

## **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA DENPASAR**

Ni Putu Neni Purwanti<sup>1</sup>, Ketut Kirya<sup>1</sup>, Wayan Bagia<sup>2</sup>

Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: {[neni2509@ymail.com](mailto:neni2509@ymail.com)<sup>1</sup>, [Ketutkirya@yahoo.co.id](mailto:Ketutkirya@yahoo.co.id)<sup>1</sup>,  
[wayan.bagia@yahoo.co.id](mailto:wayan.bagia@yahoo.co.id)<sup>2</sup>}@undiksha.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) harapan pelanggan, (2) perasaan pelanggan, (3) kualitas pelayanan, (4) perbedaan pelayanan yang dirasakan dengan yang dirasakan pada PDAM Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan pelayanan dan objeknya adalah kualitas pelayanan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner (angket) dan dianalisis secara deskriptif. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harapan pelanggan berada pada kategori sangat penting, (2) perasaan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar secara total berada pada kategori puas, (3) kualitas pelayanan pada PDAM Kota Denpasar berada pada kategori baik dan (4) ada kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan PDAM Kota Denpasar. Sehingga perusahaan tetap perlu memperbaiki aspek-aspek yang menjadi komponen kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan menjadi yang lebih baik.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan

### **Abstract**

This study aims at investigating of this study were (1) to know the customer's expectation, (2) the customer's feeling, (3) the service quality, (4) the difference service quality in PDAM Denpasar. The study it self utulized the descriptive reserach. The subject of the study were the customers who used the service in PDAM Denpasar, and the object was the quality of service in PDAM Denpasar. Then, the data gathered used questionnaire and analyzed by descriptively. The result of the study showed that (1) the customer's feeling was categorized as very important, (2) the customer's feeling trough the PDAM's service is categorized as satisfied, (3) the service quality in PDAM Denpasar was categorized as good, (4) there was a gap between customer's need and customer's feel. So, the PDAM need to remanage the components of service to increase the service quality become the better one.

**Key word:** service quality

## PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan pokok sehari-hari makhluk hidup yang tidak dapat terpisahkan adalah air. Air memiliki peranan penting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Tersedianya air yang memadai akan mendorong perkembangan sektor pembangunan di masyarakat. Dalam UUD 45 Pasal 33 disebutkan antara lain bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara untuk digunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Pasal ini merupakan landasan filosofis untuk menentukan bagaimana pengelolaan sumber daya alam, termasuk sumber daya air, dalam kehidupan bernegara. Sebagai perwujudannya, penyediaan sebagian besar kebutuhan air bersih di Indonesia dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), yang terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya di seluruh Indonesia.

PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyediaan air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh badan eksekutif maupun legislatif. PDAM sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola sistem penyediaan air bersih serta melayani semua kelompok konsumen dengan harga yang terjangkau.

Kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada konsumen menentukan loyalitas konsumen maupun kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi suatu yang wajib dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 2001). Bila

harapan pelanggan dilampaui oleh pelayanan yang dirasakan maka kualitas pelayanan sangat berkualitas (*quality superior*).

Bila pelayanan yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak memuaskan (*unacceptable quality*). Bila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan (*satisfactory quality*). Perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan yang dirasakan akan terbentuk kesenjangan dalam pelayanan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan. Menurut Purnama (2004:23) organisasi dalam merumuskan strategi dan program pelayanan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

Penelitian akan dilakukan di organisasi layanan masyarakat yaitu PDAM Kota Denpasar belum dapat memuaskan pelanggan atau konsumennya. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempermudah pelanggan untuk menyampaikan keluhan-keluhan atau saran yang akan diberikan kepada PDAM Kota Denpasar, maka PDAM telah menyediakan sarana *online* dengan alamat <http://pdam.denpasarkota.go.id>.

Permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan PDAM kota Denpasar berdasarkan kenyataan yang terjadi yaitu pertama, pelanggan mengeluhkan pemasangan pipa saluran air yang dilakukan dan dikerjakan oleh pegawai PDAM penyelesaiannya cenderung lambat. Lubang setelah penggalian pemasangan pipa saluran air PDAM hanya ditutup begitu saja dengan tanah sehingga ada kemungkinan permukaan tanah dari lubang yang ditutup tersebut menjadi amblas, dan tanah sisa untuk menutup lubang dibiarkan ada di pinggir jalan. Hal tersebut sangat mengganggu kenyamanan masyarakat kota Denpasar mengingat area yang digali itu merupakan tempat yang padat penduduk.

