

**SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
PDAM INTAN BANJAR****Rifqi Amrulloh**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin

Jl. A Yani Km. 5,5 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

e-mail : [rifq\\_juve@yahoo.com](mailto:rifq_juve@yahoo.com)

**Abstract:** Rifqi Amrulloh, Management Major of Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, 2019, Public Satisfaction Survey On The Quality Of Service Of Pdam Intan Banjar, Supervisor 1 : Nurus Sjamsi, Supervisor 2 : Isra'ul Huda. The purpose of this study is to want to know the level of community satisfaction with the quality of service at the Regional Drinking Water Company (PDAM) Intan Banjar and based on these results, want to provide input that should be done by the management of PDAM Intan Banjar. The method used is quantitative descriptive analysis. This research was conducted using quantitative analysis. The results of the quantitative calculations obtained are presented in the form of a meaning-centered description. This study aims to explain the existing phenomena by using numbers to describe the characteristics of an individual or group. This research was conducted on 384 respondents of PDAM Intan Banjar customers and was conducted for 3 weeks. The results showed that the results of the community satisfaction survey at the Regional Drinking Water Company Intan Banjar were categorized as "GOOD" with a Community Satisfaction Index (IKM) score of 77.09, this means that the service that has been provided to the community is good, it is hoped that it will be further improved so that in the future it can be better from now on.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Public Satisfaction Survey, PDAM Intan Banjar

**Abstrak:** Rifqi Amrulloh, Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, 2019, Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Intan Banjar, Pembimbing 1 : Nurus Sjamsi, Pembimbing 2 : Isra'ul Huda. Tujuan dari penelitian ini adalah Ingin mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Intan Banjar dan berdasarkan hasil tersebut, ingin memberikan masukan yang seharusnya dilakukan oleh manajemen PDAM Intan Banjar. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. Hasil perhitungan kuantitatif yang diperoleh disajikan dalam bentuk deskripsi yang berpusat pada makna. Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka untuk menjabarkan karakteristik individu atau kelompok. Penelitian ini dilakukan terhadap 384 responden pelanggan PDAM Intan Banjar dan dilakukan selama 3 minggu. Hasil penelitian menunjukkan hasil survei kepuasan masyarakat pada Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar dikategorikan "BAIK" dengan skor Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) 77,09, ini berarti pelayanan yang telah diberikan kepada masyarakat sudah baik, diharapkan lebih ditingkatkan lagi agar kedepannya dapat lebih baik dari sekarang.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen, Survei Kepuasan Masyarakat, PDAM Intan Banjar

### **Latar Belakang**

Air merupakan kebutuhan pokok dan mendasar bagi semua makhluk hidup di dunia ini termasuk manusia. Tanpa air, manusia akan mengalami kesulitan dalam melangsungkan kehidupannya, untuk itu pengolahan dan pemrosesannya harus diatur dengan jelas sehingga dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Air adalah sumber daya nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, maka pengolahannya diatur dan dipegang oleh pemerintah. Hal tersebut sesuai dengan amanah dalam UUD 1945 Pasal 33 ayat (3), yang berbunyi sebagai berikut : “Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Salah satu aset pada pemerintah daerah yang mengelola penyediaan sarana dan prasarana air bersih yang berkualitas yaitu perusahaan daerah air minum (PDAM). Secara umum PDAM mempunyai misi yang tidak sama dengan perusahaan lain, hal ini disebabkan karena sebagai perusahaan daerah PDAM tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*Profit*) semata, namun PDAM juga dituntut mampu memberikan layanan yang prima dan kepuasan kepada pelanggannya. Setiap perusahaan yang menginginkan untuk tetap eksis dipasar harus senantiasa memperhatikan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas bukan hanya akan melakukan pembelian secara berulang (*re purchases*) tetapi juga mampu mendatangkan pelanggan baru (*new customer*) melalui *word of mouth*. Oleh karena itu perlu kiranya perusahaan mempertahankan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang baik (Utari,2010:139).

