

Artikel_Bu Ralina 1_Analisis . . .

by perpustakaan stimykp

Submission date: 18-Mar-2022 03:07AM (UTC-0400)

Submission ID: 1711572664

File name: 1_Analisis_kepuasan_pelanggan.pdf (545.2K)

Word count: 5033

Character count: 32528

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN
IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS
PADA PDAM TIRTA MARTA YOGYAKARTA**

**THE CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS USING
IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS
THE PDAM TIRTA MARTA YOGYAKARTA**

Ralina Transistari

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
email: ralina_tr@yahoo.com

ABSTRAK

5
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Marta Yogyakarta dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan dimensi *SERVQUAL*. Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai kinerja dan kepentingan pada setiap item yang terdapat pada dimensi *SERVQUAL* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terhadap 92 pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta, baik pelanggan rumah tangga, sosial, niaga, instansi, maupun industri. Berdasar hasil analisis setiap dimensi diketahui bahwa variabel yang dianggap penting tetapi kinerjanya belum memuaskan (kuadran 1) adalah kecepatan dan ketanggapan pelayanan, sikap petugas di loket maupun petugas teknik, serta kebersihan kantor. Variabel yang berkinerja baik dan penting bagi pelanggan (kuadran 2) adalah kemudahan pendaftaran pelanggan baru dan ketanggapan petugas pembayaran rekening, keterampilan karyawan dan petugas teknis dalam menangani gangguan. Kuadran 3 menunjukkan variabel yang kurang penting bagi pelanggan dan kinerjanya tidak istimewa, yaitu pencatatan di rumah pelanggan, keramahan petugas pengaduan, kejujuran dalam proses sambungan baru, kenyamanan ruang tunggu, dan kemudahan memperoleh buku petunjuk. Variabel yang termasuk kuadran 4 adalah variabel yang kurang penting bagi pelanggan sementara kinerjanya sudah baik, yaitu kecepatan petugas lapangan, ketanggapan petugas pencatat, kepekaan petugas penerima keluhan, dan fasilitas parkir.

Kata kunci: *importance*, *performance*, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

5
This study aims to determine customer satisfaction with the quality of service of Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Marta Yogyakarta using the Importance-Performance Analysis. The quality of service was measured using SERVQUAL dimensions. The analysis has been done by comparing the value of performance and importance on SERVQUAL dimensions namely reliability, responsiveness, assurance,

empathy, and tangibles. The data was collected using a questionnaire to 92 PDAM Tirta Marta Yogyakarta customers, including household, social, commercial, institution, and industrial ones. The analysis of each dimension shows that the variables important for customers but the performances have not yet been satisfactory (quadrant 1) are the speed and responsiveness of service, attitude of staff at the counter or engineering officers, as well as office cleaning. Variables that have been performing well and important for customers (quadrant 2) are the ease of registration of new customers and responsiveness accounts payment officer; and employee skills and technical officers in dealing with disruption. Quadrant 3 shows the variables that are less important to the customers and their performances are nothing special could be identified as the recording at home customer complaints officer hospitality, honesty in the process of a new connection, the waiting room comfort, and ease of obtaining user guide. Quadrant 4 is a variable that is less important to customers while its performance has been good are the velocity field officer, the registrar responsiveness, the sensitivity of officer who has received complaints, and the parking facilities.

Keywords: importance, performance, satisfaction

PENDAHULUAN

Air bagi manusia merupakan kebutuhan primer yang diperlukan untuk berbagai kepentingan, baik untuk rumah tangga seperti minum, memasak, mandi, maupun untuk keperluan operasional berbagai industri. Air tidak hanya berfungsi ekonomi tetapi juga sosial. Kondisi air yang bersih dan sehat sangat diperlukan untuk menjaga kesehatan masyarakat. Tersedianya air dengan kapasitas yang cukup dan teratur akan berdampak pada perkembangan berbagai sektor pembangunan di masyarakat. Mengingat fungsinya yang sangat vital tersebut, pengelolaan air bersih diserahkan kepada perusahaan yang dikelola pemerintah daerah yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). PDAM sebagai badan pelayanan masyarakat dituntut untuk mengutamakan pemenuhan kebutuhan akan air yang memenuhi kualitas dengan harga terjangkau. Di sisi lain, PDAM harus dikelola dengan baik sesuai prinsip manajemen sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Jasa PDAM meliputi produksi dan distribusi air minum yang bersih, sehat, dan memadai untuk keperluan rumah tangga maupun industri sehingga menunjang perkembangan ekonomi dan derajat kesehatan penduduk.