Kedua, pelanggan mengeluhkan tentang penambahan percabangan pipa air yang dikatakan akan menambah besar debit air yang mengalir setiap hari ternyata tidak seperti yang disampaikan. Saat ada warga yang melaporkan keluhan-keluhan yang dirasakan, pihak PDAM menerima dan menanggapi keluhan-keluhan tersebut dan berjanji akan segera melakukan penanganan, namun penanganan yang diberikan oleh PDAM cenderung lambat dan tidak sesuai dengan penanganan yang dijanjikan. Ketiga, pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan PDAM karena air yang masuk ke rumah-rumah warga volumenya kecil dan di beberapa rumah air tidak mengalir sampai satu minggu. Tidak hanya pada musim kemarau, pada musim penghujan masyarakat juga tidak mendapat pasokan air dengan baik dari PDAM. Air yang sering mati dan tidak mengalir dengan baik, diikuti dengan pembayaran tagihan air yang terus membengkak.

Keluhan dan kritikan kualitas pelayanan dari masyarakat yang disebutkan di atas dapat membuat citra PDAM kota Denpasar menjadi kurang baik. Pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Terciptanya kualitas layanan yang baik kepada pelanggan akan menciptakan kepuasan terhadap layanan. Kepuasan layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu (1) bagaimana harapan pelanggan terhadap kualitas pada pelayanan PDAM Kota Denpasar, (2) bagaimana pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan PDAM Kota Denpasar, (3) bagaimana kualitas pelayanan pada PDAM Kota Denpasar, dan (4) apakah ada kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang didapatkan dengan

pelayanan yang diharapkan pelanggan PDAM Kota Denpasar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) harapan pelanggan, (2) perasaan pelanggan, (3) kualitas pelayanan PDAM Kota Denpasar, dan (4) kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang didapatkan dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan PDAM Kota Denpasar.

Kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan suatu upaya untuk memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dua faktor yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu (1) *expected service* (pelayanan yang diharapkan) dan (2) *perceived service* (pelayanan yang dirasakan) oleh pelanggan. Lupiyoadi (2001:147) memaparkan ada lima prinsip dimensi kualitas pelayanan yang digunakan oleh konsumen atau tamu untuk menilai kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah (1) *tangibles* (tampilan fisik), (2) *reliability* (kehandalan), (3) *responsiveness* (ketanggapan), (4) *assurance* (jaminan), dan (5) *empathy* (empati).

Dimensi *tangible* ini meliputi: (a) kemuktahiran peralatan, teknologi, dan kondisi sarana, (b) kondisi sumber daya perusahaan, (c) keselarasan fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan. Lupiyoadi (2001), mengatakan keajegan atau kehandalan mencakup: (a) kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun, (b) kehandalan perusahaan dalam penyampaian jasa, (c) ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan, dan (d) keakuratan penanganan dokumen oleh perusahaan. *Responsiveness* pada dasarnya mencakup beberapa indikator yaitu (a) kecepatan dan ketepatan pelayanan, (b) kejelasan informasi dan penyampaian jasa, (c) kesediaan staf untuk membantu kesulitan konsumen, dan (d) keluangan waktu para staf guna menanggapi permintaan konsumen. Dimensi *assurance* menurut Lupiyoadi (2001) dalam memberikan pelayanan, mencakup: (a) kemampuan sumber daya manusia, (b) rasa aman selama menerima layanan dari staf, (c) kesabaran pegawai, dan (d) dukungan pimpinan terhadap tugas staf. *Empathy* akan meliputi unsur-unsur yang menyangkut kemudahan mengadakan

hubungan, komunikasi yang baik dengan pihak pengelola, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan para pelanggan (Tjiptono, 2001:70).

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *Servqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman et al (1988:25). *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*). *Perceived service* adalah jasa yang dirasakan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan penyedia jasa. Berdasarkan uraian penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah ada kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang didapatkan dengan pelayanan yang dirasakan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima melebihi apa yang diinginkan, maka pelayanan tersebut dikatakan sangat memuaskan, sedangkan jika yang diterima kurang dari yang diinginkan pelanggan, maka pelayanan tersebut dikatakan tidak memuaskan atau tidak berkualitas dan apabila pelayanan diterima sama dengan yang diinginkan, maka pelayanan dapat dikatakan memuaskan (Lupiyoadi, 2001).

