

ANALISIS PELAYANAN JASA PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) DKI JAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY**

FITA ASRI NURWULAN, ARIE DESRIANTY, LISYE FITRIA

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: fita_asri@yahoo.com

ABSTRAK

Pada daerah perkotaan, air bersih tidak mudah untuk didapatkan. Kebutuhan air bersih kota Jakarta disediakan oleh PDAM DKI Jakarta atau PAM JAYA. Pendistribusian air dan penanganan keluhan pelanggan terkadang mengalami beberapa hambatan dan gangguan. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan PAM JAYA dengan menggunakan metode Service Quality. Berdasarkan perhitungan Gap 5 terdapat 11 variabel yang bernilai negatif, hal ini diakibatkan dari 5 variabel pada Gap 1, 3 variabel pada Gap 2 dan 3 variabel pada Gap 3. Terdapat beberapa usulan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan seperti peningkatkan upaya penanggulangan kehilangan air, dilakukan rehabilitasi pipa-pipa lama yang masih ada dan beberapa hal lainnya.

Kata kunci: *Service Quality, Kualitas Jasa, Pelayanan Jasa Pelanggan, dan PAM JAYA*

ABSTRACT

In urban areas, clean water is not easy to obtain. The need clean water in Jakarta provided by PDAM DKI Jakarta or PAM JAYA. Water distribution and handling complaints to customers sometimes experience some obstacles and distractions. This research to measure customer satisfaction levels of PAM JAYA with Service Quality method. Calculation based in Gap 5 there are 11 variables negative, this is due the 5 variables in Gap 1, 3 variables in Gap 2 and 3 variables in Gap 3. There are several recommendations for improvement that can be done to improve customer satisfaction, such as increased water loss mitigation efforts, carried out the rehabilitation of old pipes that are still there and a few other things.

Keywords: *Service Quality, quality of services, Customer Services, and PAM JAYA*

* Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan pembimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini di daerah perkotaan air bersih tidak mudah untuk didapatkan. Hal ini dikarenakan telah mulai berkurangnya daerah-daerah resapan air yang mengakibatkan air hujan tidak lagi bisa secara optimal terserap ke dalam tanah. Selain itu juga terdapatnya eksplorasi air tanah yang berlebihan baik untuk konsumsi rumah tangga maupun industri.

Di wilayah DKI Jakarta, kebutuhan air bersih disediakan oleh salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) DKI Jakarta atau PAM JAYA. Pada pelaksanaannya, pendistribusian air dan penanganan keluhan pelanggan terkadang sering mengalami beberapa hambatan dan gangguan. Hal tersebut tentu saja dapat menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya menjadi berkurang.

1.2 Perumusan Masalah

Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan yang diterima pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PAM JAYA, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode Service Quality (Servqual). Penggunaan metode Servqual dapat membantu untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah memberikan rasa kepuasan terhadap pelanggan atau diperlukan lagi suatu peningkatan pelayanan.

Pada penelitian ini dihitung Gap 1, Gap 2, Gap 3 dan Gap 5. Menurut Tjiptono & Chandara (2011), Gap 1 menunjukkan kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi dari pihak penyedia jasa. Gap 2 untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki standar kualitas jasa yang tepat dan jelas atau tidak dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Gap 3 untuk mengetahui dan memastikan bahwa kinerja perusahaan sudah sesuai dengan standar. Gap 5 menunjukkan kesenjangan antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan usulan perbaikan berdasarkan analisis dari hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan PAM JAYA untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan.

1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada area pelayanan wilayah Jakarta Barat.
2. Data-data hasil kuesioner didapatkan dari pelanggan PAM JAYA berdasarkan 2 kategori pelanggan tarif air dan besarnya pemakaian (Kelompok II dan Kelompok IVA) dan pegawai PAM JAYA pada bagian *Customer Service*.
3. Pengambilan data dilakukan dalam kurun waktu \pm 3 bulan (Februari s/d April 2014).
4. Penelitian ini tidak menggunakan Gap 4 dalam penyelesaian masalahnya.

