

## Hubungan Pelayanan Bagian Umum dan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Romy Setiawan<sup>1</sup>, Isyana Rahayu<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Administrasi Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Insani; Jl. Siliwangi No 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia. Telp. (021) 824 36 886 / (021) 824 36 996. Fax. (021) 824 009 24; e-mail: romikimoss@gmail.com, isyana\_rahayu@yahoo.com

\*Korespondensi: e-mail: [isyana\\_rahayu@yahoo.com](mailto:isyana_rahayu@yahoo.com)

Diterima: 6 Juni 2017 ; Review: 10 Juli 2017; Disetujui: 25 Juli 2017

Cara sitasi: Setiawan R., Rahayu I. Hubungan Pelayanan Bagian Umum dan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Mahasiswa Bina Insani. 2 (1) : 77 – 86

---

**Abstrak:** Persaingan antar perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan atas pelayanan terhadap pelanggan semakin besar. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan sebaik-baiknya. Pelayanan yang baik akan membuat pelanggan atau konsumen memberikan loyalitas dan kepercayaan terhadap perusahaan atas penyediaan kebutuhan. Perusahaan yang memiliki pelanggan dengan loyalitas tinggi terhadap perusahaan memudahkan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan. Rasa puas pelanggan harus diketahui perusahaan untuk mengevaluasi dan melakukan perbaikan terhadap kinerja perusahaan pada pelayanan terhadap masyarakat. Perbaikan dalam kinerja perusahaan tersebut membantu dalam memenuhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dan memperbaiki pada pelayanan yang kurang tepat menurut pelanggan.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan.

**Abstract:** Competition inter companies to meet consumer needs and provide customer satisfaction of service to greater. One of the actions to satisfy the consumer is to provide services to consumers as well as possible. Good service will make customers or consumers give loyalty and confidence in the provider company needs. Companies that have customers with high loyalty to the company. Complacency must be known enterprise customers to evaluate and make improvements to the performance of the company to service to the community. Improvement in the performance of the company assist in customer satisfaction with the services given by the company and improve the service less than satisfactory according to the customer.

**Keywords:** Customers Satisfaction, Service Quality.

### 1. Pendahuluan

Setiap perusahaan produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam sehingga terjadinya persaingan antar perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan atas pelayanan terhadap pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan sebaik-baiknya karena pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan pada individu kepada pihak lain dengan tujuan memberikan keuntungan dan manfaat yang dimaksudkan menjadi suatu kepuasan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang penting pada usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan kegiatan pelayanan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan agar tercapainya kepuasan pelanggan dalam pelaksanaannya. Pelanggan merupakan pembeli dari produk atau jasa pada perusahaan. Perusahaan bukan hanya menjual produk atau jasa, tetapi harus memikirkan kepada kepuasan konsumen terhadap pemakaian barang atau jasa tersebut agar tetap terjalin hubungan baik

antar konsumen dan produsen. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Pelanggan yang memiliki rasa puas pada pelayanan yang diberikan pada perusahaan akan membentuk loyalitas pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar pada loyalitas pelanggan, pada saat konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dari uang yang dikeluarkan maka akan terjadi peningkatan loyalitas konsumen kepada perusahaan tersebut. Seorang konsumen atau pelanggan yang loyal menjadi sangat bernilai untuk perusahaan. Konsumen atau pelanggan yang loyal dapat dipertahankan dengan memelihara kemitraan secara berkesinambungan. Aspek loyalitas konsumen menjadi penting untuk menjamin kelangsungan bisnis atau usaha.