Berdasarkan amanat yang tertuang dalam UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik dimana pelayanan masyarakat harus memenuhi standarisasi yang telah di atur dalam ketentuan tersebut serta berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik secara berkelanjutan, perlu dilakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Penyelenggara pelayanan publik dalam hal ini adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Intan Banjar wajib melakukan survei Kepuasan Masyarakat secara berkala minimal 1 (satu) kali setahun, dimana survei dilakukan untuk memperoleh Indeks Kepuasan Masyarakat yang menggunakan indikator dan metodologi survei yang sudah ditentukan.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi, kemudahan mendapatkan suatu informasi dan tuntutan masyarakat dalam hal pelayanan, unit penyelenggara pelayanan publik dituntut agar dapat memenuhi harapan masyarakatnya. Pelayanan publik saat ini dirasakan belum memenuhi harapan masyarakat yang dapat diketahui dari berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa dan jejaring sosial. Tentunya keluhan tersebut apabila tidak segera ditangani akan memberikan dampak buruk bagi pemerintah dan menimbulkan ketidakpercayaan dari masyarakat. Salah

satu usaha untuk memperbaiki pelayanan publik adalah melakukan survei kepuasan masyarakat dan mengukur kepuasan masyarakat pengguna layanan.

Objek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Intan Banjar yang terletak di Jalan Pangeran Hidayatullah nomor 24 Banjarbaru dengan jumlah pelanggan saat ini mencapai 85.658. Ada beberapa alasan dalam pemilihan objek penelitian yaitu PDAM Intan Banjar merupakan perusahaan publik yang mempunyai peranan penting dalam menyediakan air bersih bagi masyarakat, selain itu PDAM Intan Banjar juga berperan khusus dalam menyumbang aset daerah bagi pemerintah kota Banjarbaru dan Kabupaten Banjar dan memberi sumbangan aset bagi negara pada umumnya. Demikian dapat dijelaskan bahwa PDAM Intan Banjar mempunyai peranan yang sangat besar bagi masyarakat sehingga menarik untuk dilakukan penelitian pada perusahaan tersebut. Banyaknya jumlah pelanggan PDAM Intan Banjar membuat perusahaan harus terus meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mencapai visi dan misi perusahaan.

Manajemen PDAM Intan Banjar telah melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti menyediakan layanan *call center* untuk pengaduan pelanggan, mempermudah pelayanan pelanggan dalam hal pembayaran rekening air maupun pemasangan baru, layanan kendaraan tangki air keliling, aplikasi untuk pelanggan yang bisa diakses melalui ponsel, website perusahaan dan media sosial PDAM Intan Banjar seperti Instagram dan Facebook untuk mempermudah mengakses informasi tentang PDAM Intan Banjar.

Dari uraian latar belakang di atas, perumusan masalah yang diungkapkan yaitu :

1. Bagaimana hasil survei kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Intan Banjar?
2. Berdasarkan hasil tersebut, apa yang seharusnya dilakukan oleh manajemen PDAM Intan Banjar?

### **Kajian Literatur**

Manajemen merupakan sesuatu yang mutlak dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau organisasi yang mempunyai peranan penting dalam mengelola, mengatur dan memanfaatkan sumber daya yang ada agar tujuan yang diharapkan dan ditetapkan sebelumnya dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Menurut Mangkunegara (2011:7) Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumberdaya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan.

Menurut Manulang (2012:15) Manajemen mengandung 3 (tiga) definisi yaitu pertama manajemen adalah suatu proses, kedua manajemen adalah suatu kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen, dan yang ketiga manajemen adalah sebagai ilmu.

Menurut Hasibuan (2013:2) Manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi yang sama.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi dan pemanfaatan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Alexander Sindoro, 2011:8).

Konsep pemasaran adalah kegiatan perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Seluruh kegiatan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan agar memenuhi tujuan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009:5) definisi pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Sedangkan menurut pendapat Buchory dan Saladin (2010:2) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial menyangkut individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan yang lain.

Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:12) yaitu kegiatan perencanaan, pelaksanaan, penganalisisan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan dan dapat diartikan sebagai ilmu memilih pangsa pasar untuk dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Saladin (2013:3) Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian suatu program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan.

Kepuasan konsumen atau masyarakat telah menjadi fokus penting setiap organisasi, baik profit maupun nirlaba. Berbagai pihak menaruh perhatian pada isu strategik ini, di antaranya pemasar, konsumen, konsumenis, peneliti perilaku konsumen, dan pemerintah. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai salah satu tujuan pokok. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan visi dan misinya, iklan, slogan, maupun *public relations release* (Tjiptono, 2015:75).