PDAM Tirta Marta Yogyakarta didirikan berdasar peraturan daerah Kotamadya Yogyakarta nomor 3 tanggal 19 Juni 1976. Sampai dengan

saat ini jumlah pelanggannya mencapai 34.000 pelanggan, yang terdiri atas kelompok pelanggan rumah tangga, industri, sosial, usaha/niaga, instansi pemerintah, dan lainnya. Pasokan air PDAM Tirta Marta selama ini berasal dari 34 sumur dalam, sumber air Umbulwadon, dan padasan sungai yang mayoritas berada di Kabupaten Sleman. Untuk mencukupi kebutuhan pelanggan PDAM harus menyediakan pasokan air bersih sejumlah 1.000 liter debit air per detik.

Fokus pada pelanggan bagi PDAM Tirta Marta sudah menjadi perhatian, karena disadari dari pelangganlah pendapatan perusahaan diperoleh. Berbagai upaya terus dilakukan untuk dapat memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Oleh karena kepuasan pelanggan bagi perusahaan sektor publik merupakan hasil dari suatu pelayanan publik yang dapat dikategorikan sebagai tujuan tingkat tinggi dalam sistem pengukuran kinerja (Mahmudi, 2005).

Pertumbuhan jumlah penduduk kota Yogyakarta menjadikan kebutuhan akan air bersih terus meningkat. Hal ini menjadi tantangan bagi PDAM Tirta Marta untuk dapat memenuhi harapan pelanggannya. Pada prinsipnya pelayanan air bersih dapat dinilai dari 3 K yaitu Kualitas, Kuantitas, dan Kontinuitas. Kualitas menyangkut kondisi air yang memenuhi syarat kesehatan seperti: jernih, tidak berwarna, dan tidak berbau. Kuantitas berkaitan dengan jumlah yang tersedia untuk memenuhi

kebutuhan pelanggan, hal ini sangat tergantung pada sumber air yang dapat dieksplorasi oleh perusahaan seperti dari mata air, air sumur dalam, dan air sumur permukaan. Sementara kontinuitas adalah adanya jaminan PDAM dapat memberikan pasokan air bersih secara teratur mengingat air dibutuhkan setiap saat.

Sebagai perusahaan sektor publik, PDAM Tirta Marta dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan dapat terlayani dan dapat menghasilkan keuntungan sehingga menjadi sumber pendapatan bagi daerah. Perusahaan sangat menyadari bahwa dari pelangganlah pendapatan diperoleh sehingga dapat menyumbang keuntungan. Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan menjadi sangat penting posisinya. Sementara dalam rangka memberikan pelayanan terbaik, perusahaan memiliki kendala sumber air yang terbatas dan tarif yang harus terjangkau masyarakat mengingat air bersih merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

Berdasar latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Marta Yogyakarta dilihat dari tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada manajemen PDAM Tirta Marta Yogyakarta untuk perbaikan kualitas pelayanan agar memuaskan konsumen.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan yang dirasakan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan terhadap tingkat kepentingannya. Sementara menurut Kotler (2003) merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk (jasa) yang diterima dengan yang diharapkan. Sedangkan Tjiptono dan Chandra (2005) mengartikan kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dengan kata lain kepuasan

pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Harapan tersebut kemudian dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya. Jika harapannya lebih tinggi daripada kinerja produk, pelanggan tidak akan puas, dan sebaliknya jika harapan sama atau lebih dengan kinerja produk mereka akan puas (Aritonang, 2005). Berbagai definisi di atas menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk dari dua ukuran yaitu harapan pelanggan yang dipengaruhi oleh tingkat kepentingannya dengan kinerja produk. Oleh karena kepuasan yang dirasakan pelanggan bertendensi untuk menjadikan mereka pelanggan yang loyal, maka perusahaan berusaha untuk dapat memenuhi harapan pelanggan agar mereka puas. Hal ini menyebabkan mengukur kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi perusahaan, meski disadari bahwa hal tersebut tidaklah mudah. Kepuasan pelanggan juga merupakan sesuatu yang terus bergerak dan tidak bersifat statis. Hal ini menjadikan perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja produk atau jasanya secara terus-menerus sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga pelanggan tidak tergiur dengan tawaran produk atau jasa lainnya.

Kualitas Pelayanan

Secara umum pelanggan akan puas jika produk atau jasa yang dikonsumsi berkualitas. Ukuran kualitas sekarang ini lebih bersifat subjektif yang lebih berorientasi pada persepsi, oleh karena ukuran obyektif tidak atau susah digunakan untuk mengukur kualitas jasa (Aritonang, 2005). Ukuran subjektif dapat menggunakan angket kepuasan pelanggan agar dapat diketahui persepsi pelanggan atas kualitas produk atau jasa yang dikonsumsi. Hal ini menjadikan atribut-atribut kualitas yang dimiliki oleh sebuah produk atau jasa perlu diidentifikasi. Atribut-atribut kualitas produk atau jasa dapat berbeda sesuai dengan produk atau jasanya. Sebagai contoh kualitas jasa perusahaan telekomunikasi dapat diukur dari atribut harga, jasa tambahan, kenyamanan prosedur, kualitas panggilan, dan lainnya. Sementara untuk

perusahaan perbankan bisa mencakup atribut kecepatan pelayanan, jumlah produk yang ditawarkan, akurasi janji, profesionalisme, dan lainnya.