Menurut data yang diperoleh, jumlah pelanggan PDAM semakin meningkat. Pada perusahaan PDAM Tirta Bhagasasi cabang Pondok Ungu belum pernah dilakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan. Mengingat data jumlah konsumen yang meningkat, oleh karena itu perlu untuk diteliti apakah konsumen puas atau tidak terhadap pelayanan PDAM. Dalam rangka memenuhi keluhan pelanggan, perlu ada perbaikan kualitas pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan. Pelanggan merupakan tujuan utama dalam pemberian pelayanan, karena itu perbaikan kualitas pelayanan harus dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. Pelaksanaan suatu perbaikan tidak terdapat suatu alasan untuk tidak mengetahui aspek-aspek kunci dari suatu sistem kualitas. Banyak permasalahan yang muncul dari perusahaan. Sebagai perusahaan yang membidangi layanan masyarakat yang sangat vital. Perusahaan ini masih mengalami kejanggalaan. Akhir-akhir ini PDAM berusaha berusaha menekan kejanggalaan dengan mengevaluasi semua keluhan/masalah yang ditanggapi PDAM, antara lain tentang keluhan pencatatan meter, tunggakan pelanggan, air keruh, air tidak mengalir dan sebagainya. Akan tetapi, selama ini PDAM sudah maksimal dalam mengatasi semua keluhan-keluhan masyarakat, antara lain melalui penanganan pengaduan atau *complain* via telepon, peningkatan kantor dan kinerja bagian Umum dan Hubungan Pelanggan atau *complain* dengan memberikan pelatihan terhadap karyawan bagian tersebut. Meskipun begitu, kejanggalaan-kejanggalaan tetap terjadi dan tidak hilang, karena setiap produk atau jasa memiliki kekurangan. Menurut kepala cabang PDAM Tirta Bhagasasi cabang Pondok Ungu, saat ini PDAM menangani kurang lebih 166.918 jiwa dengan data masyarakat 208.739 jiwa. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat terhadap perusahaan, antara lain dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Hal ini yang mendorong untuk melakukan penelitian yang berjudul "Hubungan Pelayanan Bagian Umum dan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada PDAM Tirta Bhagasasi di Pondok Ungu Bekasi)."

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah Bagaimana hubungan pelayanan bagian Umum dan Pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Bhagasasi?

Menurut Kotler dan Keller (2008:36), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Sudaryono (2014:48) kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198), terdapat lima dimensi kualitas jasa yang disebut *service quality* yaitu ;

- a. Keandalan (*Reliability*) kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Jumlah karyawan yang memadai sesuai dengan jumlah pengunjung yang datang, karyawan yang cakap dan handal dalam memberikan informasi, pelayanan di kantor hubungan pelanggan tidak terlalu panjang antriannya.

- b. Ketanggapan atau kepedulian (*Responsiveness*) keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan. Karyawan cepat merespon kepada pelanggan yang membutuhkan, selalu minta maaf apabila terjadi kesalahan dan selalu cekatan dalam membantu pelanggan dalam pengaduan.
- c. Jaminan kepastian (*Assurance*) adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staff. Pelayanan ramah dari karyawan kepada pelanggan yang datang, tidak ada kekeliruan pada saat proses penjelasan dan selalu bersikap sopan kepada pelanggan yang datang.
- d. Empati (*Emphaty*) sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh pada pelanggan, kemudiaan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual. Petugas selalu mengucapkan terima kasih saat konsumen pulang, selalu mengucapkan selamat datang pada pelanggan yang datang dan mendengar dan menerima keluhan pelanggan.
- e. Berwujud (*Tangible*) wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, perlatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi. Ruang pelayanan pelanggan yang memadai, kebersihan dan kerapian penampilan dan design kantor yang menarik.

## 2. Metode Penelitian

Pengumpulan informasi pada penelitian ini menggunakan sumber kualitatif yang berupa data primer dan sekunder. Data primer aktif yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari wawancara dan kuesioner dengan Kepala Cabang PDAM Tirta Bhagasasi Cabang Pondok Ungu yang dilakukan peneliti mengenai pelayanan keluhan pelanggan yang diterapkan pada perusahaan tersebut. Data primer pasif dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi mengenai strategi pemasaran yang ada di perusahaan.

Jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data sekunder internal dan sekunder eksternal. Data sekunder internal berupa company profile, struktur organisasi, SOP perusahaan, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pelayanan keluhan pelanggan. Sedangkan data sekunder eksternal berupa buku-buku teori atau panduan yang berhubungan dengan pelayanan keluhan pelanggan.

Observasi dilakukan secara langsung dengan cara mengamati langsung dilapangan untuk memperoleh tambahan data yang dibutuhkan mengenai hubungan pelayanan pelanggan, sehingga hasil pengamatan tersebut dapat digunakan dalam penulisan laporan.

Kegiatan tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang dilakukan untuk memperoleh data primer yang belum diperoleh pada saat observasi.