Pengukuran kualitas pelayanan pada dasarnya jauh lebih sulit dilaksanakan bila dibandingkan dengan pengukuran pada kualitas produk yang bersifat fisik. Karakteristik yang menyangkut masalah pelayanan sering menyulitkan untuk mengetahui hal-hal yang dapat dipakai sebagai determinasi kualitas pelayanan. Permasalahan ini muncul sebagai akibat terjadinya kesenjangan yang menyebabkan perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan ini antara manajemen sebagai pengguna jasa. Mengukur kualitas pelayanan berarti membandingkan kinerja suatu pelayanan atau jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *Servqual* (*Service Quality*) yang

dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988:25).

Pengukuran kualitas pelayanan model *servqual*, dimana responden tinggal memilih derajat kesetujuan atau ketidaksetujuan atas pernyataan mengenai penyampaian kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan prima juga dipengaruhi oleh penilaian-penilaian yang bersifat *intangibile* (tidak berwujud) seperti emosi pada saat berhubungan dengan sebuah produk maupun jasa. Luapan emosi antara lain oleh perasaan puas maupun tidak puas dalam mempersepsi produk atau jasa. Sesuai dengan pernyataan Peter (2001:158) bahwa pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Adapun penelitian-penelitian yang relevan yang digunakan sebagai perbandingan dalam penelitian ini sebagai berikut. (1) Penelitian yang dilakukan oleh Nurcaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kesenjangan (*gap*) terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit dengan yang diharapkan pasien. Kesenjangan terjadi pada semua rumah sakit dan untuk kelima dimensi kualitas pelayanan (*tangibles* atau tampilan fisik, *reliability* atau kehandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan, *empathy* atau empati).

(2) Penelitian yang dilakukan oleh Lestari. Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan yang telah dirasakan oleh pelanggan di kantin FIS Undiksha Singaraja secara total berada pada kategori kurang baik. Sedangkan per dimensi dan per indikator ada beberapa aspek yang berada pada kategori buruk. Dan ketiga, kualitas pelayanan pada kantin FIS secara total berada pada kategori kurang baik. Sedangkan per dimensi, sebanyak empat dari lima dimensi yang ada berada pada kategori kurang baik kecuali dimensi *empathy* yang berada pada kategori baik.

Hipotesis penelitian adalah ada kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang didapatkan dengan pelayanan yang dirasakan pelanggan.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif. Objek pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan subjeknya yaitu pelanggan PDAM Kota Denpasar. Jenis data penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang didapatkan pelanggan. Data didapatkan dari teknik kuisioner dan dianalisis secara deskriptif. Dimensi yang dilibatkan dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi yaitu aspek tampilan fisik (*tangibles*), aspek kehandalan (*reliability*), aspek ketanggapan (*responsiveness*), aspek jaminan (*assurance*), aspek empati (*empathy*). Hubungan antar dimensi memiliki hubungan sebab akibat dalam setiap dimensi karena antara aspek *tangibles*, aspek *reliability*, aspek

*responsiveness*, aspek *assurance*, aspek *empathy* memiliki hubungan yang erat karena kelima dimensi tersebut menjadi tolak ukur dari kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut akan mempengaruhi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Harapan, Perasaan, Kualitas Pelayanan, dan Kesenjangan (Gap)**

Hasil penelitian mengenai harapan, perasaan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kesenjangan (*gap*) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar dapat dilihat pada Tabel 01 dan Tabel 02.

Tabel 01 Pelayanan yang Dirasakan, Diharapkan, Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar

No	Dimensi	Pelayanan yang diharapkan		Pelayanan yang dirasakan		Kualitas pelayanan	
		Skor	kategori	Skor	kategori	Skor	Kategori
1	<i>Tangibles</i>	9.104	Sangat Penting	8.480	Sangat puas	0,931	Sangat Baik
2	<i>Reliability</i>	9.628	Sangat Penting	6.839	Puas	0,710	Baik
3	<i>Responsiveness</i>	9.618	Sangat Penting	6.810	Puas	0,708	Baik
4	<i>Assurance</i>	9.603	Sangat Penting	5.634	Kurang puas	0,586	Kurang baik
5	<i>Empathy</i>	9.648	Sangat Penting	8.404	Sangat puas	0,871	Sangat Baik
	Total	47.601	Sangat Penting	36.167	Puas	0,759	Baik

Tabel 02 Hasil Uji *Wilcoxon*

<i>Test Statistics<sup>b</sup></i>	
Z	Perasaan – Harapan
Asymp. Sig. (2-tailed)	-17,189 <sup>a</sup> ,000