2. STUDI LITERATUR

2.1 Konsep dan Definisi Jasa

Oxford Advanced Learner's Dictionary (2000) dalam Tjiptono & Chandra (2011) mendefinisikan *service* sebagai sistem yang menyediakan sesuatu yang dibutuhkan publik, diorganisasikan oleh pemerintah atau perusahaan swasta, contohnya jasa ambulans, bis, dan telepon.

2.2 Penjelasan Servqual

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman. Model yang dikenal pula dengan istilah *Gap Analysis Model* ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Oliver, 1997 dalam Tjiptono & Chandra, 2011). Rancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectation*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya. Lima gap utama dalam Servqual (Parasuraman, et all, 1994 dalam Tjiptono & Chandra, 2011), meliputi:

1. Gap 1 adalah Gap Antara Harapan Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*Knowledge Gap*).
2. Gap 2 adalah Gap Antara Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen dan Spesifikasi Kualitas Jasa (*Standards Gap*).
3. Gap 3 adalah Gap Antara Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian jasa (*Delivery Gap*).
4. Gap 4 adalah Gap Antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal (*Communications Gap*).
5. Gap 5 adalah Gap Antara Jasa yang Dipersepsikan dan Jasa yang Diharapkan (*Service Gap*).

2.3 Dimensi Kualitas Jasa

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa (Parasuraman, et all, 1985 dalam dalam Tjiptono & Chandra, 2011) mengidentifikasi 10 dimensi pokok kualitas jasa, yaitu reliabilitas, responsivitas atau daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan (*courtesy*), komunikasi, kredibilitas, keamanan (*security*), kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik (*tangibles*). Pada riset selanjutnya, Parasuraman, et all (1990) menemukan adanya *overlapping* diantara 10 dimensi tersebut, oleh sebab itu, Parasuraman menyederhanakan 10 dimensi menjadi 5 dimensi pokok, yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurances*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Gambar penggabungan 10 dimensi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

	<i>Tangibles</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
<i>Tangibles</i>					
<i>Reliability</i>					
<i>Responsiveness</i>					
<i>Competence</i>					
<i>Courtesy</i>					
<i>Credibility</i>					
<i>Security</i>					
<i>Access</i>					
<i>Communication</i>					
<i>Understanding the Customer</i>					

Gambar 1. Penggabungan 10 Dimensi Menjadi 5 Dimensi

Sumber: Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985)

2.4 Pengukuran Servqual

Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti

fisik). Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan ke dalam masing-masing atribut rinci untuk variabel harapan dan variabel persepsi, yang disusun dalam pernyataan-pernyataan berdasarkan skala Likert. Evaluasi kualitas jasa menggunakan model Servqual mencakup perhitungan kesenjangan di antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor Servqual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al., 1990 dalam Tjiptono & Chandra, 2011):

$$\text{Skor Servqual Gap 5} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (2.1)$$

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rumusan Masalah

Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan yang diterima pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PAM JAYA, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode Servqual.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur menjelaskan mengenai teori-teori atau penjelasan yang digunakan dalam pemecahan masalah yang terjadi. Studi literatur yang digunakan berisi mengenai metode *Service Quality*. Penjelasan mengenai Servqual terdiri dari penjelasan atribut dan dimensi Parasuraman, Gap 1, Gap 2, Gap 3, Gap 5 beserta beberapa penjelasan pendukung lainnya.

3.3 Identifikasi Metode Pemecahan Masalah

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat pelayanan jasa. Beberapa metode tersebut diantaranya yaitu Servqual, *Zone Of Tolerance*, dan *Important Performance Analysis*. Dari ketiga metode tersebut, metode yang dirasa cocok dan tepat untuk mengukur kualitas pelayanan jasa di PAM JAYA adalah dengan menggunakan metode Servqual karena dengan metode Servqual akan membantu peneliti untuk melihat ekspektasi dan persepsi baik dari pihak pelanggan ataupun manajemen.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang akan dijadikan acuan dalam penyebaran kuesioner penelitian ini berdasarkan dimensi Servqual.

3.5 Identifikasi Karakteristik Responden

Identifikasi karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui responden mana yang akan diberikan kuesioner untuk pengumpulan data penelitian.

3.6 Desain Sampling

Desain sampling yang digunakan meliputi teknik sampling dan ukuran sampling. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam proses penyebaran kuesioner yang dilakukan dan jumlah responden yang dilibatkan.