Kuisisioner dilakukan melalui metode likert untuk mengukur penelitian. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2011:133) ukuran sample yang layak dalam penelitian adalah antara 30-500 sampel. Pada penelitian ini diambil sample sebesar 35 orang pengguna air PAM dan 15 pertanyaan yang bersangkutan dengan penelitian.

Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari informasi tambahan dari buku-buku dipergustakaan mengenai persediaan bahan baku yang digunakan untuk membahas apa yang ditemui oleh peneliti dalam penelitian.

Teknik yang digunakan adalah evaluasi ekpada perusahaan tentang pelayanan keluhan pelanggan dengan membandingkan antara literatur dengan pelayanan keluhan pelanggan.

Menurut Sugiyono (2013:137) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi skor, misalnya :

Tabel 1. Skor Analisis Skala Likert

No	Ket	Skor
1	SS	5
2	S	4
3	N	3
4	TS	2
5	STS	1

Sumber : Sugiyono (2013:137)

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
N	= Netral
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

Berikut kriteria interpretasi skor berdasarkan interval:

Tabel 2. Tabel Presentase Nilai

Jawaban	Keterangan
0 % - 19,99%	Sangat (tidak Setuju, Buruk atau kurang sekali)
20% - 39,99%	Tidak setuju atau kurang baik
40% - 59,99%	Cukup atau netral
60% - 79,99%	Setuju, baik atau suka
80% - 99,99%	Sangat ( setuju, baik, suka)

Sumber : Sugiyono (2013:137)

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Pelayanan Keluhan Pelanggan

Proses pelayanan keluhan pelanggan terdiri dari beberapa proses, adapun penjelasan secara rincinya sebagai berikut :

##### a) Pelanggan Datang

Pada PDAM Tirta Bhagasasi Cabang Pondok Ungu, kantor ini memberikan pelayanan yang dibutuhkan pada pelanggannya. PDAM Tirta Bhagasasi membantu masyarakat dalam kebutuhan air untuk kegiatan sehari-hari dan membantu masalah yang dialami dalam penggunaan air oleh PDAM. Pelanggan atau calon konsumen yang datang ke PDAM yaitu pelanggan dari pengguna air, atau calon pengguna air. Pelanggan yang memiliki masalah dalam penggunaan air, datang ke kantor untuk mengajukan pengaduan dengan membawa "id" atau nomor sambung pelanggan atau alamat rumah, yang berfungsi sebagai tanda bukti pengguna air PDAM. Pelanggan atau calon konsumen yang datang ini berkaitan dengan reliability. *Reliability* yaitu kemampuan PDAM dalam memberikan pelayanan yang tepat kepada calon pelanggan atau konsumen.

##### b) Mendaftar

PDAM Tirta Bhagasasi melayani untuk semua masyarakat dalam kebutuhan air. Calon konsumen langsung mendaftar ke bagian Umum dan Hubungan Pelanggan dengan memberitahu alamat untuk dilakukan. Hubungan Pelanggan dengan memberitahu alamat untuk dilakukan pengecekan jaringan pipa yang tersedia ke alamat tersebut agar dapat dihitung berapa besar biaya yang harus dibayarkan. Pelanggan yang memakai air namun sudah terputus, langsung memberikan nomor sambung untuk dilakukannya pengecekan terhadap pelunasan, setelah dibayarkan biaya yang tertunggak atau tidak memiliki tunggakan tetapi hanya terputus, data diinput dan dinyatakan kembali menjadi pengguna atau pelanggan air PDAM,