Untuk mengetahui harapan konsumen maka setiap dimensi ditanyakan kepada konsumen apakah dimensi-dimensi tersebut penting diperhatikan PDAM Kota Denpasar untuk mendukung kepuasan pelanggan. Skor per dimensi mengenai harapan pelanggan pada Tabel 01 diperoleh dari penjumlahan skor jawaban responden atas pertanyaan mengenai pentingnya indikator masing-masing dimensi untuk diperhatikan dalam upaya memenuhi harapan kepuasan pelanggan. Pertanyaan menggunakan lima alternatif jawaban yaitu (1) sangat penting dengan skor 5, (2) penting dengan skor 4, (3) kurang penting dengan skor 3, (4) tidak penting dengan skor 2, dan (5) sangat tidak penting dengan skor 1. Total dari skor tersebut akan dibandingkan dengan rentang skor harapan sehingga dapat diketahui harapan pelanggan terhadap pelayanan per dimensi yang diberikan oleh PDAM Kota Denpasar.

Hasil skor pada Tabel 01 di atas menunjukkan semua variabel secara keseluruhan berada pada kategori sangat penting, yang artinya pelanggan mengharapkan pelayanan yang sangat memuaskan, oleh karena itu dimensi - dimensi pendukung yang dapat menciptakan pelayanan yang sangat memuaskan sesuai harapan pelanggan, sangat penting diperhatikan dalam arti pengelolannya disesuaikan dengan keinginan para pelanggan. Semua skor masing-masing dimensi berada pada rentang klasifikasi 8.401-10.000. Total skor harapan pelanggan terhadap pelayanan sebesar 47.601 yang berada pada kategori sangat penting dengan rentang klasifikasi total 42.001-50.000. Jadi seluruh dimensi pelayanan secara total sangat penting diperhatikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan kepuasan pelanggan.

Perasaan pelanggan terbentuk dari pelayanan yang didapatkan dari PDAM Kota Denpasar yang dapat dilihat dari lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan terkadang tidak sesuai dengan harapan pelayanan yang diinginkan sehingga kepuasan pelanggan tidak akan terbentuk. Namun jika apa yang didapatkan sama atau

lebih dari yang dirasakan oleh pelanggan maka kepuasan pelayanan akan dapat diperoleh oleh para pelanggan.

Skor per dimensi mengenai perasaan pelanggan pada Tabel 4.1 diperoleh dari penjumlahan jawaban responden atas pertanyaan mengenai indikator masing-masing dimensi dengan menggunakan lima alternatif jawaban yaitu (1) sangat puas dengan skor 5, (2) puas dengan skor 4, (3) kurang puas dengan skor 3, (4) tidak puas dengan skor 2, dan (5) sangat tidak puas dengan skor 1. Total dari skor tersebut akan dicocokkan dengan rentang skor sehingga dapat diketahui perasaan pelanggan terhadap pelayanan per dimensi yang diberikan oleh PDAM Kota Denpasar. Skor pada Tabel 01 menunjukkan bahwa perasaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar secara keseluruhan berada pada kategori puas, dengan total skor harapan konsumen terhadap pelayanan perusahaan sebesar 36.167 yang berada pada kategori rentang klasifikasi total 34.001 – 42.000.

Pada Tabel 01 dapat dilihat bahwa pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan PDAM Kota Denpasar pada satu dimensi yaitu *assurance*. Dimensi *assurance* tersebut skornya berada pada kategori kurang memuaskan yang rentang skornya berada pada 5.201-6800. Namun dari lima dimensi terdapat juga dua dimensi yang dirasakan sangat memuaskan oleh pelanggan PDAM Kota Denpasar yaitu dimensi *tangibles* dengan skor 8.480 dan *empathy* dengan skor 8.404 yang berada pada kategori rentang klasifikasi 8.401-10.000. Pada dimensi *reliability* dengan skor 6.839 dan *responsiveness* dengan skor 6.810 berada pada kategori memuaskan yang rentang skornya berada pada 6.801-8.400.

Dalam mengukur kualitas pelayanan, dapat dilakukan dengan dengan cara membandingkan antara pelayanan yang dirasakan dengan yang diharapkan oleh pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan melebihi dari apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan kualitas

pelayanan sangat baik. Jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan atau lebih kecil dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut tidak baik. Apabila pelayanan yang diterima sama dengan apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut tergolong baik. Dimensi yang dapat menciptakan harapan terhadap pelayanan yang sangat memuaskan sangat penting untuk diperhatikan sehingga harapan pelanggan dapat diwujudkan. Pelayanan sangat memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan skornya dapat dilihat secara total maupun per dimensi.

