ini (Lincoln dan Guba, 1985:198). Tipe penelitian Deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena dimaksudkan guna menggambarkan secara deskriptif tentang hal-hal apa saja yang berhubungan dengan pelayanan perizinan IMB di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Sumber data Primer**

- Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono, 2008: 157). Pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu melainkan disesuaikan dengan keadaan dan ciri yang unik dari informan. Dan pelaksanaan tanya jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari.

- Observasi (pengamatan) secara langsung dengan sumber data

### **b. Sumber data Sekunder**

- Studi Kepustakaan

Pengumpulan data ini diperoleh dari berbagai referensi yang relevan dengan penelitian yang dijalankan dan teknik ini berdasarkan *text books* maupun jurnal ilmiah.

- **Studi Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data ini diperoleh melalui peraturan menteri, catatan serta dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah yang akan diteliti.

### **3. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, tahapan-tahapan analisis data meliputi antara lain: (Milles and Huberman, 1992: 16-20):

- a) Penarikan Kesimpulan
- b) Penyajian Data
- c) Reduksi Data

### **4. Teknik Keabsahan Data**

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penelitian agar hasil penelitian dapat dipercaya antara lain:

- a) Perpanjangan Keikutsertaan

Dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, karena pertama peneliti dapat mempelajari kebudayaan, dapat menguji

ketidakbenaran informasi yang diperkenalkan oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari responden, dan membangun kepercayaan subjek.

b) Triangulasi

Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data tertentu dan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan. Adapun triangulasi akan dilakukan dengan tiga macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data, metode, dan teori.

c) Kecukupan Referensial

Kecukupan Referensial digunakan sebagai alat menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Dalam penelitian ini, alat-alat yang digunakan oleh peneliti adalah kamera dan MP4 sebagai alat perekam selama kegiatan penelitian berlangsung.

## **E. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lembaga Teknis yang terdapat dalam Pemerintah Kota Tangerang berbentuk Badan Daerah. Badan pelayanan Perizinan Terpadu mempunyai tugas utama yaitu sebagai unsur penunjang yang membantu Walikota dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah untuk bidang-bidang tertentu. Kepala Badan dan Kepala Kantor berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Tugas pokok Badan Pelayanan Perizinan Terpadu yaitu

melaksanakan urusan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang pelayanan perijinan.

Situasi dalam proses pelaksanaan pelayanan perizinan pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang mengenai IMB (Izin Mendirikan Bangunan) secara keseluruhan belum dapat dikatakan optimal. Masih banyak keluhan-keluhan yang muncul dari masyarakat pengguna jasa pelayanan IMB.

Bila pelaksanaan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dihubungkan dengan salah satu alat marketing dalam sektor publik, yakni 7Ps dari *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process*, maka menghasilkan;

- *Product*, perlu dirancang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Fitur desain perlu menyertakan, tidak hanya fitur inti dari layanan itu sendiri tetapi juga cara penyampaiannya. Dalam hal ini, pemerintah daerah Kota Tangerang melalui Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) mengeluarkan *product* berupa Izin Mendirikan Bangunan (IMB) berupa perizinan yang diberikan oleh Pemerintah Daerah, khususnya Kota Tangerang kepada Pemilik bangunan gedung untuk membangun baru, mengubah, memperluas, dan/atau mengurangi bangunan gedung sesuai dengan persyaratan administratif dan teknis yang berlaku.
- *Promotion*, layanan harus sesuai untuk kelompok sasaran, sehingga dari waktu ke waktu pengguna menyadari layanan, tertarik di dalamnya, ingin menggunakannya

dan kemudian mengambil tindakan untuk mencobanya. Di dalam pelaksanaan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) telah dilakukan berbagai promosi, baik dengan pamflet, banner, ataupun selebaran dengan tujuan mempromosikan layanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) kepada *stakeholders* sehingga diharapkan mereka sadar untuk ‘membeli’ pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB). Namun pada kenyataannya, sosialisasi kepada masyarakat kurang dilakukan pemerintah sehingga, masyarakat masih enggan untuk mengurus hal-hal yang berkaitan dengan perizinan, khususnya Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

