

Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, dan Cilacap

Pramono Hariadi

Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

Wita Ramadhanti

Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

Abstract: Water serves as a crucial need for human beings; no one can survive without water. Due to its importance, in order that people get a fair benefit from it, water management has been undertaken by government via Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). However, PDAM in four regencies (Banyumas, Cilacap, Purbalingga and Banjarnegara) continue to suffer from losses. This study is aimed at (1) finding out the process of services on PDAM in four regencies (Banyumas, Cilacap, Purbalingga and Banjarnegara); (2) measuring the dimension of service quality that have highest effect on PDAM in the above regencies. This study was carried out using survey method and customers of four PDAMs serve as the unit of analysis. The sample size was 200 respondents. Sample was selected through several stages. At the first stage, population was classified by areas. At the second stage, the populations of all regencies were grouped by customer strata. At the third stage, sample of each stratum was proportionately selected by systematic random sampling method. This study found that (1) the services of PDAM in the four regencies are good enough and Banyumas regency is the best services, in other hand Banjarnegara regency is the worst one; (2) tangible has the highest effect to the dimension of service quality.

Keywords: Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles

Air merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi setiap orang, tidak ada seorangpun yang bisa hidup tanpa air. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia serta meningkatnya jumlah penduduk di wilayah Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara (tabel 1) maka permintaan air terus meningkat dari waktu ke waktu baik kuantitas maupun kualitasnya.

Dengan maksud untuk mengelola air secara baik, Pemerintah Kabupaten memiliki perusahaan daerah yang mengelola air yang diberi nama Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Meskipun berbagai usaha dari segi manajerial dan operasional telah dilakukan oleh pihak manajemen PDAM, tetapi sampai dengan saat ini hasilnya belum memuaskan.

Tabel 2 mengindikasikan bahwa keuntungan yang diperoleh PDAM masih sangat rendah, bahkan dalam lima tahun terakhir PDAM di Karesidenan Banyumas masih menderita kerugian.

Tabel 1 Jumlah Penduduk di Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara serta pertumbuhannya

Kabupaten/Kota	Tahun 2001	Tahun 2002	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005
Cilacap	1.652.019	1.671.779	1.689.214	1.696.765	1.704.596
Banyumas	1.470.188	1.485.754	1.498.122	1.509.367	1.524.901
Purbalingga	829.199	835.321	883.900	889.400	894.800
Banjarnegara	853.891	862.483	863.000	872.400	881.900
Jumlah	4.805.297	4.855.337	4.934.236	4.967.932	5.006.197
Pertumbuhan		1,04	1,62	0,68	0,77

Sumber: Diolah dari PDAM di Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara

Alamat Korespondensi:

Pramono Hariadi & Wita Ramadhanti, Jl. HR
Bunyamin Grendeng Purwokerto Jawa Tengah
Telp. 0281 637970

Tabel 2 Kondisi PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga Cilacap dan Banjarnegara

Tahun	Profitabilitas (Rentabilitas Ekonomis)	Perkembangan Profitabilitas (Rentabilitas Ekonomis)	Perkembangan Volume Penjualan (%)	Perkembangan Pasar Yang Terlayani (%)
2002	-8,87	1,94	13,12	0,09
2003	-5,39	3,48	23,48	0,09
2004	-0,77	5,31	17,13	0,11
2005	-0,08	-0,007	13,31	0,06

Sumber: Diolah dari PDAM di Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara

Untuk mengatasi kondisi ini, disarankan oleh Andreassen dan Lindestad (1998) untuk dipecahkan dengan cara mengembangkan konsep pemasaran yang tepat. Dalam usaha mengembangkan konsep pemasaran yang tepat ini, salah satunya adalah dengan mengaplikasikan *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM merupakan suatu strategi bisnis yang menjadikan konsumen suatu fokus (Knie-Andersen, 2001), sehingga suatu perusahaan yang melaksanakan CRM meletakkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dalam posisi yang utama.

Tabel 3 Pengaduan yang Diterima PDAM Kabupaten Cilacap, Purbalingga, Banyumas dan Banjarnegara

Tahun	Pengaduan yang diterima
2002	5.235
2003	5.658
2004	5.568
2005	5.770

Sumber: Diolah dari PDAM di Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara

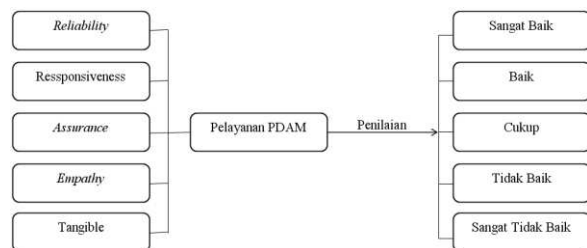
Tujuan pendirian PDAM bukanlah keuntungan semata, namun juga sebagai perusahaan pelayanan umum yang bertujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Usaha untuk melaksanakan hal ini telah banyak dilakukan, namun demikian sampai dengan saat ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM banyak dirasakan masih kurang memadai. Oleh sebab itu perlu diketahui sudah seberapa tinggikah kualitas pelayanan yang disajikan oleh PDAM kepada pelanggannya.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat lima komponen dari kualitas jasa, yaitu: (Zeithaml & Bitner, 2000). Pertama, keterandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dalam menyajikan jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten. Kedua, cepat tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk menyediakan jasa dengan cepat. Ketiga, kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan dan sopan santun dari karyawan dan kemampuan mereka dalam menjalin kepercayaan. Keempat, empati (*empathy*) yaitu kemampuan untuk memperhatikan konsumen secara individu. Kelima, berwujud (*tangibles*) yaitu bukti secara fisik dari jasa, dalam hal ini meliputi fasilitas fisik, perkakas dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan jasa.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat dua hal yang ingin dituju oleh penelitian ini. Pertama adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang disajikan oleh PDAM Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara kepada para pelanggannya. Kedua adalah untuk mengetahui dimensi pelayanan apakah yang paling dominan terhadap kualitas pelayanan PDAM.

Kerangka pemikiran yang diajukan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh gambar 1. Penelitian ini pada dasarnya untuk mengukur sejauhmana penilaian terhadap kualitas pelayanan yang disajikan oleh PDAM Kabupaten Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara kepada para pelanggannya, penilaian dari masyarakat dapat saja menunjukkan penilaian yang sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.



Gambar 1 Kerangka pikir penelitian

METODE

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Agar variabel-variabel penelitian bisa dioperasionalkan dalam penelitian, maka variabel-variabel tersebut lebih lanjut dijabarkan dalam subvariabel, indikator dan skala dari variabel seperti yang tertera pada tabel 4.

Tabel 4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Satuan Ukur	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan	Kinerja pelayanan yang diterima customer setelah membeli barang/jasa	Kinerja dari : -reliability -responsiveness, -assurance, -empathy, -tangibles	Tingkat pencapaian : -reliability -responsive ness -assurance -empathy - tangibles	Ordinal

Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data sekunder terdiri dari data yang telah dikumpulkan oleh PDAM kabupaten Banyumas, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara serta sumber-sumber yang lain, sedangkan data primer bersumber dari penelitian empirik yang akan dilakukan.

Unit Analisis

Sebagai unit analisis adalah Perusahaan dan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) wilayah Banyumas, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara yang telah tercatat sebagai pelanggan selama paling sedikit 5 (lima) tahun.

Tabel 5 Jumlah Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara tahun 2005

No	Golongan Pelanggan	Jumlah Pelanggan			
		Kab. Cilacap	Kab. Purbalingga	Kab. Banyumas	Kab. Banjarnegara
1	Sosial	645	271	680	113
2	Rumah Tangga	26,934	17,301	29,759	7,198
3	Niaga	1,202	467	2,867	194
4	Industri	24	30	9	12
Jumlah		28,805	18,069	33,315	7,517

Sumber : Data penelitian diolah

Metode Penetapan Sampel

Sampel ditetapkan sebesar 200 responden dengan metode acak sederhana (simple random sampling) pada masing-masing kabupaten. Dengan mendistribusikan jumlah sampel secara proporsional terhadap masing-masing wilayah, maka jumlah sampel untuk masing-masing wilayah adalah:

- PDAM Kab. Cilacap 66 respon.
 - PDAM Kab. Purbalingga 43 respon.
 - PDAM Kab. Banyumas 73 respon.
 - PDAM Kab. Banjarnegara 18 respon.
- Jumlah 200 respon.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

- Data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan.
- Observasi dan wawancara mendalam dengan pelanggan PDAM yang terpilih sebagai sampel.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, maka akan dilakukan perhitungan tingkat pelayanan PDAM dengan menggunakan 5 dimensi pelayanan. Langkah selanjutnya adalah menentukan interval nilai kelas penilaian baik secara individual maupun secara keseluruhan dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n}$$

keterangan:

I : Interval kelas

X_{\max} : Skor total penilaian tertinggi

X_{\min} : Skor total penilaian terendah

n : jumlah interval kelas

Selanjutnya dihitung total skor nilai secara individual maupun secara keseluruhan untuk diketahui kelas interval nilai skor penilaian pelayanan. Untuk mengetahui dimensi pelayanan yang paling dominan dalam membentuk kualitas pelayanan akan dilakukan pengujian *critical ratio* dengan menggunakan *confirmatory factor analysis*.

Ho diterima: Jika total skor penilaian baik secara individual maupun keseluruhan berada pada interval kelas tidak baik atau sangat tidak baik

Ha diterima: Jika total skor penilaian baik secara individual maupun keseluruhan berada pada interval kelas cukup baik, baik, atau sangat baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kualitas Pelayanan PDAM

Jenis pelayanan yang diberikan oleh PDAM telah diuraikan di muka. Jenis pelayanan yang diberikan PDAM meliputi informasi pendaftaran sambungan baru, pemasangan sambungan hingga penerimaan pembayaran tagihan penggunaan air bersih. Untuk mengukur kualitas pelayanan PDAM digunakan lima indikator pengukur *servqual* yaitu *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* yang dilakukan penilaian dengan rentang skor satu sampai dengan lima. Skor lima menunjukkan penilaian yang sangat baik sedangkan skor satu menunjukkan penilaian yang sangat tidak baik. Sedangkan skor 2, 3, dan 4 mengikuti secara

berurutan. Kelima indikator ini akan diuraikan satu persatu seperti di bawah ini.

Tangible

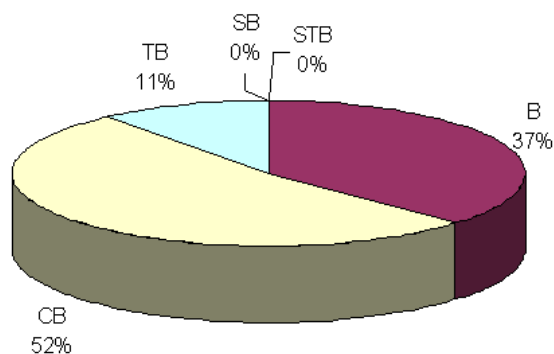
Ada tujuh indikator yang digunakan untuk mengukur tangible PDAM, ke tujuh indikator tersebut meliputi kondisi bangunan gedung, kondisi desain interior, kenyamanan ruang pelayanan, kebersihan gedung, kapasitas tempat parkir, keamanan tempat parkir dan lokasi kantor. Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengukuran indikator-indikator tangible diperoleh hasil seperti yang terdapat pada tabel 6

Dengan menyimak tabel 6 terlihat bahwa jawaban pelanggan sebagian besar mengelompok pada skor tiga dan empat. Dengan menggunakan metode pembobotan terhadap masing-masing indikator bisa diketahui bahwa tanggapan pelanggan terhadap tangible PDAM sebagian besar adalah cukup baik (52%) dan berikutnya diikuti dengan tanggapan baik (37%). Secara rinci keadaan ini bisa disimak pada gambar 6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kondisi fisik PDAM cukup baik.