3.7 Pembuatan Kuesioner

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup. Hal ini disebut tertutup karena jawaban kuesioner hanya berdasarkan tingkat skala saja sehingga responden tidak dapat menjawab secara terbuka atau lebih luas dengan memberikan alasannya.

3.8 Pengujian Kuesioner

Pengujian kuesioner dibagi menjadi 2 jenis, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Jumlah

sampel yang digunakan dalam setiap pengujian berjumlah 30 responden.

3.9 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data berasal dari kuesioner yang telah diuji. Pertanyaan pada kuesioner tersebut tidak semuanya dapat digunakan, pertanyaan yang dapat digunakan hanya yang bersifat valid dan reliabel saja. Setelah pengumpulan data telah selesai dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan cara menghitung bobot tingkat kepentingan serta nilai dari Gap 1,2,3 dan 5.

3.10 Analisis dan Usulan Perbaikan

Analisis dan usulan perbaikan bertujuan untuk memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan dalam menjalankan usahanya berdasarkan hasil pengolahan data setiap gap.

3.11 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan merupakan ringkasan dari keseluruhan hasil penelitian dan saran merupakan gambaran mengenai perbaikan atau peningkatan kinerja yang mungkin dilakukan pada perusahaan.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Penentuan Variabel Penelitian

Terdapat 39 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	No Variabel
Air yang disalurkan tidak berbau	V1
Air yang disalurkan jernih (tidak berwarna)	V2
Air yang disalurkan tidak berasa	V3
Penanganan keluhan pelanggan dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat	V4
Setiap hari air selalu ada kapan pun akan digunakan (air tidak mati/volumenya mengecil)	V5
Pendataan jumlah penggunaan air per bulan secara tepat	V6
Pelanggan mudah melakukan pengaduan baik secara langsung/telpon	V7
Tidak mengalami gangguan pada saat pendistribusian air	V8
Waktu dilakukannya penangan perbaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	V9
Tidak membutuhkan waktu yang lama saat melakukan perbaikan gangguan	V10
Kecepatan dalam transaksi pembayaran	V11
<i>Customer Service</i> cepat dalam menerima keluhan pelanggan	V12
Jadwal pengiriman tagihan tidak pernah terlambat	V13
Karyawan dapat melakukan perbaikan dengan tepat dan cepat	V14
Karyawan mampu memberikan solusi permasalahan pelanggan	V15
Karyawan bersikap sopan dalam melakukan perbaikan/penangan permasalahan pelanggan	V16
Jumlah tagihan pemakaian air sesuai dengan penggunaan pelanggan	V17
<i>Complain</i> dari pelanggan diterima dengan baik	V18
Permasalahan pelanggan ditangani berdasarkan urutan pelanggan yang melakukan pengaduan terlebih dahulu	V19
Penangan keluhan dilakukan secara individual	V20
Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan	V21
Jam kerja <i>customer service</i> 7 jam perhari (tidak termasuk waktu istirahat)	V22
Lokasi yang mudah dijangkau	V23
Mudah menggunakan transportasi umum yang digunakan menuju KHP	V24

Tabel 1. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	No Variabel
Area yang bersih	V25
Terdapat kursi tunggu/duduk yang nyaman	V26
Sirkulasi udara yang baik/tidak sesak jika area penuh	V27
Terdapat AC/kipas angin	V28
Transaksi pembayaran dilakukan dengan menggunakan komputer	V29
Terdapat lebih dari satu saluran pengaduan melalui telepon	V30
Terdapat jumlah telepon yang cukup pada bagian <i>customer service</i>	V31
Kasir yang ramah	V32
Kasir yang berpakaian rapi	V33
<i>Customer Service</i> yang ramah	V34
<i>Customer Service</i> yang berpakaian rapi	V35
Satpam yang ramah	V36
Satpam yang tegas	V37
Brosur yang berisi informasi pentingnya penggunaan air bersih	V38
Papan informasi atau pengumuman mengenai semua informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan	V39

Variabel-variabel tersebut akan digunakan dalam pembuatan kuesioner tingkat kepentingan, persepsi pelanggan, dan ekspektasi pelanggan.