- *Place*, di mana layanan yang tersedia harus cocok untuk sasaran pengguna jasa, sesuai dengan pengalaman sasaran pengguna dengan layanan tersebut. Dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) yang belum sepenuhnya melakukan *e-government*, maka dalam melaksanakan pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) masih terjadi keterlambatan penanganan perizinan. Seperti yang di kemukakan oleh Tiara ( 34 tahun) pengguna jasa :

*“pas ngurus-ngurus persyaratannya memang gak terlalu lama, tapi pas mau ngambil izinnya ini nih yang ga tentu waktunya”*

- *Process*, digunakan untuk menilai kelayakan dan menyediakan layanan yang jelas dan dimengerti oleh kelompok sasaran. Selain itu, harus dirancang agar lebih efektif dan efisien. Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang mengatakan bahwa prosedur pelayanan yang diterapkan untuk melayani

masyarakat telah dibuat sesederhana mungkin agar masyarakat yang ingin mengurus Izin Mendirikan Bangunan tidak merasa kesulitan dalam proses pelayanan, karena BPPT Kota Tangerang sudah mempunyai Standar pelayanan Minimal (SPM), kemudian untuk persyaratan teknis administratif BPPT Kota Tangerang sudah mengkategorisasikan bentuk pelayanan-pelayanan yang ada di BPPT Kota Tangerang sesuai jenis pelayanan.

- *People*, yang menyediakan pelayanan harus ramah dan simpatik ke target kelompok dan terlatih dalam memberikan pelayanan. Berkaitan dengan SPM Standar Pelayanan Minimal yang dikemukakan oleh Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang, tanggapan menurut staff BP2T Anissa 28 tahun) sebagai berikut :

*“Kami sudah memberikan yang terbaik untuk memenuhi Standar Pelayanan Minimal yang sudah menjadi pedoman untuk kami bekerja, bermula dari pemberian informasi yang berbentuk sosialisasi kepada masyarakat, kedisiplinan, keramahan, kesopanan, keadilan dalam melayani masyarakat, hingga kewajaran dan kepastian biaya pelayanan”*

Walaupun dalam kenyataan masih didapati beberapa pegawai yang tidak sesuai dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM) yang dikemukakan tersebut.



- *Physical Evidence*, perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada kelompok sasaran. Seperti halnya, kenyamanan lingkungan yang merupakan suatu kondisi sarana & prasarana pelayanan yang bersih, rapih, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan. Berikut tanggapan dari pengguna jasa pelayanan Husaeni (24 tahun) :

*“menurut saya untuk kenyamanan kantor sudah sangat baik dari fasilitas AC yang sejuk kemudian kebersihan lantai tidak ada satupun sampah atau debu yang ada lalu untuk posisi kantor juga sangat strategi karena berada di lantai satu yang dapat memudahkan para pengguna jasa BP2T menemukannya”*

Keamanan pelayanan juga harus terjamin dalam proses pelayanan perizinan karena untuk menghindari dari resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan. Berikut tanggapan dari pengguna jasa pelayanan M. Sidqi (29 tahun) :

*“keamanan pelayanan sangat terjamin terbukti dengan kejelasan yang disampaikan oleh pegawai BP2T sehingga saya merasa tenang dalam transaksi perizinan”*

- *Price*, yang dikenakan harus sesuai dengan kelompok sasaran, proporsional dengan manfaat yang diberikan dan konsisten dengan rencana pendapatan organisasi. Tapi dalam pelaksanaannya, masih ditemukan ketimpangan yang terjadi mengenai kesesuaian harga dari *product* Izin Mendirikan Bangunan, seperti ketika seorang warga Kota Tangerang yang berkunjung ke kantor BP2T Kota Tangerang untuk mengurus IMB merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan seorang staf perihal biaya pengurusan IMB yang beragam. Sebelum ke kantor BP2T Kota Tangerang, beliau memeriksa terlebih dahulu mengenai biaya IMB untuk kategori yang sama yaitu sekitar Rp. 15.000/m. Tetapi pada kenyataan di lapangan, beberapa pegawai BP2T memberi informasi yang berbeda mengenai biaya kategori tersebut, yakni sekitar Rp. 45.000/m.