pemasangan kembali dilakukan setelah SPK keluar dalam 14 hari kerja tanpa dikenakan biaya apapun dan nomor sambung kembali aktif untuk mengetahui besar tagihan yang harus dibayarkan pada pemakaian setiap bulan. Calon pelanggan diberikan bukti surat terima bahwa sudah melakukan pendaftaran untuk menjadi pelanggan air PDAM, agar bisa melakukan komplain atau pengecekan apabila tidak ada tindakan yang dilakukan dari pihak PDAM terhadap pelanggan dari keterlambatan pemasangan yang sudah mengajukan pada 14 hari kerja. Pelanggan yang memiliki masalah terhadap pemakaian air PDAM, datang melapor ke bagian umum dan hubungan langganan melakukan pengaduan atas keluhan atau masalah yang dialami pelanggan untuk ditindak lanjuti, dan bagian tersebut menjelaskan secara langsung atas pengaduan tersebut atau membuat laporan untuk ditindaklanjuti oleh bagian teknis. Bagian ini, PDAM melakukan kuisisioner untuk melakukan survey tentang pandangan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan serta mengukur kinerja karyawan. Pada pelayanan jasa, pelanggan atau konsumen yang mendaftar ini dikategorikan ke dalam daya tangkap (*responsiveness*) dan bukti fisik pada bagian Umum dan Hubungan Pelanggan yang bertugas membantu para pelanggan atau konsumen yang datang ke PDAM Tirta Bhagasasi, bagian ini menjelaskan tentang bagaimana tindakan terhadap keluhan yang disampaikan, baik dijawab secara langsung atau dilakukan pengecekan oleh pihak teknis, informasi tentang syarat menjadi pelanggan yang ingin mendaftarkan sebagai pengguna air dan fasilitas yang disediakan untuk konsumen, serta informasi tentang penyambungan kembali air yang sudah terputus. Bukti surat terima yang diberikan oleh pihak PDAM merupakan bentuk dari bukti langsung (*tangibles*) yang diberikan kepada pelanggan sebagai pelanggan air PDAM, yang bisa digunakan untuk bukti apabila terjadi kesalahan atau keterlambatan pemasangan.

c) Perencanaan dan Tindakan Perbaikan

PDAM tirta Bhagasasi memberikan jaminan kepada para pelanggan atas pelayanan terhadap keluhan yang diajukan pelanggan kepada PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan. PDAM memberikan kepercayaan terhadap pelanggan dalam penggunaan air PAM, pihak PDAM memiliki wewenang dalam memutuskan, menagih dan menyambung sesuai data yang ada. Teknisi yang diberikan data tentang keluhan pelanggan dari bagian umum dan hubungan pelanggan mengenai keluhan yang dilaporkan, melakukan pemeriksaan dengan datang langsung ke alamat yang dicantumkan. Pemeriksaan dilakukan satu atau dua hari kerja setelah dilaporkannya keluhan. Hasil pemeriksaan yang harus dilakukan pergantian, revisi disebabkan adanya kerusakan, ketidakakuratan meteran, kelebihan angka dan sebagainya langsung dilaporkan ke kantor pusat melalui input data ke kantor pusat dengan menyertakan keterangan apa yang terjadi dilapangan saat pengecekan untuk ditindaklanjuti, dan kantor pusat memberikan keputusan atas masalah atau keluhan yang sudah diperiksa oleh bagian teknis yang dikirim ke kantor cabang tempat pelanggan melapor untuk diselesaikan dengan mendatangi kembali alamat pelapor keluhan serta melakukan dan menginformasikan tentang keputusan pusat. PDAM Tirta Bhagasasi cukup baik dalam mengenal pelanggan, serta pendengar yang baik apabila pelanggan mempunyai masalah atau keluhan dalam penggunaan air. PDAM menciptakan rasa nyaman, aman dan cepat dalam melayani kepada para pelanggannya sehingga pelanggan merasa percaya terhadap PDAM Tirta Bhagasasi. Keluhan yang dialami oleh pelanggan, ditanggung oleh pihak PDAM, dari fasilitas fisik, seperti pipa yang rusak, meteran tidak berfungsi dengan baik dan

kebocoran dari pipa PDAM. Daya tanggap (*responsiveness*) dilakukan PDAM untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, teknisi yang datang ke alamat pengadu melakukan pengecekan langsung terhadap keluhan yang dilaporkan, dengan memperbaiki langsung apabila terjadi kerusakan dan mengecek apakah fasilitas yang diberikan oleh PDAM masih layak digunakan atau sudah harus diganti dengan yang baru.