4.2 Penyebaran Kuesioner

Kuesioner tingkat kepentingan I disebarikan kepada 30 responden. Setelah itu dilakukan perhitungan rata-rata tingkat kepentingan, jika nilai rata-rata tingkat kepentingan suatu variabel < 3 maka variabel pertanyaan tersebut akan direduksi dan variabel tersebut tidak akan digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan 8 variabel yang mengalami proses reduksi. Langkah selanjutnya adalah melakukan penyebaran kuesioner tingkat kepentingan II untuk uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian kuesioner juga dilakukan untuk kuesioner ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan. Kuesioner ini dibagikan kepada 30 responden.

4.3 Pengujian Kuesioner

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner tingkat kepentingan II, ekspektasi pelanggan, dan persepsi pelanggan. Maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas untuk masing-masing kuesioner. Berdasarkan perhitungan uji validitas ketiga jenis kuesioner tersebut didapatkan hasil bahwa semuanya bersifat valid karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

Setelah melakukan uji validitas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Tabel 2 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk kuesioner tingkat kepentingan, ekspektasi pelanggan, dan persepsi pelanggan. Ketiga kuesioner tersebut bersifat reliabel karena nilai α yang didapatkan lebih besar dari 0,7.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner	α	Alpha Cronbach	Keterangan
Tingkat Kepentingan	0,782	0,7	Reliabel
Ekspektasi Pelanggan	0,890	0,7	Reliabel
Persepsi Pelanggan	0,873	0,7	Reliabel

4.4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Berikut ini akan diuraikan mengenai hasil pengumpulan dan pengolahan data dalam

penelitian ini:

1. Pengumpulan Data Kuesioner Tingkat Kepentingan
Berisikan mengenai hasil pengumpulan data dari penyebaran kuesioner tingkat kepentingan yang dibagikan kepada 100 orang responden.
2. Perhitungan Bobot Tingkat Kepentingan
Setelah melakukan pengumpulan data kuesioner tingkat kepentingan maka langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan bobot tingkat kepentingan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan Bobot Tingkat Kepentingan

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Bobot kepentingan
1	Air yang disalurkan tidak berbau	3.730	0.035
2	Air yang disalurkan tidak berwarna/jernih	3.860	0.036
3	Air yang disalurkan tidak berasa	3.570	0.034
4	Penanganan keluhan pelanggan dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat	3.420	0.032
5	Setiap hari air selalu ada kapan pun akan digunakan (air tidak mati/volumenya mengecil)	3.870	0.036
6	Pendataan jumlah penggunaan air per bulan secara tepat	3.850	0.036
7	Konsumen mudah melakukan pengaduan baik secara langsung/telpon	3.390	0.032
8	Tidak mengalami gangguan pada saat pendistribusian air	3.770	0.035
9	Waktu dilakukannya penangan perbaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	3.300	0.031
10	Tidak membutuhkan waktu yang lama saat melakukan perbaikan gangguan	3.330	0.031
11	Kecepatan dalam transaksi pembayaran	3.470	0.033
12	<i>Customer Service</i> cepat dalam menerima keluhan konsumen	3.540	0.033
13	Jadwal pengiriman tagihan tidak pernah terlambat	3.460	0.033
14	Karyawan dapat melakukan perbaikan dengan tepat dan cepat	3.380	0.032
15	Karyawan mampu memberikan solusi permasalahan pelanggan	3.300	0.031
16	Karyawan bersikap sopan dalam melakukan perbaikan/penangan permasalahan pelanggan	3.380	0.032
17	Jumlah tagihan tarif air sesuai dengan penggunaan konsumen	3.890	0.037
18	<i>Complain</i> dari pelanggan diterima dengan baik	3.460	0.033
19	Permasalahan pelanggan ditangani berdasarkan urutan pelanggan yang melakukan pengaduan terlebih dahulu	3.410	0.032
23	Lokasi yang mudah dijangkau	3.470	0.033
25	Area yang bersih	3.520	0.033
26	Terdapat kursi tunggu/duduk yang nyaman	3.130	0.029
27	Sirkulasi udara yang baik/tidak sesak jika area penuh	3.220	0.030
28	Terdapat AC/kipas angin	3.150	0.030
29	Transaksi pembayaran dilakukan dengan menggunakan computer	3.330	0.031
30	Terdapat lebih dari satu saluran pengaduan melalui telepon	3.280	0.031
32	Kasir yang ramah	3.190	0.030

Tabel 3. Perhitungan Bobot Tingkat Kepentingan (lanjutan)

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Bobot kepentingan
33	Kasir yang berpakaian rapi	3.000	0.028
34	<i>Customer Service</i> yang ramah	3.020	0.028
35	<i>Customer Service</i> yang berpakaian rapi	3.040	0.029
39	Papan informasi atau pengumuman mengenai semua informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan	3.490	0.033

3. Pengumpulan Data Kuesioner Ekspektasi Pelanggan
Berisikan mengenai hasil pengumpulan data dari penyebaran kuesioner ekspektasi pelanggan yang dibagikan kepada 100 orang responden.
4. Pengumpulan Data Kuesioner Persepsi Pelanggan
Berisikan mengenai hasil pengumpulan data dari penyebaran kuesioner persepsi pelanggan yang dibagikan kepada 100 orang responden.
5. Perhitungan Gap 5
Perhitungan Gap 5 menggunakan hasil pengumpulan data dari kuesioner ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan. Gap 5 ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten/tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan. Hasil perhitungan Gap 5 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan Selisih Persepsi Pelanggan dan Ekspektasi Pelanggan (Gap 5)

No Variabel	Rata - Rata Persepsi Pelanggan	Rata - Rata Ekspektasi Pelanggan	Selisih Rata-Rata (Gap 5)
1	3.34	3.32	0.02
2	3.39	3.37	0.02
3	3.29	3.27	0.02
4	2.75	3.38	-0.63
5	2.62	3.41	-0.79
6	2.86	3.45	-0.59
7	3.27	3.20	0.07
8	2.70	3.33	-0.63
9	2.89	3.41	-0.52
10	3.35	3.34	0.01
11	3.33	3.32	0.01
12	3.40	3.37	0.03
13	2.87	3.42	-0.55
14	3.28	3.26	0.02
15	3.29	3.25	0.04
16	3.24	3.23	0.01
17	2.91	3.42	-0.51
18	3.30	3.26	0.04
19	2.78	3.28	-0.50
23	3.24	3.22	0.02
25	3.44	3.42	0.02
26	3.29	3.27	0.02
27	3.32	3.32	0.00
28	3.31	3.28	0.03
29	3.30	3.26	0.04
30	2.98	3.28	-0.30
32	3.33	3.30	0.03
33	2.96	3.38	-0.42
34	3.37	3.30	0.07
35	3.08	3.30	-0.22
39	3.32	3.31	0.01

6. Pengumpulan Data Kuesioner Harapan Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*Knowledge Gap*)
Penyebaran kuesioner ini sebagai langkah awal dalam proses pengumpulan data Gap 1. Hal ini dilakukan sebagai analisis lebih lanjut untuk mencari penyebab dari terdapatnya nilai negatif (-) pada variabel Gap 5 tersebut.

7. Perhitungan Gap 1

Perhitungan Gap 1 menggunakan hasil pengumpulan data dari kuesioner persepsi manajemen dan ekspektasi pelanggan. Gap ini berarti bahwa pihak manajemen mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat. Hasil perhitungan Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Selisih Persepsi Manajemen dan Ekspektasi Pelanggan (Gap 1)

No Variabel	Rata – Rata Persepsi Manajemen	Rata - Rata Ekspektasi Pelanggan	Selisih Rata-Rata (Gap 1)
4	3.00	3.38	-0.38
5	3.00	3.41	-0.41
6	4.00	3.45	0.55
8	2.00	3.33	-1.33
9	3.00	3.41	-0.41
13	4.00	3.42	0.58
17	4.00	3.42	0.58
19	2.00	3.28	-1.28
30	4.00	3.28	0.72
33	4.00	3.38	0.62
35	4.00	3.30	0.70

8. Pengumpulan Data Kuesioner Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Pelanggan dan Spesifikasi Kualitas Jasa (*Standards Gap*).

Penyebaran kuesioner ini sebagai langkah awal dalam proses pengumpulan data Gap 2.