Dari Tabel 01, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan secara total dapat dikatakan baik karena hasil pembagian dari total perasaan dengan total harapan sebesar 0,759 yang masuk dalam rentang 0,61-0,80. Kualitas pelayanan secara total dikatakan baik tetapi PDAM Kota Denpasar tetap perlu memperhatikan dimensi-dimensi yang dianggap penting oleh pelanggan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan yang dapat membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dari lima dimensi yang diteliti, satu dimensi kualitas pelayanannya masuk dalam kategori kurang baik. Hal ini didukung dari hasil pembagian antara perasaan dan harapan pelayanan berada pada rentang 0,41-0,61 yaitu *assurance* sebesar 0,586.

Hasil pengolahan data untuk mencari kesenjangan antara harapan dengan perasaan melalui program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan SPSS Versi 16 dengan menguji dua sampel berpasangan dengan menggunakan rumus uji *Wilcoxon*.

Asymp.Sig 0,000 dalam Tabel 02 didapatkan dengan menguji skor harapan dan skor perasaan sehingga diketahui apakah terdapat kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Tabel 4.2 menunjukkan kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan dibuktikan dengan Asymp.Sig 0,000 lebih kecil dari 0,005. Hal ini berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  dengan kriteria jika  $Asymp.Sig < 0,005$ , artinya ada kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dirasakan.

## PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar memperoleh hasil berupa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PDAM Kota Denpasar seperti dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara keseluruhan berada pada kategori sangat penting. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurcaya yang menyatakan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan pada Rumah Sakit di Provinsi Bali berada pada kategori sangat penting. Jadi sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa harapan seseorang akan selalu lebih tinggi dibandingkan perasaan seseorang karena perubahan harapan seseorang akan selalu lebih cepat.

Kenyataan yang dirasakan oleh konsumen setelah memperoleh pelayanan dari PDAM Kota Denpasar seperti dimensi *assurance* berada pada kategori kurang puas, dimensi *reliability* dan *responsiveness* berada pada kategori memuaskan dan dimensi *tangible* dan *empathy* berada pada kategori sangat puas. Dilihat dari hasil penelitian yang sesuai dengan fakta pada tabel tersebut menunjukkan bahwa kenyataan yang dirasakan oleh konsumen terhadap pelayanan pada PDAM Kota Denpasar yang secara keseluruhan dapat dikatakan belum memenuhi harapan konsumen, karena dimensi *assurance* masih dalam kategori kurang puas. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari adalah pada dimensi *responsiveness* berada pada kategori memuaskan dan dimensi *assurance* masuk dalam kategori kurang memuaskan. Hal ini berarti pelayanan yang didapatkan pada dimensi tersebut belum memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurcaya menyatakan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan pada Rumah Sakit di Provinsi Bali berada dalam kategori memuaskan. Jadi sesuai dengan pernyataan Peter (2001:58) bahwa pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan terlampaui dan merasa tidak puas jika harapannya tidak terpenuhi.

Kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar secara total masuk dalam kategori memuaskan. Kualitas pelayanan pada dimensi *assurance* masuk dalam kategori kurang baik karena apa yang dirasakan oleh pelanggan kurang dari harapan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori Sugiarto (2004) yang menyatakan kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diharapkan konsumen. Suatu mutu atau kualitas disebut sangat baik jika penyediaan jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Mutu atau kualitas disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan mutu disebut jelek jika pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapannya.

Penelitian ini menemukan terdapat kesenjangan antara harapan dan perasaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM Kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.5 yang menunjukkan *Asymp. Sig. (2tailed)* adalah  $0,000 < 0,005$  sehingga diketahui adanya kesenjangan yang signifikan antara harapan dan perasaan pelanggan, yang harapan seseorang akan selalu lebih tinggi dibandingkan perasaan seseorang karena perubahan harapan yang selalu lebih cepat. Ini didukung oleh teori Sugiarto (2004) yang menyatakan bahwa pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan (*need & want*) dan apa yang diberikan (*given*). Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurcaya adalah menunjukkan adanya kesenjangan terhadap pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan pada kelima dimensi pelayanan.