Dari keseluruhan 7Ps dari *marketing mix* yang (*product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process*) masih terdapat beberapa ketimpangan yang terjadi di dalam pelaksanaan sektor pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang sehingga, pelayanan terhadap masyarakat sebagai *stakeholders* belum sepenuhnya dianggap optimal.

## **F. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Hasil penelitian membahas tentang situasi yang berhubungan dengan *marketing mix* dalam proses pelaksanaan pelayanan perizinan pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang mengenai IMB (Izin Mendirikan Bangunan). Secara keseluruhan belum dapat dikatakan optimal karena masih banyak keluhan-keluhan yang muncul dari masyarakat pengguna jasa pelayanan IMB.

Bila pelaksanaan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) ini dihubungkan dengan salah satu alat marketing dalam sektor publik, yakni 7Ps dari *marketing mix*, maka dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan *marketing mix* terdapat beberapa ketimpangan di dalam poin:

- *Promotion*, dimana pemerintah daerah Kota Tangerang telah melakukan upaya untuk mempromosikan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) namun pada kenyataannya masih kurangnya sosialisasi ke masyarakat membuat masyarakat masih enggan untuk melaksanakan pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB).
- *Place*, dimana Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) yang belum sepenuhnya melakukan *e-government*, menyebabkan terjadinya keterlambatan penanganan perizinan dalam pelaksanaan pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB).
- *People*, Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kota Tangerang sudah memberikan yang terbaik untuk memenuhi Standar Pelayanan Minimal yang sudah menjadi pedoman untuk bekerja. Walaupun dalam kenyataan masih

didapati beberapa pegawai yang tidak sesuai dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM) yang dikemukakan tersebut.

- *Price*, masih ditemukan ketimpangan harga dimana terjadi kesimpangsiuran informasi tentang harga. Sehingga masyarakat menjadi bingung untuk melakukan perizinan.

## **2. Saran**

Masalah-masalah yang muncul dari sikap penyelenggara pelayanan tersebut belum dapat dikatakan berorientasi kepada kepuasan pelanggan atau masyarakat. Masih terdapat beberapa ketimpangan yang terjadi di dalam pelaksanaan sektor pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Tangerang bila dilihat dari *7Ps Marketing Mix* yang menyebabkan pelayanan terhadap masyarakat sebagai *stakeholders* belum sepenuhnya dianggap optimal. Dengan belum optimalnya pelayanan Izin Mendirikan Bangunan (IMB), harus ada suatu gebrakan dari pemerintah daerah Kota Tangerang yang berbeda, seperti membuat iklan masyarakat atau menjadikan anak-anak muda sebagai duta Izin Mendirikan Bangunan sehingga, secara tidak langsung anak-anak muda membantu menyosialisasikan pentingnya melakukan suatu perizinan dengan tujuan memajukan daerah masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., dan Nancy Lee. (2007). *Marketing in The Public Sector: A Roadmap for Improved Performance*. Wharton School Publishing. New Jersey: Upper Saddle River.

Lincoln, Yvonna S. Dan Egon G. Guba, 1985. *Naturalistic Inquiry*, 1<sup>st</sup> edition, Sage Publication, Beverly Hills.

Miles, B.B., dan A.M. Huberman, 1992, *Analisa Data Kualitatif*, UI Press Jakarta.

Moleong, Lexy J. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Savas, ES, 1987, *Privatization : The Key to Better Government*, New Jersey, Catham House Publisher.

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

### **Dokumen:**

Keputusan Menteri Negara Pedayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1995 tentang Sendi-Sendi Pelayanan Prima

Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 18 Tahun 2006 Tentang Tugas Pokok dan Fungsi Satuan Organisasi Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu