

FAKTOR FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUASAN KONSUMEN PDAM DI KOTA SELONG KABUPATEN LOMBOK TIMUR PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

Sahrul Ihsan

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Rinjani

E-mail: sahrulhsan121@gmail.com

Abstract,

This study aims to identify the factors that determine customer satisfaction PDAM Kota Selong East Lombok NTB and to analyze and determine which factors are a priority consideration in order to improve the performance of PDAM Kota selong. The results showed that (1). There are ten dimensions of service quality, namely: Reliability, responsibility, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding, and tangibles. (2). Implementation of all the dimensions that build service quality PDAM Kota Selong East Lombok district generally has not met the expectations of consumers, that is new to meet the expectations of consumers in the range of 49.41% to 69.09%. (3). Based on factor analysis obtained four factors that priority decisions in an effort to improve customer satisfaction. Factor 1, includes the dimensions of responsibility, realibility and acces. Factor 2, covering the dimensions of courtesy and communication. Factor 3 includes the dimension credibility, and understanding. Factor 4, includes the dimensions of the security dimension. (4). There are several items to consider East Lombok Water in each dimension in order to improve customer satisfaction. Itams for reliability include the fulfillment of the promise and the smooth working system. Responsibility includes the will, the desire and readiness of employees in carrying out the task to assist consumers in meeting their needs.

Keywords: *Realibility, Responsibility, Communication, Credibility and Tangibles.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Air bersih merupakan unsur yang paling penting dalam kehidupan manusia, tanpa air bersih manusia tidak dapat hidup lebih dari tiga hari. Manusia juga disebut sebagai kantong air. Dikarenakan dalam tubuh manusia dewasa, terdapat unsure air sebanyak 65 % sampai 70 % dari bobot tubuhnya (Dumairy, 1992). Jumlah keseluruhan air di muka bumi ini adalah 1.360 juta kilometer kubik, air bawah tanah sebanyak 8,3 juta kilometer kubik dan air yang berada di atmosfer bumi sebanyak 12.900 kilometer kubik (Dumairy, 1992). Jadi hanya sekitar 3% yang merupakan air bersih, sedangkan sebagian besar lainnya merupakan air laut.

Pada kenyataannya sangat sulit untuk mendapatkan air bersih, keadaan ini menjadi masalah yang sangat serius untuk mendapatkan perhatian. Demikian juga bagi negara kita yang juga menghadapi masalah dalam penyediaan air bersih. Hal ini dapat dilihat dari belum meratanya perolehan air bersih disetiap daerah, baik untuk sumber airnya maupun pelayanannya. Menurut Salim (1986), masalah yang akan dihadapi Indonesia di masa depan adalah :

- 1) Adanya jumlah air yang cenderung menurun dengan semakin meningkatnya kebutuhan
- 2) Kualitas air yang semakin menurun sebagai akibat dari adanya perkembangan industri, pertambangan, alat angkutan, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya.

Sedangkan besarnya kebutuhan air pada tiap-tiap daerah dapat dikelompokkan menjadi tiga (Linsey and Franzini, 1986) sebagai berikut :

1. Untuk kebutuhan rumah tangga misalnya : minum, makan, mencuci, menyirami tanaman dan sebagainya.
2. Untuk kebutuhan industri dan perdagangan.
3. Untuk fasilitas umum seperti sekolahan, rumah sakit, tempat ibadah dan sebagainya.

Untuk memenuhi ketiga macam kebuthan tersebut, maka air akan dapat diperoleh dari air Sumur, air sungai maupun air yang dikelola oleh perusahaan daerah. Mengingat pentingnya peranan air bagi kehidupan manusia, maka air termasuk sebagai potensi alam yang pengelolaannya dikuasai oleh negara. Dimana keadaan ini sesuai dengan pasal 33 UUD 1945 sebagai berikut :

1. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
3. Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besar kemakmuran rakyat.
4. Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Dalam rangka pelaksanaan pasal 33 UUD 1945 tersebut, pemerintah pusat menyerahkan pengelolaan air ini kepada perusahaan daerah air minum (PDAM) di masing-masing daerah. Di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur NTB, dalam upaya memenuhi kebutuhan air bersih ini, maka Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat telah menyerahkan pengelolaan air bersih ini melalui PDAM yang didirikan pada tahun 1986 dan diatur dalam Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 tahun 1980.

Adapun perkembangan jumlah konsumen air bersih PDAM Kabupaten Lombok Timur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Konsumen Air Bersih PDAM di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2008 - 2014.

No.	Tahun	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
1.	2008	10.916	-
2.	2009	12.686	16,21
3.	2010	14.961	17,93
4.	2011	17.787	18.85
5.	2012	21.721	20,12
6.	2013	23.425	7,84
7.	2014	27.325	16,65

Sumber : PDAM Lombok Timur 20014.

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa, jumlah pelayanan PDAM Kabupaten Lombok Timur selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun yaitu dari tahun 2008 hingga tahun 2015. Dari total konsumen tersebut, sebagian besar berada di Kota Selong yaitu sebanyak 21.683 konsumen. Adapun jumlah perkembangan konsumen untuk Kota Selong dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Konsumen Air Bersih PDAM Di Kota Selong Tahun 2011-2014.