Tabel 6 Tanggapan Pelanggan terhadap indikator Tangible PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Indikator <i>Tangible</i>	Skor Penilaian				
	1	2	3	4	5
Bangunan Gedung PDAM	4%	5%	56%	27%	7%
Kondisi Desain Interior	4%	11%	59%	19%	5%
Kenyamanan Ruang Pelayanan	2%	11%	63%	20%	3%
Kebersihan Gedung PDAM	7%	7%	30%	48%	8%
Kapasitas Tempat Parkir	3%	7%	52%	34%	3%
Keamanan Tempat Parkir	5%	5%	27%	60%	2%
Lokasi Kantor PDAM	8%	11%	22%	52%	6%

Sumber : Data penelitian diolah



Gambar 2 Frekuensi Tanggapan pelanggan terhadap Tangible PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Keterangan:

- SB : Sangat Baik
- TB : Tidak Baik
- B : Baik
- STB : Sangat Tdk Baik
- CB : Cukup Baik

Empathy

Dalam upaya untuk mengetahui besarnya perhatian PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap terhadap pelanggannya, digunakan tiga indikator yaitu kemudahan dalam menghubungi petugas pada saat di butuhkan, kemampuan memberikan jawaban terhadap keluhan secara komunikatif dan kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan menggunakan rentang skor satu sampai lima, hasilnya bisa diketahui seperti yang terdapat pada tabel 7.

Tabel 7 Tanggapan Pelanggan Terhadap Empathy PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

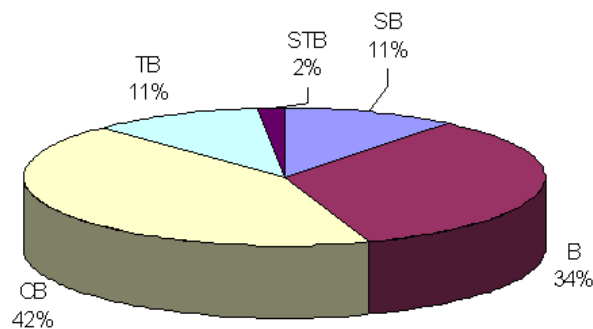
Indikator Empathy	Skor Penilaian				
	1	2	3	4	5
Kemudahan dalam Menghubungi Petugas Pada Saat di Butuhkan	11%	7%	16%	50%	16%
Kemampuan memberikan jawaban terhadap keluhan secara komunikatif	11%	10%	40%	33%	6%
Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	5%	13%	40%	38%	3%

Pemberian perhatian secara sungguh-sungguh kepada pelanggan 7% 15% 41% 33% 4%

Sumber : Data penelitian diolah

Tidak jauh berbeda dengan tanggapan pelanggan terhadap *tangibles*, tanggapan terhadap *empathy* juga sebagian besar mengelompok pada rentang skor tiga dan empat, penilaian ini menggambarkan bahwa konsumen menilai perhatian PDAM terhadap mereka berada dalam kondisi cukup baik dan baik. Dengan menggunakan metode pembobotan yang sama, distribusi tanggapan pelanggan terhadap *empathy* bisa dilihat pada gambar 7.

Berdasarkan gambar 3 diketahui bahwa sebanyak 42% pelanggan beranggapan bahwa *empathy* PDAM adalah cukup baik, sedangkan yang menilai bahwa perhatian PDAM terhadap konsumen baik sebanyak 34%. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa konsumen merasa telah mendapat perhatian yang cukup dari PDAM.



Gambar 3 Frekuensi Tanggapan pelanggan terhadap Empathy PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Keterangan :

- SB : Sangat Baik
- TB : Tidak Baik
- B : Baik
- STB : Sangat Tdk Baik
- CB : Cukup Baik

Reliability

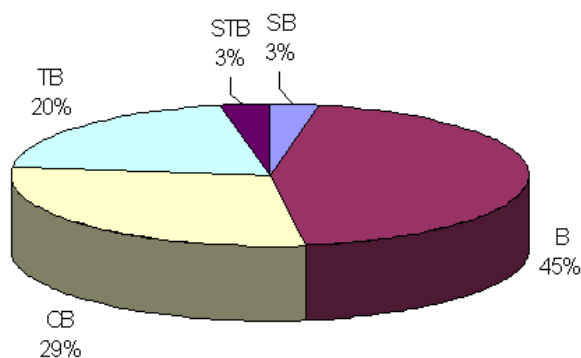
Ada dua indikator yang digunakan untuk mengetahui *reliability* PDAM, yaitu Pemenuhan terhadap Janji-janji PDAM dan Kepercayaan terhadap Produk PDAM. Hasil penelitian terhadap kedua indikator tersebut secara rinci tergambar pada tabel 8.