Dengan demikian temuan penelitian yang dilakukan sekarang memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurcaya yang menyatakan adanya kesenjangan pada pelayanan yang dirasakan dan diharapkan. Penelitian ini juga memperkuat penelitian yang dilakukan Lestari yang menyatakan harapan

pelanggan terhadap pelayanan akan lebih tinggi dibandingkan perasaan pelanggan terhadap pelayanan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Harapan pelanggan terhadap pelayanan pada PDAM Kota Denpasar secara total berada pada kategori sangat penting, yang artinya pelanggan mengharapkan pelayanan yang sangat memuaskan, oleh karena itu dimensi - dimensi pendukung yang dapat menciptakan pelayanan yang sangat memuaskan sesuai harapan pelanggan, sangat penting diperhatikan dalam arti pengelolaannya disesuaikan dengan keinginan para pelanggan. Pelayanan yang telah dirasakan oleh para pelanggan PDAM Kota Denpasar secara total dinyatakan memuaskan. Sedangkan per dimensi terdapat satu dimensi yang berada pada kategori kurang memuaskan yaitu dimensi *assurance*. Hal ini mengimplikasikan bahwa perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar secara total berada pada rentang kriteria baik. Sedangkan per dimensi terdapat satu dimensi yang berada pada kategori kurang baik yaitu dimensi *assurance*. Ada perbedaan antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka dapat diajukan beberapa saran-saran sebagai berikut. Bagi PDAM disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi *assurance* dengan mengganti pipa penyalur air yang bocor sehingga dapat meningkatkan kualitas dan volume air yang disalurkan kepada pelanggan. Memberikan pelatihan kepada pegawai PDAM agar dapat membentuk sumber daya manusia yang berkualitas. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan



penelitian selanjutnya dengan topic yang sama tetapi menggunakan alat ukur kualitas pelayanan yang lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Muhtosim. 2005. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Bayumedia Publishing
- Budiastini. 2006. *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Palace Club Lounge di Nusa Dua Beach Hotel & Spa Bali dalam Mencapai Kepuasan Tamu*. Tugas Akhir (tidak diterbitkan). Jurusan D3 Manajemen Perhotelan. Universitas Pendidikan Ganesha
- Fitzsimmons, James A. and Mona J. Fitzsimmons. 2001. *Service Management Operation, Strategy, and Information Technology*. Boston: The McGrawHill Companies Inc
- Gronroos, Cristian. 2001. *Service Management and Marketing, A Costumer Relationship Management Approach*. New York: John Wiley and Sons
- Hope dan Muhlemann. 1997. *Service operation Management: Strategy, Design and Delivery*. Printice Hall
- Irawan, Handy. 2004. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Prenada Media
- Irwan, Hadi. 2004. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia
- Irianto, Agus. 2004. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenada Media
- Kashmir. 2005. *Etika Costumer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Lestari. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantin Fakultas Ilmu Sosial Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja*. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi. Universitas Pendidikan Ganesha
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Nurchaya, I Nyoman. 2010. "Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit di Provinsi Bali". Fakultas Ekonomi: Udayana. [Ejournal.unud.ac.id/abstrak/-3-naskahnurchaya.pdf](http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/-3-naskahnurchaya.pdf). (diakses pada 4 november 2012)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of The Service Quality*. Journal of Retailing. Vol. 64
- Peter Heron, John R. Whitman. 2001. *Delivering Satisfaction and Service Quality*. American Library Association: ALA Editions
- Purnama, Lingga. 2004. *Strategi Marketing Plan*. Jakarta: PT. Alfabeta
- Robbins, Stephen P. 1994. *Teori Organisasi: Struktur, Desain, dan Aplikasi*. Alih Bahasa Jusuf Udayana. Jakarta: Arcan
- Sucherly. 1998. *Manajemen Pemasaran Jasa (Service Marketing Management)*. Pelatihan Capability Development Program Skill Development Project. Jawa Barat: Fakultas Ekonomi Universitas Pasdjajaran
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Graha Ilmu
- Tatum, Fandy. 2001. *What is Quality Service?*. Tersedia pada <http://www.wisegeek.com/what-is->

quality-of-service.htm (diakses  
tanggal 4 november 2012)

Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*.  
Yogyakarta: Andy Yogyakarta

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian  
Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.  
Jakarta: PT. RajaGrafindo

Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa*. Jakarta:  
Gramedia

Zeithaml, Valarie A. Marie Jo Breitner.  
1996. *Service Marketing*. Singapura:  
The Mc.Graw-Hill Companies.