

Pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung

Arie S. Atmadibrata, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76916&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan, di satu pihak untuk mengetahui upaya yang dilaksanakan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung dalam membangun pelayanan prima, sesuai dengan eksistensinya sebagai badan usaha di bidang pelayanan publik. Di lain pihak dimaksudkan untuk menelaah persepsi atau penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PDAM.

Metode yang digunakan adalah survei-eksploratif, yakni data dikumpulkan dari responden yang banyak jumlahnya dengan menggunakan kuesioner, sehingga memungkinkannya pembuatan generalisasi untuk populasi yang besar, dengan menghimpun dan mengumpulkan data sebanyak mungkin, di mana setelah dilakukan analisis secara kualitatif diharapkan dapat melahirkan suatu hipotesis untuk kepentingan penelitian lebih lanjut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan pelayanan prima yang mencakup tujuh prinsip atau dimensi, yakni : self esteem (harga diri atau kebanggaan), exceed expectation (berusaha memberi yang lebih baik), recover (berusaha mendapatkan kembali), vision (menciptakan visi), improve (melakukan perbaikan), care (memberi perhatian), dan empower (melakukan pemberdayaan). Implementasi ketujuh dimensi pelayanan prima tersebut oleh PDAM ternyata belum optimal atau kurang baik.

Demikian pula dengan hasil pengukuran terhadap tingkat kualitas pelayanan PDAM, yakni ditelaah dengan menganalisis persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang mencakup lima dimensi, antara lain : tangibles (nyata dapat dilihat), reliability (dapat dipercaya), responsiveness (bersikap tanggap), assurance (jaminan), serta empathy (kesungguhan). Kualitas pelayanan PDAM atas dasar kelima dimensi tersebut, menurut persepsi pelanggan ternyata belum optimal atau masih kurang baik.