Untuk mengukur kepuasan masyarakat digunakan atribut yang berisi tentang bagaimana masyarakat menilai suatu produk atau layanan yang ditinjau dari sudut pandang konsumen. Menurut Dutka (2008, p.47), kepuasan masyarakat dapat diukur melalui atribut-atribut pembentuk kepuasan yang terdiri atas :

- a. *Value to price relationship*. Hubungan antara harga yang ditetapkan oleh badan usaha untuk dibayar dengan nilai atau manfaat yang diperoleh masyarakat.
- b. *Product value*. Penilaian dari kualitas produk atau layanan yang dihasilkan dari suatu badan usaha.

- c. *Product benefit*. Merupakan *manfaat* yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh suatu badan usaha.
- d. *Product feature*. Ciri-ciri atau karakteristik tertentu yang mendukung fungsi dasar dari suatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
- e. *Product design* yaitu proses untuk merancang tampilan dan fungsi produk.
- f. *Product reliability and consistency*. Merupakan keakuratan dan kendalan produk yang dihasilkan oleh suatu badan usaha.
- g. *Range of product as services*. Merupakan macam dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu badan usaha.

Selanjutnya *attribute related to service* mencakup :

- a. *Guarantee or warranty* yaitu jaminan atau garansi yang diberikan oleh badan usaha dan diharapkan dapat memuaskan masyarakat.
- b. *Delivery communication* yaitu pesan atau informasi yang disampaikan oleh badan usaha kepada masyarakat.
- c. *Complain handling* yaitu sikap badan usaha dalam menangani pengaduan atau keluhan-keluhan dari masyarakat.
- d. *Resolution of problem* yaitu tanggapan yang diberikan badan usaha dalam menangani masalah masyarakat yang berkaitan dengan layanan yang diterimanya.

Dan serta *attributes related to the purchase* yang meliputi :

- a. *Courtesy* yaitu kesopanan, keramahan dan perhatian pegawai kepada masyarakat.
- b. *Communication* yaitu kemampuan pegawai dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat atau pelanggan.
- c. *Ease or convenience of acquisition* yaitu kemudahan yang diberikan oleh badan usaha untuk mendapatkan produk atau layanan yang ditawarkan.
- d. *Company reputation* yaitu baik tidaknya reputasi yang dimiliki oleh badan usaha dalam melayani masyarakat.
- e. *Company competence* yaitu baik tidaknya kemampuan badan usaha dalam melayani masyarakat.

Menurut Tjiptono (2008:87) ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

#### 1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen adalah langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

#### 2. Dimensi Kepuasan Konsumen

Berbagai penelitian memilah kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam itu terdiri atas empat langkah:

- a. mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci konsumen.
- b. Meminta Konsumen menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf konsumen.
- c. Meminta konsumen menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.

- d. Meminta konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan konsumen keseluruhan.
3. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectations*)  
Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada *service quality* yang memiliki komponen berupa harapan Konsumen akan pelayanan yang diberikan (seperti : Atmosfer tempat, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan pengelola dan karyawan, dan sifat pertemanan dari karyawan).
4. Minat Pembelian Ulang  
Kepuasan Konsumen diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik.
5. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willigness to recommended*)  
Yaitu kesiediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.
6. Ketidakpuasan Konsumen (*customer dissatisfaction*)  
Yaitu menelaah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidak puasan pelanggan, meliputi: komplain, pengembalian produk (*retur*), biaya garansi, *recall*, *word of mouth negative*, dan *defections*.

Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan (Kotler, 2000) :

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang tengah terjadi antara pihak manajemen dan konsumen,
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan,
- c. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan,
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai situasi pemasaran.

Berkembangnya era kualitas pelayanan juga memberi inspirasi kepada pemerintah Indonesia dalam memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan sektor publik. Salah satu produk peraturan pemerintah terbaru tentang pelayanan publik yang telah dikeluarkan untuk melakukan penilaian dan evaluasi terhadap kinerja unit pelayanan publik instansi pemerintah adalah Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2017. Peraturan ini bertujuan untuk mengukur kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan publik.