Tabel 8 Tanggapan Pelanggan terhadap *Reliability* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Indikator <i>Reliability</i>	Skor Penilaian				
	1	2	3	4	5
Pemenuhan terhadap Janji-janji PDAM	7%	15%	43%	29%	6%
Kepercayaan terhadap Produk PDAM	4%	11%	29%	50%	6%

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan pada tabel 8 diketahui bahwa PDAM telah cukup baik dalam memenuhi janjinya kepada pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh respons dari pelanggan yang memilih skor 3, 4 dan 5 sebanyak 77 persen. Selain itu sebagian besar pelanggan memiliki kepercayaan yang baik terhadap produk PDAM, hal ini tergambar dari jumlah pelanggan yang menyatakan mempunyai kepercayaan yang baik dan sangat baik sebesar 56%.



Gambar 4 Frekuensi Tanggapan pelanggan terhadap *Reliability* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Keterangan :

SB : Sangat Baik TB : Tidak Baik
 B : Baik STB : Sangat Tdk Baik
 CB : Cukup Baik

Apabila kedua indikator *reliability* tersebut digabungkan, maka secara lengkap akan terlihat seperti pada gambar 4.9. Dari gambar tersebut bisa diketahui bahwa PDAM telah melayani pelanggan dengan baik kepada pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh respons dari pelanggan yang mengatakan bahwa *reliability* PDAM tidak baik (skor 2) dan sangat tidak baik (skor 1) hanya sebesar 23 persen.

Responsiveness

Ada lima indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *responsiveness* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap, indikator-indikator tersebut meliputi pelayanan pegawai PDAM terhadap pelanggan, kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, keramahan petugas dalam melayani pelanggan, pengetahuan yang memadai dari pegawai dan keterampilan yang memadai dari pegawai. Hasil penelitian terhadap kelima indikator ini tergambar secara rinci dalam tabel 9.

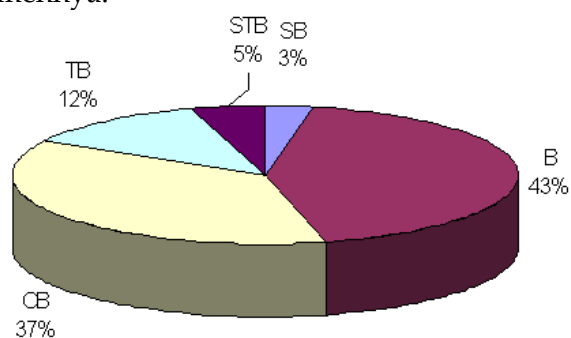
Tabel 9 Tanggapan Pelanggan terhadap *Responsiveness* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Indikator <i>Responsiveness</i>	Skor Penilaian				
	1	2	3	4	5
Pelayanan Pegawai PDAM terhadap Pelanggan	8%	16%	32%	41%	3%
Kesiapan Petugas dalam melayani Pelanggan	5%	12%	38%	39%	5%
Keramahan Petugas dalam melayani Pelanggan	11%	6%	24%	53%	6%
Pengetahuan yang memadai dari pegawai	7%	10%	43%	36%	3%
Keterampilan yang memadai dari pegawai	7%	13%	46%	32%	3%

Sumber : Data penelitian diolah

Dari kelima indikator yang diteliti ternyata hampir memberikan gambaran yang sama, yaitu hampir seluruh jawaban pelanggan mengelompok pada skor 3 dan 4. Seluruh indikator yang ada mempunyai skor 3 dan 4 lebih dari 70 persen. Hanya ada satu indikator yang mempunyai skor satu (sangat tidak baik) cukup tinggi, yaitu keramahan petugas dalam melayani pelanggan.

Apabila kelima indikator ini digabungkan dan digunakan untuk mengetahui tingkat *Responsiveness* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap maka akan terlihat seperti yang ada pada gambar 4.10. Dari gambar tersebut terlihat bahwa pelanggan yang memberikan jawaban cukup baik, baik dan sangat baik berjumlah 83%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang ada telah memberikan respon yang baik terhadap kebutuhan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa walaupun PDAM adalah sebuah perusahaan monopoli tetapi sudah cukup menyadari arti pentingnya pelayanan yang baik terhadap konsumennya.