Identifikasi atribut-atribut yang membentuk kualitas tersebut dapat dilakukan dengan pengembangan dimensi kualitas. Dimensi kualitas jasa yang paling banyak digunakan dalam penelitian dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990) yang dikenal sebagai SERVQUAL (*service quality*). Dimensi SERVQUAL meliputi dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Kelima dimensi tersebut diukur melalui 22 item pertanyaan yang merupakan jabaran dari masing-masing dimensi.

Atribut-atribut kinerja produk yang membentuk kepuasan pelanggan ada yang bersifat umum untuk suatu industri dan khusus berlaku untuk satu perusahaan (Aritonang, 2005). Sebagai contoh, atribut umum untuk jasa terdiri atas jaminan, pemberian pelayanan, penanganan keluhan, dan penyelesaian masalah. Sementara atribut umum barang meliputi kaitan nilai dengan harga, kualitas barang, manfaat barang, desain barang, konsistensi, dan pelayanan. Atribut khusus tergantung pada jenis usahanya, seperti usaha penyalur komputer dapat berupa ketersediaan suku cadang, ketepatan waktu, layanan purna jual, dan kemampuan teknis.

Importance Performance Analysis

Pada tahun 1977, Martilla dan James memperkenalkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA ditampilkan dalam bentuk *Importance and Performance Matrix* yang menggabungkan tingkat kepentingan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan sebuah institusi. Dengan kata lain konsep ini mengukur tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi.

Dari berbagai persepsi tingkat kepentingan pelanggan, dapat dirumuskan mana variabel yang paling dominan. Konsep kemudian dikaitkan dengan pentingnya variabel tersebut dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan. Sebagai contoh apabila harga menjadi variabel yang sangat penting bagi pelanggan (*high importance*), sementara pelanggan merasakan harga sangat mahal (*low performance*), dapat disarankan kepada perusahaan agar menurunkan harga untuk meningkatkan *performance*-nya. Kondisi tersebut dapat digambarkan dalam diagram *Importance and Performance Matrix* di bawah ini:

High IMPORTANCE	1 <i>Concentrate Here</i>	2 <i>Keep up the Good Work</i>
	3 <i>Low Priority</i>	3 <i>Possible Overkill</i>
Low	Low	High
	PERFORMANCE	

Gambar 1. IPA Framework (Wong et al., 2011)

Matriks di atas terdiri atas 4 kuadran. Keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Rangkuti, 2003):

Kuadran 1

Kuadran ini menunjukkan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan,

atau tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara melakukan perbaikan terus-menerus sehingga *performance* meningkat.

Kuadran 2

Kuadran ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan

faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

Kuadran 3

Pada kuadran terdapat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terdapat manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

Kuadran 4

Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, atau dengan cara mengalokasikan sumberdaya pada variabel lain

Apabila kita menarik garis diagonal dari sudut kiri bawah ke kanan atas, garis tersebut akan menunjukkan korelasi yang positif antara kinerja dan kepentingannya (Aritonang, 2005). Jika suatu variabel berada pada garis diagonal tersebut berarti variabel tersebut dapat dikatakan sudah memenuhi harapan pelanggan. Sebaliknya jika berada jauh dari garis diagonal, variabel tersebut tidak berada pada kondisi ideal. Variabel tersebut mungkin kurang memuaskan atau sebaliknya lebih memuaskan pelanggan.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan banyak dilakukan seiring dengan kesadaran perusahaan akan pentingnya hal tersebut. Sebagai perusahaan publik, PDAM menjadi menarik sebagai obyek penelitian mengingat produknya yang sangat penting bagi masyarakat dan jangkauan layanan yang menyangkut banyak konsumen.

Penelitian terkait kinerja perusahaan air minum dilakukan oleh Lambok Panjaitan (2004) yang hasilnya menyatakan terhadap hubungan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel pandangan masyarakat terhadap pelayanan DPAM Tirta Musi di Palembang. Atribut yang digunakan dalam menilai kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitiannya mencakup pelayanan jasanya sendiri seperti kualitas air, distribusi, harga, pencatatan, penanganan keluhan, sikap petugas, dan juga fasilitas pelayanannya yang mencakup kenyamanan ruang tunggu, ruang pembayaran, jam kerja, informasi, dan tempat parkir.

Sementara Eka Wulansari (2007) dalam penelitiannya yang menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Semarang menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan termasuk kurang baik karena harapan pelanggan tidak sesuai dengan kinerja aktual. Atribut kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang berada pada kategori kurang baik terdapat 9 yaitu *serviceability*, sistem pengiriman, prosedur pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan, tanggung jawab petugas pelayanan, kemampuan pelayanan petugas, kewajaran biaya pelayanan, kepastian biaya, dan kepastian jadwal pelayanan. Sedangkan unsur dalam kategori baik terdapat 8 yaitu kualitas produk, persyaratan pelayanan, kejelasan petugas pelayanan, kecepatan pelayanan sebesar, keadilan mendapatkan pelayanan sebesar, kesopanan dan keramahan petugas, kenyamanan lingkungan, dan keamanan lingkungan.