9. Perhitungan Gap 2

Perhitungan Gap 2 menggunakan hasil pengumpulan data dari kuesioner spesifikasi kualitas jasa. Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Hasil perhitungan Gap 2 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Selisih Spesifikasi Kualitas Jasa dan Kondisi Ideal (Gap 2)

No Variabel	Rata – Rata Spesifikasi Kualitas Jasa	Kondisi Ideal	Selisih Rata-Rata (Gap 2)
4	3.67	4.00	-0.33
5	3.67	4.00	-0.33
6	3.67	4.00	-0.33
8	3.50	4.00	-0.50
9	3.67	4.00	-0.33
13	3.00	4.00	-1.00
17	3.17	4.00	-0.83
19	3.17	4.00	-0.83
30	4.00	4.00	0.00
33	4.00	4.00	0.00
35	4.00	4.00	0.00

10. Pengumpulan Data Kuesioner Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian Jasa (*Delivery Gap*)

Penyebaran kuesioner ini sebagai langkah awal dalam proses pengumpulan data Gap 3.

11. Perhitungan Gap 3

Perhitungan Gap 3 menggunakan hasil pengumpulan data dari kuesioner penyampaian jasa. Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa. Hasil perhitungan Gap 3 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan Selisih Penyampaian Jasa dan Kondisi Ideal (Gap 3)

No Variabel	Rata-Rata Penyampaian Jasa	Kondisi Ideal	Selisih Rata-Rata (Gap 3)
4	3.00	4.00	-1.00
5	3.00	4.00	-1.00
6	3.00	4.00	-1.00
8	3.00	4.00	-1.00
9	3.00	4.00	-1.00
13	3.00	4.00	-1.00
17	4.00	4.00	0.00
19	3.00	4.00	-1.00
30	3.00	4.00	-1.00
33	3.00	4.00	-1.00
35	3.00	4.00	-1.00

5. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN

5.1 Analisis Variabel yang Mengalami Proses Reduksi

Pada saat proses penyebaran kuesioner tingkat kepentingan I terdapat 8 variabel yang mengalami proses reduksi. Variabel-variabel tersebut kemudian dianalisis untuk diketahui penyebab variabel tersebut mengalami proses reduksi. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa para pelanggan menganggap 8 variabel tersebut tidak penting, sehingga memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan < 3.

5.2 Analisis Hasil Pengolahan Data Gap 5 (Persepsi Pelanggan dan Ekspektasi Pelanggan)

Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data pada Gap 5 terdapat 11 variabel yang bernilai negatif (-). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap pelayanan yang telah diterimanya. Oleh karena itu perlu dianalisis lebih lanjut mengenai kondisi sekarang terkait ke-11 variabel tersebut beserta penyebab dari timbulnya ketidakpuasan tersebut seperti pada Tabel 8.

Tabel 8. Faktor-Faktor Penyebab Timbulnya Gap 5

Kondisi Sekarang	Penyebab
1. Penanganan keluhan pelanggan belum dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat	
Penanganan keluhan terkadang belum dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat	<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya keluhan pelanggan yang perlu ditangani pada waktu yang sama - Terdapat kendala besar pada waktu bersamaan misalnya terjadinya bocoran besar dan atau adanya masalah lain seperti perawatan jaringan yang belum tuntas yang berdampak terhadap distribusi air ke pelanggan, sehingga penanganan keluhan pelanggan mengalami keterlambatan
2. Terkadang air mengalami gangguan seperti kondisi air yang tiba-tiba mati atau volumenya mengecil	
Volume air yang diterima terkadang mengecil atau mati, hal ini biasa terjadi pada siang hari	Dapat diakibatkan karena terjadinya bocoran atau gangguan pada saat pendistribusian air
3. Pendataan jumlah penggunaan air per bulan terkadang tidak tepat	
Pendataan jumlah penggunaan air per bulan terkadang tidak tepat	<ul style="list-style-type: none"> - Meter air yang buram, mengakibatkan jumlah pemakaian pada meter air tidak terbaca dengan jelas pada saat pencatatan - <i>Human Error</i>, seperti pencatatan meter air yang