Gambar 5 Frekuensi Tanggapan pelanggan terhadap *Responsiveness* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Keterangan :

SB : Sangat Baik TB : Tidak Baik
 B : Baik STB : Sangat Tdk Baik
 CB : Cukup Baik

Assurance

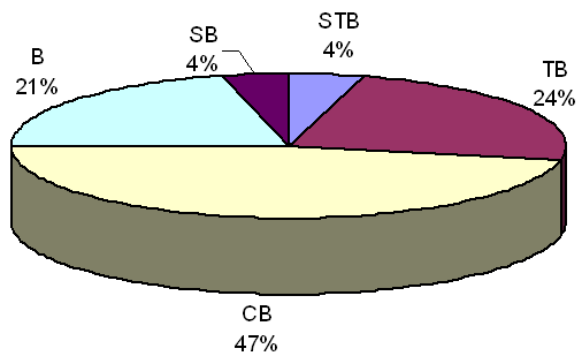
Dalam mengukur *assurance* perusahaan digunakan empat indikator, yaitu pengetahuan pegawai, pemberian informasi yang jelas, kesopanan dan keramahan serta kesabaran pegawai. Hasil penelitian (tabel 10) menunjukkan bahwa pelanggan PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap sebagian besar menilai *assurance* perusahaan cukup baik (skor 3).

Tabel 10 Tanggapan Pelanggan terhadap *Assurance* PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap

Indikator <i>Assurance</i>	Skor Penilaian				
	1	2	3	4	5
Pengetahuan Pegawai	6%	17%	56%	18%	2%
Pemberian Informasi yang Jelas	8%	16%	49%	22%	5%
Kesopanan dan keramahan	15%	10%	29%	39%	7%
Kesabaran Pegawai	12%	18%	48%	17%	5%

Dengan mendasarkan pada 5 variabel *seroqual* (*tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance*) di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan PDAM kabupaten Cilacap, Banyumas, Purbalingga dan Banjarnegara dalam kondisi antara tidak baik dan baik. Agar diperoleh gambaran yang lebih jelas, gambar 6 memberikan ilustrasi penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM kabupaten Cilacap, Banyumas, Purbalingga dan Banjarnegara. Dari gambar tersebut terlihat dengan jelas bahwa konsumen yang merasa cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diterima proporsinya paling besar (48%), sedangkan konsumen yang puas terhadap pelayanan PDAM sebesar 37%. Pada pasar yang jumlah penjualnya banyak (persaingan), hal ini tentunya akan menyebabkan konsumen berpindah pada perusahaan lainnya yang mampu memberikan pelayanan lebih baik. Hal ini tentunya sangat berbeda pada perusahaan yang bersifat monopoli seperti PDAM, karena tidak ada perusahaan penggantinya, maka konsumen mau tidak

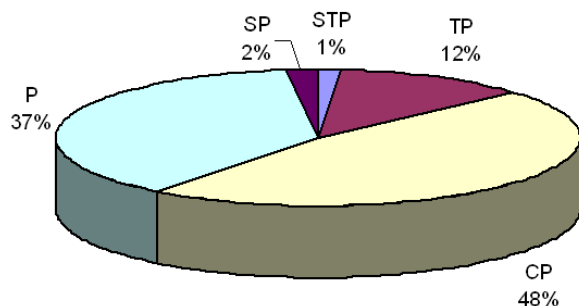
mau harus menikmati kualitas pelayanan yang mereka terima. Walaupun mereka menerima pelayanan dengan banyak keluhan, tetapi konsumen tidak dapat melakukan tindakan untuk keluar dari pasar.



Gambar 6 Frekuensi Tanggapan Pelanggan terhadap Assurance PDAM Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara dan Cilacap.

Keterangan :

SB : Sangat Baik TB : Tidak Baik
B : Baik STB : Sangat Tdk Baik
CB : Cukup Baik



Gambar 7 Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Kabupaten Cilacap, Banyumas, Banjarnegara dan Purbalingga tahun 2005.