Unsur survei kepuasan masyarakat dalam peraturan ini meliputi:

1. Persyaratan  
Persyaratan adalah syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif.
2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur

- Prosedur adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan.
3. Waktu Penyelesaian  
Waktu Penyelesaian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.
  4. Biaya/Tarif  
Biaya/Tarif adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.
  5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan  
Produk spesifikasi jenis pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Produk pelayanan ini merupakan hasil dari setiap spesifikasi jenis pelayanan.
  6. Kompetensi Pelaksana  
Kompetensi Pelaksana adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman.
  7. Perilaku Pelaksana  
Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas dalam memberikan pelayanan.
  8. Sarana dan Prasarana  
Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Sarana digunakan untuk benda yang bergerak (komputer, mesin) dan prasarana untuk benda yang tidak bergerak (gedung).
  9. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan  
Penanganan pengaduan, saran dan masukan adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Azwar (2003:5) penelitian deskriptif kuantitatif dinyatakan sebagai prosedur penelitian yang menekankan pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik. Hasil perhitungan kuantitatif yang diperoleh disajikan dalam bentuk deskripsi yang berpusat pada makna. Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka untuk menjabarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin & Damajanti, 2011).

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan populasi adalah semua pelanggan PDAM Intan Banjar yang berjumlah 85.658 pelanggan. (Sumber : PDAM Intan Banjar)

Sedangkan untuk besaran sampel dan populasi dapat menggunakan table sampel dari **Krejcie and Morgan** yang berdasarkan pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. Penelitian ini mengambil

sampel sejumlah 384 sampel dari populasi pelanggan PDAM Intan Banjar yang berjumlah 85.658 pelanggan.

Penelitian ini akan menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2001: 60) *nonprobability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono (2001: 61) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Perhitungan Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) terhadap Sembilan unsur pelayanan yang dikaji, setiap unsur pelayanan mempunyai penimbang yang sama, nilai penimbang ditetapkan menggunakan Skala Likert dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Bobot NRR Tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Unsur}} = \frac{1}{9} = 0,111$$

Untuk memperoleh nilai Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IKM} = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi Per Unsur}}{\text{Total Unsur yang Terisi}} \times \text{Nilai Penimbangan}$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) yaitu antara 25 – 100 maka hasil penilaian tersebut diatas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{SKM UNIT PELAYANAN} \times 25$$

Analisis data dilakukan secara manual melalui tahapan, sebagai berikut:

1. Data isian kuesioner dari setiap responden dimasukkan ke dalam formulir mulai dari unsur 1 sampai dengan unsur 9.
2. Nilai Rata-Rata per unsur pelayanan. Nilai masing-masing unsur pelayanan dijumlah sesuai dengan jumlah kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian untuk mendapatkan nilai rata-rata per unsur pelayanan, jumlah nilai masing-masing unsur pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi.
3. Mencari bobot nilai rata-rata tertimbang. Untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang per unsur pelayanan, jumlah nilai rata-rata per unsur pelayanan dikalikan dengan 0,111 sebagai bobot nilai rata-rata tertimbang.
4. Mencari nilai indeks per unsur pelayanan. Cara mendapatkan nilai indeks per unsur pelayanan dengan mengalikan nilai rata-rata per unsur pelayanan dengan bobot nilai rata-rata tertimbang.
5. Mencari nilai SKM konversi per unsur pelayanan. Untuk mendapatkan nilai SKM konversi per unsur pelayanan dengan cara mengalikan nilai indeks per unsur pelayanan dengan nilai dasar.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Salah satu usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan publik pada Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar adalah dengan melakukan survei kepuasan masyarakat sesuai dengan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Publik yang meliputi 9 unsur dan hasil survei pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Persyaratan Pelayanan

Dari seluruh pertanyaan yang diberikan kepada 384 responden terhadap unsur pelayanan tentang persyaratan pelayanan yang ada di PDAM Intan Banjar yang meliputi persyaratan pemasangan sambungan langganan baru, revisi sambungan langganan, balik nama pelanggan, pindah posisi meter dan pembayaran rekening air mendapatkan hasil survei dengan nilai rata-rata sebesar 3,09 (skala 0 – 4) atau dengan nilai interval konversi Survei Kepuasan Masyarakat adalah 77,15 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua persyaratan pelayanan pada PDAM Intan Banjar sudah sesuai dengan jenis pelayanannya atau penilaian responden terhadap persyaratan pelayanan menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 2. Kemudahan Sistem, Mekanisme dan Prosedur Pelayanan

Pada unsur kemudahan sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan yang ada di PDAM Intan Banjar dari pertanyaan yang diberikan kepada responden mendapatkan nilai rata-rata per unsur sebesar 3,14 (skala 0 – 4) dengan nilai interval konversi SKM adalah 78,39 (skala 0 – 100). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan dikatakan mudah oleh pelanggan yang melakukan kepengurusan pelayanan atau penilaian responden terhadap kemudahan sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 3. Ketepatan Waktu Penyelesaian Pelayanan