Guntur dan Setiaji (2006) yang meneliti tentang kepuasan pelanggan dengan menggunakan *service quality (SERVQUAL)* menyimpulkan bahwa untuk dimensi *responsiveness* dan *emphaty* kualitas pelayanan PDAM Surakarta dinilai baik. Sementara untuk dimensi *assurance*, *tangible*, dan *reliability* terdapat gap yang besar dan negatif artinya belum dapat memuaskan pelanggan. Hal yang menarik dari ketiga peneliti di atas, mereka menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang berbeda meskipun perusahaan yang menjadi obyek penelitiannya sejenis.

Sementara penelitian yang menggunakan *Importance and Performance Analysis (IPA)* sudah

dilakukan oleh banyak peneliti antara lain Setiawan (2005) yang meneliti tingkat kepuasan pengguna kereta api komuter dengan hasil faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan adalah kebersihan dan keamanan stasiun. Sementara Kitcharoen (2004) melakukan penelitian di universitas swasta di Thailand dengan hasil mahasiswa memiliki persepsi yang lebih tinggi terhadap atribut *importance* dibanding staf, tetapi sebaliknya untuk atribut *performance*. Penggunaan IPA pada penelitian pelayanan *e-government* di Jepang dilakukan oleh Wong et al. (2011) dan dinyatakan bahwa metode IPA sebagai alat evaluasi yang sangat membantu untuk menemukan atribut-atribut yang berkinerja baik dan yang perlu ditingkatkan dan membutuhkan tindakan segera. Sementara Sezhan et al. (2011) melakukan penelitian pada perusahaan transportasi (bus) menggunakan IPA dengan membedakan antar persepsi manajer dan penumpang.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini mencakup seluruh pelanggan aktif yang menggunakan jasa PDAM Tirta Marta, baik pelanggan rumah tangga, sosial, maupun niaga. Sampel yang diambil sebanyak 92 pelanggan dari 100 pelanggan yang mengisi kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Lokasi responden dalam penelitian ini diambil di lima lokasi yang menjadi jangkauan pelayanan PDAM Tirta Marta Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Freddy Rangkuti yang melakukan penelitian kepuasan pelanggan pada PT PLN dan juga Perusahaan Air Minum (2002). Dimensi kualitas pelayanan yang diteliti terdiri atas 5 dimensi mengacu pada penelitian Parasuraman et al. dengan beberapa penyesuaian yaitu:

- a) kemampuan melaksanakan jasa (*reliability*);
- b) kecepatan dan tanggapan petugas dalam memberikan jasa (*responsiveness*);
- c) kemananan dan kesopanan petugas serta sifat dapat dipercaya (*assurance*);

- d) kepedulian petugas dalam memberikan pelayanan (*emphaty*); dan
- e) penampilan petugas, fisik dan fasilitas kantor pelayanan (*tangibles*).

Masing-masing dimensi diwakili oleh beberapa pertanyaan yang menyangkut pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. Kuesioner disusun dengan skala likert dengan lima pilihan. Untuk aspek kepentingan, para responden diberi pertanyaan bagaimana penilaian mereka terhadap kinerja PDAM dilihat dari kelima kelompok item pertanyaan yang meliputi 5 dimensi kualitas pelayanan. Demikian juga untuk aspek kinerja yang selama ini telah dirasakan oleh pelanggan. Untuk memastikan apakah instrumen penelitian yang digunakan valid dan reliabel, sebelumnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada butir-butir pertanyaan.

Pada dasarnya analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai pada setiap item yang terdapat pada setiap dimensi yaitu antara nilai indeks kinerja (x) dengan nilai index kepentingan (y). Hasil perbandingan ditampilkan dalam matriks berupa skater diagram untuk tujuan menentukan pada kuadran mana setiap item dalam satu dimensi itu berada. Batas kuadran ditentukan berdasar nilai rata-rata dalam setiap dimensi.