Keterangan:

SB : Sangat Baik TB : Tidak Baik
B : Baik STB : Sangat Tdk Baik
CB : Cukup Baik

Kondisi ini ternyata hampir merata pada setiap PDAM yang menjadi obyek penelitian. Hampir semua PDAM yang diteliti, secara individual hanya mampu memberikan pelayanan pada tingkat antara tidak puas dan cukup puas. Tabel 11 memberikan gambaran yang rinci tentang kualitas pelayanan pada masing-masing kabupaten. PDAM Banyumas merupakan PDAM yang mempunyai kualitas pelayanan yang paling baik bagi konsumennya, hal ini terlihat dari paling besarnya proporsi konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan oleh PDAM sangat memuaskan dan memuaskan dibandingkan dengan PDAM lainnya. Sedangkan PDAM yang kualitas pelayanannya terendah adalah PDAM Banjarnegara, yang ditunjukkan oleh sangat besarnya proporsi pelanggan yang merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM adalah sangat tidak memuaskan.

Tabel 11 Distribusi Kualitas Pelayanan pada PDAM Kabupaten Cilacap, Banyumas, Purbalingga dan Banjarnegara.

Lokasi PDAM	Sangat puas	Cukup puas	Tidak puas	Sangat tdk puas
Cilacap	0	8	51	38
Banyumas	3	17	38	39
Purbalingga	0	9	47	44
Banjarnegara	0	11	22	61

Sumber : Data diolah

Dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh yang PDAM yang menjadi obyek penelitian terlihat bahwa PDAM masih perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Masih rendahnya kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen akan berakibat pada ketidakpuasan konsumen.

Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan ini bisa dilakukan sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Michael Treacy dan Fred Wiersema (dalam Griffin,

1995) melalui 1) keunggulan operasional; 2) kedekatan dengan pelanggan; 3) Kepemimpinan produk.

Upaya ini memang lebih mengarah pada perbaikan “nilai pelayanan”, karena nilai pelayanan adalah cerminan dari seberapa tinggi kualitas pelayanan suatu perusahaan dimata pelanggan (Heskert *et. al*, 1997) sehingga melalui nilai pelayanan inilah kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan (Patterson, 1997) . Namun secara umum bisa disebutkan bahwa agar PDAM dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, ia secara terus menerus harus melakukan kreasi nilai. Strategi penciptaan nilai bagi pelanggan bisa dilakukan dengan memilih salah satu pendekatan dari lima skenario “*generic value strategies*”, yaitu: (1) Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah bila dibandingkan dengan pihak pesaing (*more for less*), (2) Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang sama besar bila dibandingkan dengan pihak pesaing (*more for same*), (3) Memberikan kemanfaatan yang sama dengan pihak pesaing kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah (*same for less*), dan (4) Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang juga lebih besar bila dibandingkan dengan pihak pesaing (*more for more*), serta (5) Memberikan kemanfaatan yang rendah kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pihak pesaing (*less for less*) (Kotler; 2000). Namun karena PDAM adalah sebuah perusahaan monopoli maka yang menjadi pertimbangan penciptaan kemanfaatan bukanlah pesaingnya tetapi lebih mendasarkan kepada harapan para pelanggannya. Dengan melakukan strategi penciptaan nilai yang baik maka perusahaan akan mampu menetapkan fitur-fitur pelayanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan dari masing-masing pelanggan, sebagai upaya peningkatan nilai

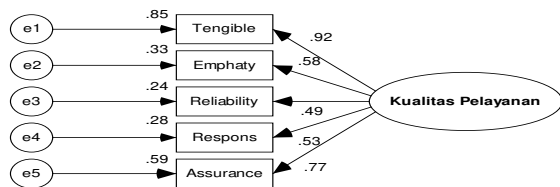
pelayanan kepada pelanggan (Groth & Dye; 1999).