Pada unsur ketepatan waktu penyelesaian pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,03 (skala 0 – 4) dengan nilai interval konversi SKM adalah 75,72 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa ketepatan waktu penyelesaian pelayanan dikatakan cepat oleh pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar atau penilaian responden terhadap ketepatan waktu pelayanan menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 4. Biaya / Tarif Pelayanan

Untuk unsur Biaya / Tarif pelayanan pertanyaan yang diberikan kepada responden mendapatkan nilai rata-rata 2,67 (skala 0 – 4) dengan nilai interval konversi SKM sebesar 66,73 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan Peraturan Daerah tentang biaya / tarif yang berlaku cukup murah bagi pelanggan atau penilaian responden terhadap biaya / tarif pelayanan menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 5. Produk Spesifikasi Jenis Layanan

Pada unsur produk spesifikasi jenis layanan ini diperoleh jawaban dari responden untuk nilai rata-rata unsur tersebut sebesar 3,02 (skala 0 – 4) atau dengan nilai interval konversi SKM adalah 75,39 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa produk yang diberikan kepada pelanggan PDAM Intan Banjar sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan

oleh perusahaan atau penilaian responden terhadap info produk menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 6. Kompetensi Pelaksana

Untuk unsur kompetensi pelaksana hasil penilaian responden menunjukkan indeks dengan kategori “Baik” dimana memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,10 (skala 0 – 4) atau nilai interval konversi SKM yaitu 77,47 (skala 0 – 100). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa petugas atau pegawai pelaksana di PDAM Intan Banjar mampu memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan yang ingin mengurus pelayanan. Selain itu perusahaan juga sangat mendukung terhadap peningkatan kompetensi para pegawai dengan diadakannya beberapa pelatihan, seminar maupun workshop bagi pegawai PDAM Intan Banjar.

#### 7. Perilaku Pelaksana

Pada unsur perilaku pelaksana diperoleh jawaban dari responden dengan nilai rata-rata unsur sebesar 3,18 (skala 0 – 4) atau nilai interval konversi SKM adalah 79,62 (skala 0 – 100). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap kesopanan dan keramahan petugas pelaksana dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atau pelanggan dikatakan “Baik”.

#### 8. Tersedianya Sarana dan Prasarana

Pada unsur tersedianya sarana dan prasarana diperoleh nilai rata-rata unsur tersebut sebesar 2,96 (skala 0 – 4) atau nilai interval konversi SKM adalah 73,96 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian tersebut penilaian responden terhadap ketersediaan sarana dan prasarana menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

#### 9. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan

Dan unsur yang terakhir adalah penanganan pengaduan, saran dan masukan yang mendapatkan nilai rata-rata unturnya sebesar 3,60 (skala 0 – 4) atau nilai interval konversi SKM adalah 90,10 (skala 0 – 100). Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penanganan pengaduan, saran dan masukan yang diberikan oleh pelanggan dikelola dengan baik oleh PDAM Intan Banjar atau penilaian responden menunjukkan indeks dengan kategori “Sangat Baik”.

Secara menyeluruh dari 9 unsur hasil survei kepuasan masyarakat pada Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar memperoleh nilai interval konversi Survei Kepuasan Masyarakat sebesar 77,09 (skala 0 – 100) yang berarti penilaian responden menunjukkan indeks dengan kategori “Baik”.

**Tabel 1. Nilai Interval Per Unsur Kepuasan Layanan PDAM Intan Banjar**

No	Unsur Pelayanan	Total Skor	Nilai Rata-rata per Unsur	Nilai Interval (%)	Mutu Pelayanan	Penilaian Kinerja
1	Persyaratan	1185	$1185/384 = 3,09$	$3,09 \times 25 = 77,15$	B	Baik
2	Sistem, Mekanisme dan Prosedur	1204	$1204/384 = 3,14$	$3,14 \times 25 = 78,39$	B	Baik
3	Waktu Penyelesaian	1163	$1163/384 = 3,03$	$3,03 \times 25 = 75,72$	B	Baik
4	Biaya/tarif	1025	$1025/384$	$2,67 \times 25 =$	B	Baik