Tabel 8. Faktor-Faktor Penyebab Timbulnya Gap 5 (lanjutan)

Kondisi Sekarang	Penyebab
	dilakukan secara taksiran (biasa terjadi manakala rumah pelanggan kosong)
4. Terkadang terdapat gangguan pada saat pendistribusian air	
Terkadang terdapat gangguan pada saat pendistribusian air	Kebocoran pada pipa distribusi atau gangguan teknis lainnya
5. Waktu dilakukannya penanganan perbaikan terkadang melebihi waktu yang telah dijanjikan	
Waktu dilakukannya penanganan perbaikan terkadang melebihi waktu yang telah dijanjikan	<i>Human Error</i> , dapat terjadi pada saat bagian teknis tidak membawa peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan perbaikan
6. Jadwal pengiriman tagihan terkadang mengalami keterlambatan	
Tagihan pembayaran yang diterima pelanggan terkadang melebihi dari tanggal 15	- Alamat tidak ditemukan - Jumlah pegawai pengirim tagihan tidak seimbang dengan jumlah pelanggan
7. Jumlah tagihan pemakaian air terkadang tidak sesuai dengan penggunaan pelanggan	
Jumlah tagihan pemakaian air terkadang tidak sesuai dengan penggunaan pelanggan	Pendataan jumlah penggunaan air per bulan yang tidak tepat
8. Permasalahan pelanggan ditangani tidak berdasarkan urutan pelanggan yang melakukan pengaduan terlebih dahulu	
Permasalahan pelanggan ditangani tidak berdasarkan urutan pelanggan yang melakukan pengaduan terlebih dahulu	- Penangan keluhan tidak langsung ditangani, tetapi menunggu dulu keluhan pelanggan lain yang terdapat pada daerah yang sama - Kurangnya tenaga operasional lapangan yang khusus untuk menangani keluhan pelanggan
9. Tidak terdapat lebih dari satu saluran pengaduan melalui telepon	
Tidak terdapatnya lebih dari satu saluran telepon, sehingga pelanggan merasakan kesulitan pada saat ingin melakukan pengaduan keluhan	Terdapatnya 1 saluran telepon dirasa perusahaan sudah dapat menampung semua keluhan pelanggan, padahal kenyataannya blm dapat. Hal ini dapat disebabkan karena jaringan sibuk atau terdapatnya pelanggan lain yang melakukan pengaduan keluhan juga
10. Terkadang kasir tidak menggunakan pakaian yang rapi	
Terkadang kasir tidak menggunakan seragam kantor pada saat melakukan proses kerjanya	- Tidak terdapatnya sanksi bagi karyawan yang tidak menggunakan seragam - Tenaga ahli asing tidak pernah menggunakan pakaian seragam kantor, sehingga berimbas pada karyawan lainnya
11. Terkadang <i>customer service</i> tidak menggunakan pakaian yang rapi	
Terkadang <i>customer service</i> tidak menggunakan seragam kantor pada saat melakukan proses kerjanya	- Tidak terdapatnya sanksi bagi karyawan yang tidak menggunakan seragam - Tenaga ahli asing tidak pernah menggunakan pakaian seragam kantor, sehingga berimbas pada karyawan lainnya

5.3 Analisis Hasil Pengolahan Data Gap 1 (Persepsi Manajemen)

Berdasarkan perhitungan pada Gap 1 dapat diketahui bahwa terdapat 5 variabel yang bernilai negatif (-), oleh karena itu perlu dianalisis lebih lanjut mengenai variabel apa saja yang menyebabkan timbulnya nilai negatif (-) pada Gap 1. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa V4, V5, V8, V9 dan V19 merupakan penyebab timbulnya Gap 5 bernilai negatif yang diakibatkan karena persepsi manajemen yang salah atau kurang tepat terhadap ekspektasi pelanggan.

5.4 Analisis Hasil Pengolahan Data Gap 2 (Spesifikasi Kualitas Jasa)

Berdasarkan perhitungan pada Gap 2 dapat diketahui bahwa terdapat 3 variabel yang bernilai negatif (-), oleh karena itu perlu dianalisis lebih lanjut mengenai variabel apa saja yang menyebabkan timbulnya nilai negatif (-) pada Gap 2. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa V6, V13, dan V17 merupakan penyebab timbulnya Gap 5 bernilai negatif yang diakibatkan karena spesifikasi kualitas jasa (*standard performance*) tidak dilakukan secara formal (Standar tertulis sesuai dengan ekspektasi pelanggan, jelas, dan dikomunikasikan kepada karyawan).