Berdasarkan hasil *confirmatory analysis* diketahui bahwa variable *tangible* merupakan variable yang paling menentukan dibandingkan dengan variable lainnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *standardized regression weights* sebesar 0,923 diikuti oleh *assurance*, *empathy*, *responsiveness* dan *reliability*. Jika kita lihat bagaimana masyarakat di wilayah kabupaten Banyumas, Banjarnegara, Cilacap dan Purbalingga memberikan tanggapannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM maka dapat diketahui bahwa masyarakat di wilayah ini masih mengedepankan atau menilai suatu kondisi dari hal-hal yang mendasar dan bersifat nyata seperti bangunan gedung, desain interior, kenyamanan, kebersihan, keluasan serta keamanan suatu prasarana atau layanan yang disediakan untuk digunakan oleh konsumen tersebut.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah penelitian masih belum banyak meminta atau menuntut banyak mengenai pelayanan yang diterimanya. Hal ini sebenarnya dapat dipahami mengingat budaya jawa yang selalu menerima keadaan masih sangat kuat di wilayah ini.

Tabel 12 *Standardized Regression Weights: (Group All - Default model)*

		Estimate
<i>Responsiveness</i>	← Kualitas Pelayanan	.534
<i>Reliability</i>	← Kualitas Pelayanan	.490
<i>Empathy</i>	← Kualitas Pelayanan	.576
<i>Tangible</i>	← Kualitas Pelayanan	.923
<i>Assurance</i>	← Kualitas Pelayanan	.768



Gambar 8 Hasil penelitian
(Sumber: Data penelitian diolah)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis yang diuji, terdapat dua kesimpulan dalam penelitian ini. Kesimpulan pertama adalah kualitas pelayanan yang disampaikan PDAM Kabupaten Cilacap, Banyumas, Purbalingga dan Banjarnegara baru cukup memuaskan pelanggannya, sehingga masih perlu ditingkatkan. Namun demikian bila diperingkat, PDAM yang telah berhasil memberikan kualitas pelayanan yang terbaik diantara PDAM yang diteliti adalah PDAM Banyumas, sedangkan yang paling kurang baik adalah PDAM Banjarnegara.

Kesimpulan kedua, Dimensi kualitas pelayan yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan adalah dimensi Tangible. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih sangat memperhatikan tampilan fisik dalam menilai kualitas pelayanan PDAM

Saran

Penelitian ini memiliki tiga saran. Pertama, dalam Upaya meningkatkan kualitas pelayanan PDAM, sesuai dengan pendapat Michael Treacy dan Fred Wiersema, peningkatan keunggulan operasional merupakan tindakan yang paling menentukan. Hal ini dikarenakan PDAM merupakan sebuah perusahaan monopoli. Kedua, dalam upaya meningkatkan keunggulan operasional, tampilan fisik perusahaan merupakan hal yang sangat penting karena dimensi kualitas pelayanan yang paling diperhatikan konsu-

men adalah tangible. Ketiga, penciptaan fitur-fitur pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan perlu diupayakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan PDAM.

DAFTAR RUJUKAN

- Andreassen, T. W. & Lindestad, B. 1998. Customer Loyalty And Complex Services, "The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty For Customers With Varying Degrees of Services Expertise". *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 9. No.1. Pp.7-23.
- Griffin, Jill. 1995. *Customer Loyalty, How to Earn It; How to Keep It*. Lexington Books. An Imprint of The Free Press.
- Groth, J. C, & Dye, R. T. 1999. Service Quality: Guidelines for Marketers; *Managing Service Quality* Vol. 9. No. 5, Hal. 337-351.
- Heskett, James L, Sasser Jr, E., & Leonard, A. 1997. *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*, New York :The Free Press, Simon & Schuster.
- Knie-Andersen, M. 2001. *The Relationship Between Customer Satisfaction, Customer Loyalty And Customer Profitability*. School Of Economics and Management University of Aarhus. Building 350.
- Kotler, P., & Kartajaya, H. 2000. *Repositioning Asia, From Bubble to Sustainable Economy*. Andersen Consulting, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Patterson, P. G. 1997. Modeling The Relationship Between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business-to-business, Services Context: an Empirical Examination, *International Journal of Service Industry Management*, Vol.8, No.5, hal.414-434.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M.J. 2000. *Services Marketing, Integrating Customer Focus*

Across the Firm. International Edition.
New York: Irwin Mc Graw-Hill.