			= 2,67	66,73		
5	Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan	1158	1158/384 = 3,02	3,02x25 = 75,39	B	Baik
6	Kompetensi Pelaksana	1190	1190/384 = 3,10	3,10x25 = 77,47	B	Baik
7	Perilaku Pelaksana	1223	1223/384 = 3,18	3,18x25 = 79,62	B	Baik
8	Sarana dan Prasarana	1136	1136/384 = 2,96	2,96x25 = 73,96	B	Baik
9	Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan	1384	1384/384 = 3,60	3,60x25 = 90,10	A	Sangat Baik

**Tabel 2. Nilai Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan PDAM Intan Banjar**

No	Unsur Pelayanan	Nilai Persepsi Per Unsur	Bobot Nilai Rata-Rata Tertimbang	Nilai IKM
1	Persyaratan	77,15%	0,111	8,56
2	Sistem, Mekanisme dan Prosedur	78,39%	0,111	8,70
3	Waktu Penyelesaian	75,72%	0,111	8,40
4	Biaya/tarif	66,73%	0,111	7,41
5	Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan	75,39%	0,111	8,37
6	Kompetensi Pelaksana	77,47%	0,111	8,60
7	Perilaku Pelaksana	79,62%	0,111	8,84
8	Sarana dan Prasarana	73,96%	0,111	8,21
9	Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan	90,10%	0,111	10,00
<b>Jumlah</b>				<b>77,09</b>
<b>Skor IKM = 77,09</b>				

Berdasarkan hasil survei kepuasan masyarakat pada Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar terdapat 8 unsur penilaian survei kepuasan masyarakat berkategori “Baik” dan 1 unsur penilaian survei kepuasan masyarakat berkategori “Sangat Baik”. Untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan dari 9 unsur tersebut manajemen Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar harus melakukan beberapa hal perbaikan atau inovasi sebagai berikut:

#### 1. Persyaratan Pelayanan

Pihak perusahaan harus lebih giat lagi mensosialisasikan informasi persyaratan-persyaratan pelayanan di PDAM Intan Banjar seperti persyaratan pemasangan sambungan langganan baru, persyaratan revisi sambungan langganan, persyaratan pindah meter, persyaratan balik nama pelanggan, persyaratan pengaduan dan pembayaran rekening tagihan dengan cara membuat jadwal rutin sosialisasi ke masyarakat, mengadakan sosialisasi dengan memanfaatkan event seperti hari air sedunia, hari bumi dan lain sebagainya ke siswa-siswa sekolah baik tingkat

SD, SMP, SMA/SMK maupun mahasiswa di perguruan tinggi atau dengan cara sosialisasi menggunakan multi media yang ada seperti memberikan informasi persyaratan di surat kabar lokal, membuat iklan di televisi lokal seperti Duta TV dan Banjar TV, acara talk show di radio, membagikan brosur, membuat baner yang diletakkan di ruang pelayanan berisi tentang informasi persyaratan, memperbarui website yang lebih menarik maupun sosial media seperti facebook dan instagram agar informasi tersebut tersampaikan kepada masyarakat dengan mudah dan kepuasan pelanggan lebih baik lagi.

## 2. Kemudahan Sistem, Mekanisme dan Prosedur Pelayanan

Perusahaan harus memperbaiki sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan yang ada agar lebih memudahkan bagi calon pelanggan maupun pelanggan itu sendiri. Salah satunya PDAM Intan Banjar membuat konsep “*Self Service*” dengan cara memperbaiki dan meng-upgrade aplikasi pendaftaran pemasangan SL baru secara online ataupun menerima pengaduan pelanggan secara online hal tersebut perlu dilakukan karena untuk memudahkan pelanggan dan menyederhanakan alur proses, mekanisme dan prosedur yang ada karena pelanggan tidak perlu datang langsung ke kantor hanya dengan menggunakan aplikasi yang membuat lebih mudah, lebih cepat dan lebih efektif penanganannya. Konsep “*Self Service*” yang dimaksud adalah calon pelanggan bisa mendaftar menjadi pelanggan PDAM Intan Banjar hanya dengan menggunakan aplikasi yang bisa dilakukan dimana saja tanpa harus datang langsung ke kantor PDAM Intan Banjar, dan bagi pelanggan juga bisa mengakses tagihan rekening dan membayar secara online serta melakukan pengaduan misalnya tentang kebocoran secara online. Selain itu juga perusahaan harus menambah akses sistem pembayaran baik pembayaran pendaftaran maupun tagihan rekening pelanggan secara online.