Variabel yang memiliki nilai kinerja di bawah rata-rata berarti harus ditingkatkan kualitasnya, sedangkan yang sudah di atas rata-rata perlu dipertahankan karena telah memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggan. Selain dilihat dari kinerja, setiap variabel juga dilihat dari nilai kepentingannya, sehingga memberikan gambaran kepada manajemen untuk variabel mana yang perlu ditingkatkan sesuai dengan kepentingannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas baik pada variabel kepentingan maupun kinerja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Faktor	Importance		Performance	
	Sig.	Validitas	Sig.	Validitas
A1	0.002	Valid	0.001	Valid
A2	0.000	Valid	0.000	Valid
A3	0.000	Valid	0.000	Valid
B1	0.004	Valid	0.007	Valid
B2	0.037	Valid	0.006	Valid
B3	0.000	Valid	0.000	Valid
B4	0.000	Valid	0.000	Valid
C1	0.000	Valid	0.001	Valid
C2	0.000	Valid	0.000	Valid
C3	0.000	Valid	0.000	Valid
C4	0.000	Valid	0.000	Valid
D1	0.027	Valid	0.017	Valid
D2	0.041	Valid	0.004	Valid
D3	0.003	Valid	0.005	Valid
E1	0.005	Valid	0.012	Valid
E2	0.001	Valid	0.002	Valid
E3	0.016	Valid	0.035	Valid
E4	0.021	Valid	0.020	Valid
E5	0.000	Valid	0.001	Valid

Sedangkan Uji Reliabilitas dilakukan dengan melihat besaran Cronbach's Alpha. Adapun hasil uji ini menghasilkan Cronbach's Alpha sebesar 0,656 untuk *Importance* dan sebesar 0,657 untuk *Performance*, dengan demikian keduanya reliabel.

Hasil Importance Performance Analysis

Tabel berikut memperlihatkan hasil perhitungan nilai indeks tingkat kepentingan dan kinerja di setiap faktor.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Indeks *Importance* dan *Performance*

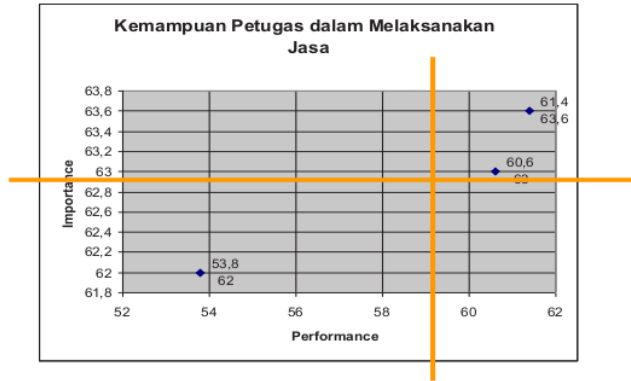
Variabel Kualitas Pelayanan	Indeks <i>Importance</i>	Indeks <i>Performance</i>
A. Kemampuan petugas dalam melaksanakan jasa		
1. Kemudahan dalam proses pendaftaran pelanggan baru.	63,0	59,8
2. Kemudahan dalam pembayaran rekening di loket pembayaran	63,6	61,4
3. Pelaksanaan pencatatan di rumah pelanggan.	62,0	53,8
B. Kecepatan dan ketanggapan petugas dalam memberikan jasa		
1. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi	61,0	54,6
2. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam proses pembayaran rekening	64,4	58,8
3. Kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	58,8	57,4
4. Ketanggapan petugas pencatat dalam melaksanakan pencatatan	56,6	58,2
C. Keramahan dan kesopanan petugas serta sifat dapat dipercaya		
1. Keramahan dan kesopanan petugas penerima pengaduan dalam memberikan pelayanan	60,4	57,6
2. Kejujuran karyawan dalam proses pembayaran sambungan baru	57,6	56,2
3. Keterampilan karyawan dalam menangani proses pembayaran rekening	62,2	60,6
4. Keterampilan petugas teknis dalam menangani gangguan teknik	61,8	59,8
D. Kepedulian petugas dalam memberikan layanan		
1. Sikap petugas di loket-loket pembayaran	62	54,2
2. Kepekaan petugas penerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi	60	59,6
3. Sikap petugas teknik terhadap pelanggan dalam melaksanakan tugasnya	61,8	53,6
E. Penampilan petugas, fisik, dan fasilitas kantor pelayanan		
1. Kebersihan dan kerapian berpakaian petugas	63,6	59,6
2. Kebersihan kantor pelayanan secara umum	62,8	52,6
3. Kenyamanan ruang tunggu kantor pelayanan	59,4	50,8
4. Fasilitas tempat parkir	60,4	59,2
5. Kemudahan untuk memperoleh buku petunjuk tentang informasi pelayanan	55,8	53,4
Nilai Rata-rata Indeks	60,9	56,9

Analisis dilakukan untuk setiap dimensi dengan cara membandingkan tingkat kepentingan dengan kinerja pelayanan PDAM. Secara berurutan adalah sebagai berikut:

Kemampuan petugas dalam melaksanakan jasa (reliability)

Variabel-variabel yang diukur adalah:

- a.1. Kemudahan dalam proses pendaftaran pelanggan baru.
- a.2. Kemudahan dalam pembayaran rekening di loket pembayaran.
- a.3. Pelaksanaan pencatatan di rumah pelanggan.



Analisis:

Pada dimensi kemampuan petugas dalam melaksanakan jasa yang mengukur 3 variabel ternyata variabel “pelaksanaan pencatatan di rumah pelanggan” (a.3.) berada kuadran 3. Hal ini berarti menurut pelanggan variabel tersebut tidak penting dan memiliki kepuasan yang rendah. Meski demikian variabel ini tetap menjadi perhatian perusahaan, mengingat pencatatan meter penggunaan menjadi penentu jumlah pemakaian air minum oleh pelanggan.