5.5 Analisis Hasil Pengolahan Data Gap 3 Penyampaian Jasa (*Service Delivery*)

Berdasarkan perhitungan pada Gap 3 diketahui bahwa terdapat 3 variabel yang bernilai negatif (-), oleh karena itu perlu dianalisis lebih lanjut mengenai variabel apa saja yang menyebabkan timbulnya nilai negatif (-) pada Gap 3. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa V30, V33, dan V35 merupakan penyebab timbulnya Gap 5 bernilai negatif yang mengakibatkan target yang tidak mencapai standar.

5.6 Usulan Perbaikan

Berikut ini merupakan keseluruhan usulan perbaikan untuk semua Gap berdasarkan variabel dan prioritas utama perbaikannya:

- a. Diperlukan pembagian tenaga personil lapangan untuk tiap wilayah.
- b. Perlu ditingkatkan upaya penanggulangan kehilangan air.
- c. Perlu segera dilakukan rehabilitasi pipa-pipa lama yang masih ada.
- d. Perlu dipertimbangkan merelokasi pipa ke tempat yang lebih aman dari kemungkinan menerima tekanan berat akibat tingginya beban badan jalan.
- e. Diperlukan optimalisasi tenaga personil lapangan (peningkatan *skill* dari tenaga personil lapangan).
- f. Diperlukan *training* yang berhubungan dengan permasalahan teknis untuk bagian *customer service* yang berkaitan dengan penerimaan laporan keluhan pelanggan.
- g. Perlu dijadwalkan program penggantian meter air secara berkala.
- h. Perlu dilakukan rotasi area pencatatan bagi setiap pencatat meter air.
- i. Terdapatnya GPS untuk mempermudah pegawai pengirim menemukan alamat yang dituju.
- j. Penambahan jumlah pegawai pengirim tagihan.
- k. Penambahan jumlah saluran telepon dan petugas penerima telepon pengaduan pelanggan.
- l. Diperlukan penerapan sanksi bagi karyawan yang melanggar termasuk dalam berpakaian seragam.
- m. Sebaiknya pihak tenaga ahli asing diwajibkan pula untuk mengenakan pakaian seragam kantor.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data Gap 5 didapatkan bahwa terdapat 11 variabel yang bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan tidak sesuai dengan ekspektasi (harapannya), ke-11 variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 8. Hal ini dapat diakibatkan karena Gap 1, Gap 2, atau Gap 3.
2. Terdapat beberapa usulan perbaikan yang dapat dilakukan untuk mengurangi atau mencegah timbulnya rasa ketidakpuasan pelanggan PAM JAYA, dapat dilihat pada Subbab 5.6.

6.2 Saran

Saran yang diberikan berupa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.

1. Saran untuk perusahaan.
Terdapat beberapa usulan perbaikan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencegah timbulnya rasa ketidakpuasan pelanggan. Selain itu sebaiknya diadakan pengukuran mengenai tingkat kepuasan pelanggan minimal 1 tahun sekali, untuk mengetahui apakah target-target perusahaan sudah tercapai atau belum.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya.
 - a. Pengujian kepuasan pelanggan PAM JAYA untuk penelitian berikutnya sebaiknya dilakukan pula untuk wilayah Jakarta lainnya, seperti Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Utara, dan Jakarta Pusat.
 - b. Pengujian kepuasan pelanggan PAM JAYA untuk penelitian berikutnya sebaiknya dilakukan dengan menggunakan kelompok pelanggan lainnya.
 - c. Pengujian berikutnya sebaiknya digunakan dengan menggunakan metode lain, hal ini untuk mengetahui *output* lain yang didapatkannya.

REFERENSI

Parasuraman, Zeithaml *and* Berry. 1990. *Delivering Quality Service (Balancing Customer Perceptions and Expectations)*. The Free Press, New York.

Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. CV ALFABETA, Bandung.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.