## 3. Ketepatan Waktu Penyelesaian Pelayanan

Perusahaan menargetkan untuk penyelesaian proses pemasangan sambungan langganan baru dan revisi sambungan langganan adalah 6 hari kerja apabila tidak ada kendala di lapangan. Untuk proses pindah meter 3 hari kerja sedangkan proses balik nama dan pembayaran rekening air langsung dikerjakan, tetapi beberapa pelanggan menganggap estimasi selesainya proses beberapa pelayanan masih lama. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan inovasi baru dalam hal penyelesaian pelayanan seperti membuat program “*one day service*” agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan menjadi lebih baik.

## 4. Biaya / Tarif Pelayanan

Untuk biaya pemasangan sambungan baru sesuai standar sebenarnya tidak terlalu mahal apabila lokasi rumah yang akan dipasang sudah tersedia jaringan pipanya. Untuk hal tersebut perusahaan harus menambahkan investasi jaringan pipa di wilayah yang belum terjangkau agar lebih meringankan biaya pemasangan dan menambah jumlah pelanggan. Sedangkan untuk tarif harga air perusahaan harus membuat program seperti “*Green Water*” dalam artian pelanggan agar lebih hemat dan bijak dalam pemakaian air supaya memberikan pemikiran bahwa dengan menghemat air tentunya akan meringankan biaya atau tagihan air. Untuk penetapan tarif/biaya ini dibuat berdasarkan oleh Peraturan Daerah Kabupaten Banjar.

## 5. Produk Spesifikasi Jenis Layanan

Produk utama dari PDAM Intan Banjar yaitu ketersediaan air yang bersih, jernih, tidak berbau dan mensucikan yang sudah sesuai standar baku produksi perusahaan. Akan tetapi

beberapa pelanggan masih mengeluh atas kualitas air yang masih keruh atau berbau. Hal ini bisa diatasi dengan cara perusahaan menggunakan teknologi yang lebih baik lagi dalam memproduksi air sehingga menghasilkan kualitas air yang lebih baik. Selain itu PDAM Intan Banjar harus menambah wilayah atau kawasan zona air minum agar kepuasan pelanggan meningkat. Membuat produk tambahan seperti produk air minum yang siap dikonsumsi dan didistribusikan ke masyarakat.

#### 6. Kompetensi Pelaksana

Untuk meningkatkan kompetensi pelaksana dalam hal ini adalah pegawai PDAM Intan Banjar tentunya perusahaan harus mengadakan pelatihan secara berkelanjutan dan kegiatan lain seperti seminar maupun workshop untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan keahlian pegawai di PDAM Intan Banjar.

#### 7. Perilaku Pelaksana

Perusahaan harus menerapkan budaya organisasi yang baik agar menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan memberikan kenyamanan bagi setiap pegawai di PDAM Intan Banjar karena hal tersebut bisa mempengaruhi tingkat kinerja dan profesionalisme pegawai. Selain itu perusahaan juga harus mengadakan evaluasi kinerja secara rutin bagi pegawai, melakukan rotasi atau promosi pegawai dan memberikan *reward* bagi pegawai yang berprestasi.

#### 8. Tersedianya Sarana dan Prasarana

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, kenyamanan pelanggan dan mutu pelayanan yang lebih baik perusahaan harus memberikan sarana dan prasarana tambahan seperti perusahaan menyediakan komputer dan akses internet bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang PDAM Intan Banjar, memperbaiki atau merenovasi gedung pelayanan yang kurang layak, menyediakan ruang laktasi (ibu menyusui) dan *play ground* di semua unit pelayanan dan Perusahaan membuat inovasi layanan "*drive through*" untuk melakukan pembayaran tagihan air, hal tersebut guna memudahkan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan PDAM Intan Banjar.

#### 9. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan

Untuk mempertahankan dan meningkatkan penanganan pengaduan, saran dan masukan di PDAM Intan Banjar, perusahaan harus menambahkan jam layanan online menjadi 24 jam agar memudahkan pelanggan dalam melakukan laporan pengaduan seperti kebocoran dan air tidak mengalir. Perusahaan juga harus menyediakan layar portable yang berfungsi untuk memberikan saran, masukan dan penilaian kepuasan pelanggan secara online oleh pelanggan.