d) Pencatatan Data Perbaikan

Setelah pemeriksaan dilakukan, teknisi melaporkan kembali kepada bagian umum bahwa sudah dilakukan pemeriksaan dengan memberikan bukti surat complain yang diberikan ke pelanggan dengan ditanda tangani pelanggan dan teknisi untuk diarsipkan dan dinyatakan sudah dikerjakan guna sebagai bukti kepada pelanggan. Laporan tersebut diinput untuk diberikan keterangan sudah dikerjakan dan didata pada laporan bulanan. Laporan bulanan dijadikan evaluasi terhadap kinerja pihak PDAM dalam melayani pelanggan, melihat fasilitas yang diberikan sudah mencapai maksimal atau belum pada saat digunakan oleh pelanggan. Fasilitas yang mengalami kerusakan dengan jumlah yang banyak akan dilakukan evaluasi kembali agar dapat menjadi ukuran pada penyediaan barang. Tujuan dari evaluasi fasilitas diantaranya untuk mengurangi kerusakan yang terjadi pada masyarakat yang baru ingin menggunakan jasa PDAM dalam pelayanan air dan mengurangi kerusakan pada pelanggan yang sudah terdaftar dengan melakukan pergantian baru terhadap barang yang sudah lama. Pada hal ini sesuai teori, PDAM menerapkan empati atau mencoba memahami dan mencari tahu kebutuhan pelanggan, dengan mengevaluasi setiap laporan yang terdaftar sehingga para pelanggan merasa dilayani secara keseluruhan, bukan hanya pada air tetapi pada fasilitas barang yang menjadi saluran mengalirkan air pada pelanggan.

### 3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Pelanggan

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 35 orang terhadap item pernyataan kepuasan pelanggan sebanyak 15 item. Dari kuisioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden sebagai berikut :

Tabel 3. Kuisioner Terhadap Pelanggan.

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Jumlah karyawan yang memadai sesuai dengan jumlah pengunjung yang datang	13	12	7	3	-
2	Karyawan yang cakap dan handal dalam memberikan informasi	9	18	6	1	1
3	Pelayanan di kantor hubungan pelanggan tidak terlalu panjang antriannya	8	13	11	3	-
4	Pelayanan ramah dari karyawan kepada pelanggan yang datang	9	17	7	1	1
5	Karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan yang datang	11	16	5	1	2
6	Tidak ada kekeliruan pada saat proses penjelasan	7	11	13	2	2
7	Ruang pelayanan pelanggan yang memadai	7	7	15	6	-
8	Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan	8	15	9	2	1
9	Design kantor yang menarik	6	17	5	7	-
10	Karyawan mendengar dan menerima keluhan pelanggan	7	18	8	1	1
11	Karyawan selalu mengucapkan selamat datang pada pelanggan yang datang	9	12	11	3	-
12	Karyawan selalu mengucapkan terima kasih saat konsumen pulang	6	15	7	6	1

13	Karyawan cepat merespon kepada pelanggan yang membutuhkan	9	11	10	3	2
14	Karyawan selalu minta maaf apabila terjadi kesalahan	9	17	4	3	2
15	Karyawan selalu cekatan dalam membantu pelanggan dalam pengaduan	7	15	6	4	3
<b>Total</b>		125	214	124	46	16

Sumber : Hasil Penelitian (2016)

Ket :

1. 1 sampai dengan 3 pertanyaan terhadap *reliability*.
2. 4 sampai dengan 6 pertanyaan terhadap *assurance*.
3. 7 sampai dengan 9 pertanyaan terhadap *tangibles*.
4. 10 sampai dengan 12 pertanyaan terhadap *emphaty*.
5. 13 sampai dengan 15 pertanyaan terhadap *responsiveness*.
6. 35 orang x 15 ceklis = 525 akan tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS, 125 ceklis pada kolom SS, 214 ceklis pada kolom S, 123 ceklis pada kolom N, 46 ceklis pada kolom TS, 17 ceklis pada kolom STS.

Dalam kuisioner tersebut, dimensi kualitas jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

a) *Reliability*

Pada bagian ini, pertanyaan yang berhubungan dengan realibility adalah nomor 1 sampai dengan 3, dengan jumlah ceklis SS = 30, S = 43, N = 24, TS = 7, STS = 1 dari 35 orang. Dari data tersebut pada perhitungan dengan dikalikan (x) dengan skor yang diberikan pada masing-masing jawaban sebagai berikut 3 pertanyaan x 35 orang = 105, ceklis tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS.

$$\begin{aligned}
 \text{SS} &= 30 \times 5 = 150 \\
 \text{S} &= 43 \times 4 = 172 \\
 \text{N} &= 24 \times 3 = 72 \\
 \text{TS} &= 7 \times 2 = 14 \\
 \text{STS} &= 1 \times 1 = \frac{1}{409}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor ideal dari 3 item = 105x5 = 525

$$409/525 \times 100\% = 77,9\% \text{ dibulatkan } 78\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan bahwa pihak PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan mampu memberikan rasa puas dalam pelayanan yang segera serta akurat kepada pelanggan yang dominan berpendapat setuju dengan hasil persentase 78%.

b) *Assurance*

Pada bagian ini, pertanyaan yang berhubungan dengan assurance adalah nomor 4 sampai dengan 6, dengan jumlah ceklis SS = 27, S = 44, N = 25, TS = 4, STS = 5 dari 35 orang. Dari data tersebut pada perhitungan dengan dikalikan (x) dengan skor yang diberikan pada masing-masing jawaban sebagai berikut 3 pertanyaan x 35 orang = 105, ceklis tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS.

$$\begin{aligned}
 \text{SS} &= 27 \times 5 = 135 \\
 \text{S} &= 44 \times 4 = 176 \\
 \text{N} &= 25 \times 3 = 75 \\
 \text{TS} &= 4 \times 2 = 8 \\
 \text{STS} &= 5 \times 1 = \frac{5}{399}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor ideal dari 3 item adalah  $105 \times 5 = 525$

$$399/525 \times 100\% = 76\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan bahwa pihak PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan mampu memberikan rasa nyaman dan sikap yang dipercaya oleh pelanggan yang dominan berpendapat setuju dengan hasil persentase 76%.

c) *Tangibles*

Pada bagian ini, pertanyaan yang berhubungan dengan tangibles adalah nomor 7 sampai dengan 9, dengan jumlah ceklis SS = 21, S = 33, N = 29, TS = 14, STS = 1 dari 35 orang. Dari data tersebut pada perhitungan dengan dikalikan (x) dengan skor yang diberikan pada masing-masing jawaban sebagai berikut 3 pertanyaan x 35 orang = 105, ceklis tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS

$$\begin{array}{rcl} \text{SS} & = & 21 \times 5 = 105 \\ \text{S} & = & 39 \times 4 = 156 \\ \text{N} & = & 29 \times 3 = 87 \\ \text{TS} & = & 15 \times 2 = 28 \\ \text{STS} & = & 1 \times 1 = \underline{1} \\ & & 377 \end{array}$$

Jumlah skor ideal dari 3 item =  $105 \times 5 = 525$ .

$$377/525 \times 100\% = 71,8\% \text{ dibulatkan } 72\%.$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pihak PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan dapat diterima oleh para pelanggan dalam menyediakan sarana komunikasi dan informasi, kerapihan karyawan serta memadai ruang pelayanan yang digunakan bagi para pelanggan pada pengaduan atau keluhan yang diajukan kepada bagian Umum dan Hubungan Pelanggan yang dominan berpendapat setuju dengan hasil persentase 72%.

d) *Emphaty*

Pada bagian ini, pertanyaan yang berhubungan dengan *emphaty* adalah nomor 10 sampai dengan 12, dengan jumlah ceklis SS = 22, S = 45, N = 26, TS = 10, STS = 2 dari 35 orang. Dari data tersebut pada perhitungan dengan dikalikan (x) dengan skor yang diberikan pada masing-masing jawaban sebagai berikut: 3 pertanyaan x 35 orang = 105, ceklis tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS.

$$\begin{array}{rcl} \text{SS} & = & 22 \times 5 = 110 \\ \text{S} & = & 45 \times 4 = 180 \\ \text{N} & = & 26 \times 3 = 78 \\ \text{TS} & = & 10 \times 2 = 20 \\ \text{STS} & = & 2 \times 1 = \underline{2} \\ & & 390 \end{array}$$

Jumlah skor ideal dari 3 item =  $105 \times 5 = 525$ .

$$390/525 \times 100\% = 74,3\% \text{ dibulatkan } 74\%.$$

Hasil perhitungan, menunjukkan bahwa pihak PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan cukup dalam berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan serta perhatian kepada pelanggan yang dominan berpendapat setuju dengan hasil persentase 74%.

e) *Responsiveness*

Pertanyaan yang berhubungan dengan responsiveness adalah nomor 13 sampai dengan 15, dengan jumlah ceklis SS = 25, S = 43, N = 20, TS = 10, STS = 7 dari 35 orang. Data tersebut pada perhitungan dengan dikalikan (x) dengan skor yang

diberikan pada masing-masing jawaban sebagai berikut: 3 pertanyaan x 35 orang = 105, ceklis tersebar pada kolom SS, S, N, TS, STS.