Untuk variabel “kemudahan dalam proses pendaftaran pelanggan baru” dan “kemudahan dalam pembayaran rekening di loket pembayaran” masuk ke dalam kuadran 3. Ini berarti variabel-

variabel tersebut dirasa penting oleh pelanggan dan kinerja PDAM selama ini dirasa sudah memberikan kepuasan. Untuk itu variabel-variabel ini harus tetap diperhatikan kinerjanya karena menjadi pelayanan yang unggul dimata pelanggan.

Kecepatan dan ketanggapan petugas dalam memberikan jasa (responsiveness)

Variabel-variabel yang diukur adalah:

- b.1. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi.
- b.2. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam proses pembayaran rekening.
- b.3. Kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- b.4. Ketanggapan petugas pencatat dalam melaksanakan pencatatan.



Analisis:

Pada dimensi *responsiveness* ini pelayanan PDAM yang dinilai unggul adalah “kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam proses pembayaran rekening” (b.2.). Variabel ini menurut pelanggan juga dinilai penting, oleh karena itu PDAM patut mempertahankannya.

Sementara untuk variabel “kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan” (b.3.) dan “ketanggapan petugas pencatat dalam melaksanakan pencatatan” (b.4.) PDAM telah berkinerja memuaskan. Namun demikian variabel ini ternyata tidak dirasa penting oleh pelanggan.

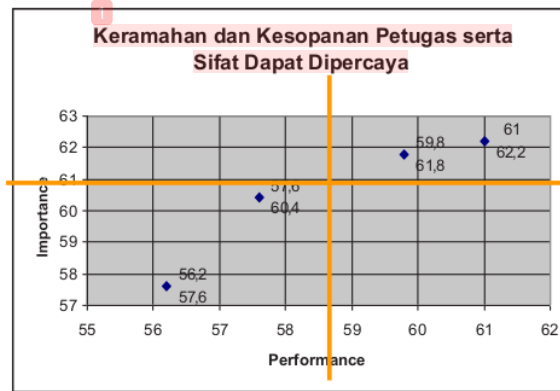
Variabel yang perlu mendapat perhatian adalah “kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi” (b.1.). Kinerja variabel ini

dirasa kurang memuaskan oleh pelanggan padahal variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dimata pelanggan. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan kinerja bagian administrasi terutama yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Keramahan dan kesopanan petugas serta sifat dapat dipercaya (assurance)

Variabel-variabel yang diukur adalah:

- c. 1. Keramahan dan kesopanan petugas penerima pengaduan dalam memberikan pelayanan.
- c.1. Kejujuran karyawan dalam proses pembayaran sambungan baru.
- c.2. Keterampilan karyawan dalam menangani proses pembayaran rekening.
- c.3. Keterampilan petugas teknis dalam menangani gangguan teknik.



Analisis:

Pada dimensi *assurance* atau diartikan sebagai keramahan dan kesopanan petugas serta sifat dapat dipercaya, pelayanan PDAM dinilai memuaskan oleh pelanggan terutama untuk variabel “keterampilan karyawan dalam proses pembayaran rekening” (c.3.) dan “keterampilan petugas teknis dalam menangani gangguan teknik” (c.4.). Variabel ini menurut pelanggan juga menjadi variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi. Dengan demikian PDAM patut memelihara variabel ini karena dapat menjadi keunggulan dalam pelayanan, misalnya dengan terus menambah keterampilan karyawan dalam pelayanan dan peningkatan kemampuan petugas teknis gangguan.

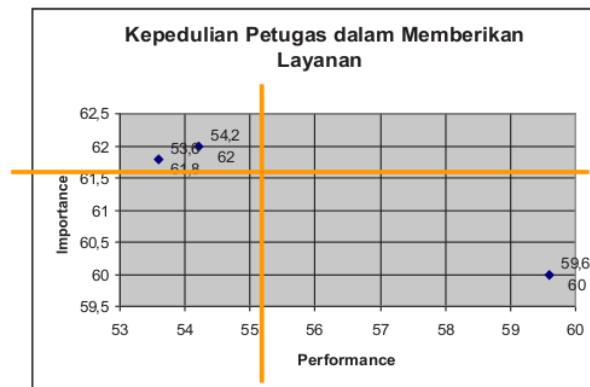
Di sisi yang lain, pelanggan menilai layanan yang diberikan oleh PDAM terutama pada variabel c.1. yaitu “keramahan dan kesopanan petugas penerima pengaduan dalam memberikan layanan”

dan variabel c.2. yaitu “kejujuran karyawan dalam proses pembayaransambungan baru” tidak menjadi variabel yang dirasa penting oleh pelanggan. Kinerja PDAM sendiri belum cukup memuaskan di mata pelanggan. Perlu diperhatikan variabel c.1. meski masuk pada kuadran 3, akan tetapi sebenarnya mendekati kuadran 1 (tingkat kepentingan tinggi di mata konsumen), untuk itu peningkata kinerja variabel ini sebaiknya mendapat perhatian di masa yang akan datang.