### Kesimpulan

1. Secara umum, hasil survei kepuasan masyarakat pada Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar dikategorikan "BAIK" dengan skor Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) 77,09, ini berarti pelayanan yang telah diberikan kepada masyarakat sudah baik, diharapkan lebih ditingkatkan lagi agar kedepannya dapat lebih baik dari sekarang. Dan untuk nilai masing-masing rata-rata per unsur adalah sebagai berikut :
  - a. unsur persyaratan dengan nilai 77,15 dikategorikan Baik,
  - b. unsur kemudahan sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan dengan nilai 78,39 dikategorikan Baik,

- c. unsur ketepatan waktu penyelesaian pelayanan dengan nilai 75,72 dikategorikan Baik,
  - d. unsur biaya / tarif pelayanan dengan nilai 66,73 dikategorikan Baik,
  - e. unsur produk spesifikasi jenis layanan dengan nilai 75,39 dikategorikan Baik,
  - f. unsur kompetensi pelaksana dengan nilai 77,47 dikategorikan Baik,
  - g. unsur perilaku pelaksana dengan nilai 79,62 dikategorikan Baik,
  - h. unsur tersedianya sarana dan prasarana dengan nilai 73,96 dikategorikan Baik,
  - i. unsur penanganan pengaduan, saran dan masukan dengan nilai 90,10 dikategorikan Sangat Baik.
2. Yang harus dilakukan oleh manajemen Perusahaan Daerah Air Minum Intan Banjar untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan dari 9 unsur tersebut adalah sebagai berikut :
- a. Untuk unsur persyaratan perusahaan harus lebih giat lagi dalam mensosialisasikan informasi persyaratan pelayanan yang ada di PDAM Intan Banjar.
  - b. Untuk unsur kemudahan sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan perusahaan membuat konsep “Self Service” dengan membuat aplikasi secara online untuk memudahkan pelanggan dalam berurusan di PDAM Intan Banjar.
  - c. Untuk unsur ketepatan waktu penyelesaian pelayanan perusahaan membuat program kerja “One Day Service” agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan menjadi lebih baik.
  - d. Untuk unsur biaya / tarif pelayanan perusahaan melakukan investasi jaringan pipa agar lebih meringankan biaya pemasangan dan menambah jumlah pelanggan serta membuat program “Green Water” agar pelanggan bijak dalam menggunakan air.
  - e. Untuk unsur produk spesifikasi jenis layanan perusahaan bisa menggunakan teknologi baru yang lebih baik, efektif dan efisien dalam kualitas memproduksi air, serta menambah kawasan zona air minum dan membuat produk air siap diminum untuk menambah kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
  - f. Untuk unsur kompetensi pelaksana perusahaan mengadakan pelatihan secara rutin dan terjadwal untuk meningkatkan kompetensi pegawai PDAM Intan Banjar.
  - g. Untuk unsur perilaku pelaksana perusahaan mengadakan evaluasi kinerja secara rutin bagi pegawai, melakukan rotasi atau promosi pegawai dan memberikan *reward* bagi pegawai yang berprestasi.
  - h. Untuk unsur tersedianya sarana dan prasarana perusahaan melakukan perbaikan atau merenovasi gedung pelayanan yang kurang layak, menyediakan ruang laktasi (ibu menyusui) dan *play ground* di semua unit pelayanan dan Perusahaan membuat inovasi layanan “*drive thru*” untuk melakukan pembayaran tagihan air agar membuat kenyamanan bagi pelanggan.
  - i. Untuk unsur penanganan pengaduan, saran dan masukan perusahaan harus menambahkan waktu layanan online menjadi 24 jam agar memudahkan pelanggan dalam melakukan laporan pengaduan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Rosda, Bandung.

- Achmad, Buchory dan Djaslim Saladin, 2010, *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*, CV Linda Karya, Bandung.
- Achmad, Buchory dan Djaslim Saladin, 2013, *Manajemen Pemasaran*, CV Linda Karya, Bandung.
- AR, Syamsudin dan Damaianti, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Assauri, Sofjan, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Azwar, Saifudin, 2003, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Dutka, Alan, 2008, *AMA Hand Book for Customer Satisfaction, NTC Business Book*, Lincolnwood, Illinois.
- Hasibuan, Malayu, 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Mileinium*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid I, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevein Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 2011, *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan Alexander Sindoro, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Manullang, 2012, *Dasar-Dasar Manajemen*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 *tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik*.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*, CV Andi Offset, Yogyakarta.