$$\begin{array}{rcl} \text{SS} & = & 25 \times 5 = 125 \\ \text{S} & = & 43 \times 4 = 172 \\ \text{N} & = & 20 \times 3 = 60 \\ \text{TS} & = & 10 \times 2 = 20 \\ \text{STS} & = & 7 \times 1 = \underline{7} \\ & & \hline & & 384 \end{array}$$

Jumlah skor ideal dari 3 item =  $105 \times 5 = 525$

$384/525 \times 100\% = 73,14\%$  dibulatkan 73%

Hasil perhitungan, menunjukkan bahwa pihak PDAM bagian Umum dan Hubungan Pelanggan dapat diterima oleh para pelanggan dalam membantu pelanggan serta tanggap saat melayani kepada pelanggan yang dominan berpendapat setuju dengan hasil persentase 73%.

Hasil perhitungan keseluruhan dari kuisioner diatas dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban dengan dikali (x) skor yang ditetapkan pada setiap jawaban dari pelanggan. Skor yang ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Perhitungan Keseluruhan Kuisioner.

No.	Ket.	Jumlah Checklist	Skor	Hasil
1	SS	125	5	625
2	SS	214	4	856
3	N	124	3	372
4	TS	46	2	92
5	STS	16	1	16
<b>TOTAL</b>				<b>1961</b>

Sumber: Hasil Penelitian (2016)

Jumlah skor ideal untuk seluruh item adalah  $5 \times 25 = 2625$  (apabila semua menjawab SS), sedangkan skor yang diperoleh dari penelitian hasil kuisioner = 1961. Jadi berdasarkan data tersebut maka tingkat persetujuan terhadap pelayanan pelanggan =  $(1961:2625) \times 100\% = 74,7\%$  dibulatkan menjadi 75% dari yang diharapkan 100%.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di PDAM Tirta Bhagasasi cabang Pondok Ungu Bekasi yang beralamat di Jl. Pejuang Jaya no. 1 Bekasi Utara selama 2 bulan terhitung mulai 13 September sampai dengan 13 November 2016, dapat kita ambil kesimpulan bahwa PDAM senantiasa berupaya untuk memberikan layanan dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jasa yang berkualitas dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, serta membangun komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan atau konsumen. Adapun pernyataan-pernyataan responden atau pelanggan mengenai layanan pelanggan dapat dilihat pada jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti dan pernyataan ini membentuk skala Likert, dimana skala Likert ini dapat digunakan untuk mengukur sikap dengan masing-masing dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai berikut:

*Reliability* pada pelayanan bagian Umum dan Hubungan Pelanggan menunjukkan bahwa pelaksanaannya dilakukan dengan cukup baik karena sesuai perhitungan hasil kuisioner dengan hasil 77,9 % dibulatkan 78 %.

*Assurance* pada pelayanan bagian Umum dan Hubungan Pelanggan menunjukkan bahwa perlu dipertahankan pelaksanaannya karena cukup sesuai dengan yang diharapkan para pelanggan dari hasil perhitungan kuisioner dengan hasil 76%.

*Tangibles* pada pelayanan bagian Umum dan Hubungan Pelanggan menunjukkan bahwa dapat diterima oleh para pelanggan sesuai perhitungan kuisioner dengan hasil 72 %.

*Emphaty* pada pelayanan bagian Umum dan Hubungan Pelanggan menunjukkan bahwa telah dapat dilaksanakan dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan sesuai perhitungan kuisioner dengan hasil 74%.

*Responsiveness* pada pelayanan bagian Umum dan Hubungan Pelanggan menunjukkan bahwa dapat diterima oleh para pelanggan sesuai dengan perhitungan kuisioner dengan hasil 73%.

### Referensi

- Ariani D W. 2003. Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif. Jakarta (ID):Ghalia Indonesia.
- Koestanto TH. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 10. Surabaya (ID): Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Kotler P, Kevin LK. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta (ID): PT Gelora Aksara Pratama.
- Sudaryono. 2014. Perilaku Konsumen dalam perspektif pemasaran. Jakarta (ID): Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung (ID): Alfabeta.
- Tjiptono F, Chandra G. 2011. Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta (ID): CV Andi Offset.
- Tunggal AW. 2011. Kamus MBA. Jakarta (ID): Sinar Grafika Offset.