Kepedulian petugas dalam memberikan layanan (emphaty)

Variabel-variabel yang diukur adalah:

- d.1. Sikap petugas di loket-loket pembayaran.
- d.2. Kepekaan petugas penerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi
- d.3. Sikap petugas teknik terhadap pelanggan dalam melaksanakan tugasnya.

**Analisis:**

Kepedulian petugas dalam memberikan layanan ternyata menurut pelanggan memiliki kepentingan tinggi, terutama untuk variabel “sikap petugas di loket-loket pembayaran” (d.1.) dan “kepekaan petugas penerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi” (d.2.). Namun sayangnya layanan PDAM pada variabel itu dirasa belum dapat memuaskan pelanggan. Tentu saja hal ini menjadi masukan berharga bagi PDAM untuk menentukan strategi peningkatan kinerja agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan.

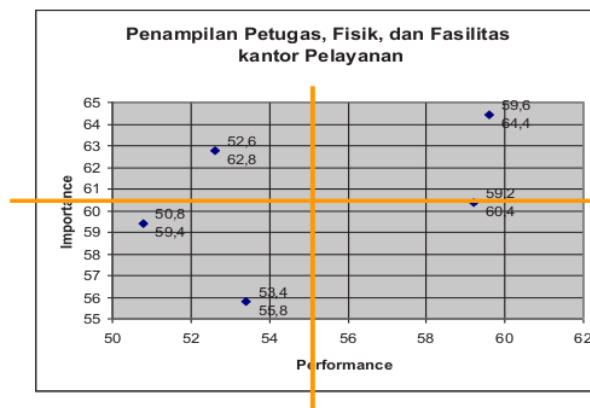
Meski demikian “sikap petugas teknik terhadap pelanggan dalam melaksanakan tugasnya” (d.3.)

meski sudah berkinerja memuaskan dimata pelanggan, akan tetapi tingkat kepentingan variabel itu ternyata rendah. Untuk itu PDAM dapat mengalokasikan sumberdayanya pada variabel yang lain.

Penampilan petugas, fisik, dan fasilitator kantor pelayanan (tangibles)

Variabel-variabel yang diukur adalah:

- e.1. Kebersihan dan kerapian berpakaian petugas.
- e.2. Kebersihan kantor pelayanan secara umum.
- e.3. Kenyamanan ruang tunggu kantor pelayanan.
- e.4. Fasilitas tempat parkir.
- e.5. Kemudahan untuk memperoleh buku petunjuk tentang informasi pelayanan.

**Analisis:**

Variabel layanan PDAM yang menurut pelanggan unggul adalah “kebersihan dan kerapian berpakaian petugas” (e.1.). variabel ini mendapat penilaian pelanggan dengan tingkat yang memuaskan, sementara tingkat kepentingannya juga tinggi. Sementara untuk variabel “fasilitas tempat parkir” (e.4), sudah dirasa cukup memuaskan

oleh pelanggan sementara tingkat kepentingannya mendekati rata-rata.

“Kebersihan kantor pelayanan secara umum” (e.2.) ternyata dinilai penting oleh pelanggan. Namun sayangnya PDAM belum dapat memuaskan keinginan pelanggan tersebut. Untuk itu variabel ini harus menjadi perhatian PDAM dalam program

peningkatan kepuasan pelanggan. Variabel yang termasuk dalam dimensi *tangibles* yang tidak terlalu dipentingkan oleh pelanggan ternyata adalah “kenyamanan ruang tunggu kantor pelayanan” (e.3.) dan “kemudahan untuk memperoleh buku petunjuk tentang informasi pelayanan” (e.5). Kedua variabel ini masuk dalam kuadran 3, dan tidak menjadi prioritas PDAM untuk meningkatkan kinerjanya, karena tidak menjadi hal yang terlalu penting bagi pelanggan.

SIMPULAN

Berdasar analisis yang telah dilakukan di setiap dimensi dapat diketahui variabel-variabel pembentuk kualitas pelayanan PDAM Tirta Marta yang sudah dapat memuaskan dan yang belum. Dengan hasil tersebut PDAM dapat melakukan upaya untuk meningkatkan kepuasan berdasar pada posisi variabel dalam kuadran. Untuk variabel yang berada di kuadran 1, ini berarti kinerja pelayanan masih kurang padahal hal tersebut dianggap penting oleh pelanggan. Untuk itu perusahaan harus berkonsentrasi pada variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini, dengan upaya terus-menerus diharapkan dapat berpindah pada kuadran 2. Variabel-variabel tersebut adalah: kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi, sikap petugas di loket-loket pembayaran, sikap petugas teknik terhadap pelanggan dalam melaksanakan tugasnya, kebersihan kantor pelayanan secara umum. Variabel yang menjadi kekuatan perusahaan adalah variabel-variabel yang terdapat pada kuadran 2. Di samping sudah berkinerja memuaskan, menurut pelanggan hal tersebut juga penting. Untuk itu perusahaan harus mempertahankan kinerjanya pada hal-hal ini. Adapun variabel tersebut adalah: kemudahan dalam proses pendaftaran pelanggan baru, kemudahan dalam pembayaran rekening di loket pembayaran, kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam proses pembayaran rekening, keterampilan karyawan dalam menangani proses pembayaran rekening, dan keterampilan petugas teknis dalam menangani

gangguan teknik. Variabel-variabel yang masuk pada kuadran 3 memiliki kepentingan yang kurang bagi pelanggan sementara kinerjanya pun tidak istimewa. Bagi perusahaan kinerja yang kurang menjadi masukan yang berharga untuk dapat ditingkatkan, akan tetapi upaya peningkatannya tidak menjadi prioritas utama mengingat hal ini kurang dianggap penting bagi pelanggan. Adapun variabel tersebut adalah: pelaksanaan pencatatan di rumah pelanggan, keramahan dan kesopanan petugas penerima pengaduan dalam memberikan pelayanan, kejujuran karyawan dalam proses pembayaran sambungan baru, kenyamanan ruang tunggu kantor pelayanan, dan kemudahan untuk memperoleh buku petunjuk tentang informasi pelayanan. Variabel-variabel yang masuk pada kuadran 4 dirasa kurang penting oleh pelanggan, namun perusahaan sudah berkinerja memuaskan. Adapun variabel-variabel tersebut adalah: kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, ketanggapan petugas pencatat dalam melaksanakan pencatatan, kepekaan petugas penerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi, dan fasilitas tempat parkir.

Dengan memahami posisi masing-masing variabel pada setiap kuadran penelitian ini merekomendasikan agar upaya peningkatan kepuasan pelanggan hendaknya disusun berdasarkan prioritas kepentingan di mata pelanggan. Dengan demikian upaya memberikan kepuasan pada pelanggan tidak menjadi sia-sia karena pelanggan menganggap hal tersebut tidak/kurang penting. Hal ini dapat memberi manfaat bagi perusahaan terutama dalam hal penghematan biaya, dan alokasi sumberdaya perusahaan dengan tepat. Penelitian sejenis diharapkan dapat dilakukan secara periodik dengan jumlah sampel yang lebih banyak, atau dapat pula dilakukan dengan perbedaan antar kelompok pelanggan. Hal ini diperlukan karena kemungkinan kebutuhan antar kelompok pelanggan berbeda. Penelitian secara periodik akan memberi informasi pada perusahaan apakah upaya yang dilakukan sudah membawa hasil, yaitu peningkatan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan pada masing-masing kelompok pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Cooper, Donal R and C. Emory. 1999. *Business Research Methods* (Edisi Indonesia). Jakarta. Penerbit Erlangga
- Guntur, Muhammad dan Bambang Setiaji. 2006. Analisis Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surakarta. *Thesis*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Kitcharoen, Krisana. 2004. The Importance-Performance Analysis of Service Quality in Administrative Departments of Private Universities in Thailand. *ABAC Journal*. 24 (3). 20-46
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Millenium Edition. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta. Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN
- Martilla, J.A. and J.C. James. 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*. 41 (1). 77-79
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Setiawan, Rudi. 2005. *Analisa Tigkat Kepuasan Pengguna Kereta Api Komuter Surabaya – Sidoarjo*. Materi Simposium FSTPT. Universitas Sriwijaya. 5-6 Desember
- Sezhian M.V., Muralidharan C, Nambirajan T, and Deshmukh S.G. 2011. Developing a Performance Importance Matrix for a Public Sector Bus Transport Company: A Case Study. *Theoretical and Empirical research in Urban Management*. 6 (3). 5-14
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Andi Offset
- Wahyuddin, M. dan Ambar Muryati. 2001. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Klaten. *Jurnal Manajemen Daya Saing*. 2 (2)
- Wong, Meng Seng, Nishimoto Hideki and Philip George. 2011. The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E-government Services. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 6 (2). 17-30
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry L.L., 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York. The Free Press

Artikel_Bu Ralina 1_Analisis . . .

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	adoc.pub Internet Source	10%
2	es.scribd.com Internet Source	2%
3	jurnalefektif.janabadra.ac.id Internet Source	2%
4	docplayer.info Internet Source	2%
5	ojs.stieprasetyamandiri.ac.id Internet Source	1%
6	sinta.unud.ac.id Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
9	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya	1%

10

repository.unissula.ac.id

Internet Source

1 %

11

repository.ipb.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Artikel_Bu Ralina 1_Analisis ...

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12