No.	Tahun	Jumlah Konsumen
1.	2011	13.624
2.	2012	16.376
3.	2013	19.130
4.	2014	21.267

Sumber: PDAM Kabupaten Lombok Timur 2014

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa, jumlah konsumen PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur selalu mengalami peningkatan setiap tahun. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat konsumen terhadap PDAM, maka pihak PDAM Kabupaten Lombok Timur harus selalu berusaha meningkatkan kinerjanya terutama dari aspek pelayanan kepada konsumen. Pada kenyataannya masih sering dijumpai adanya keluhan-keluhan dari pihak konsumen sehubungan dengan kualitas air dan pelayanan yang diberikan oleh PDAM. Dari keterangan yang diperoleh bahwa, seksi pelayanan konsumen pada PDAM Kabupaten Lombok Timur menerima pengaduan rata-rata 15 keluhan perhari, baik telepon maupun datang langsung ke kantor PDAM. Jenis keluhan yang terbesar adalah kasus pipa bocor, kualitas air, selisih pembacaan dan lain-lain.

Adanya pengaduan-pengaduan tersebut tentu saja akan menimbulkan penilaian persepsi sendiri bagi konsumen terhadap kinerja PDAM yang ditinjau dari mutu dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu penilaian persepsi dari konsumen ini penting untuk diidentifikasi dan dianalisa oleh perusahaan, karena dapat menimbulkan kesulitan dan mempengaruhi maju atau tidaknya suatu perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirasa perlu untuk mengidentifikasi faktor-faktor konsumen sebagai dasar penentuan kebijaksanaan peningkatan kinerja PDAM Kota Selong Lombok Timur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang menentukan kepuasan konsumen PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur ?.
2. Dari faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen tersebut, faktor-faktor mana yang menjadi prioritas pertimbangan guna meningkatkan kinerja PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur ?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur.
2. Untuk menganalisis dan menentukan faktor-faktor mana yang menjadi prioritas pertimbangan guna meningkatkan kinerja PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain : bagi PDAM khususnya di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur dalam menentukan strategi kebijaksanaan dalam upaya meningkatkan kinerja PDAM yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, sehingga mampu memperkecil renege diskonfirmasi harapan konsumen dan kinerja aktual dari produk jasa yang diterimanya. Sedangkan bagi para konsumen PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur, penyesuaian / perbaikan kinerja memungkinkan para konsumen memperoleh atau mendapatkan kebutuhan dan keinginannya mendekati kesesuaian yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan gambaran tentang keadaan populasi, maka penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan teknik survey terhadap sampel, melakukan upaya pengamatan kritis untuk mendapatkan informasi terhadap suatu masalah, serta menggali dan mengkaji keterkaitan fenomena faktual yang satu dengan yang lainnya.

Penentuan Lokasi dan Responden Sampel

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur – NTB, dengan pertimbangan bahwa, di Kota Selong tersebut memiliki jumlah konsumen yang terbanyak. Selanjutnya jumlah sampel yang diambil pada lokasi yang terpilih adalah sebanyak 100 orang konsumen / pelanggan dengan penentuan responden secara random sampling. Sampel responden yang dimaksud adalah konsumen / pelanggan rumah tangga, sehingga dapat memenuhi homogenitas sampel. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor.

Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Reliability (RLB) dari kualitas pelayanan PDAM, yaitu kemampuan pemberi jasa untuk dapat dipercaya.
2. Variabel yang berkaitan dengan dimensi responsibility (RSP), yaitu kemauan dan kesiapan para karyawan dalam memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Competence (CPT), yaitu pengetahuan dan ketrampilan karyawan agar dapat memberikan jasanya.

4. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Access (ACC), yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
5. Variabel yang berkaitan dengan dimensi courtesy (COR), yaitu sikap sopan santun dan keramahan yang dimiliki karyawan.
6. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Communication (COM), yaitu memberikan informasi kepada pelanggan yang mudah dimengerti atau dipahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Credibility (CRB), yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya dan penyedia jasa.
8. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Security (SEC), yaitu keamanan dari resiko dan keragu-raguan terhadap jasa yang diberikan .
9. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Understanding (UND), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan .
10. Variabel yang berkaitan dengan dimensi Tangiblesn (TNG), yaitu bukti fisik dari jasa.

Pengukuran kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan dari kinerja perusahaan dan harapan pelanggan yang tergolong dalam 10 (Sepuluh) pengukuran (dimensi) kualitas secara berurutan. Setiap dimensi diukur dengan 2 item, kecuali dimensi Understanding diukur dengan 1 item.

Setiap item diberi nilai dengan menggunakan skala likert 7 point yang diklasifikasikan point 1 = sangat tidak puas, dan point 7 = sangat puas. Selanjutnya dari nilai kinerja dan harapan responden yang diperoleh tersebut, nilai kualitas pelayanan jasa PDAM dan setiap item dimensi kualitas pelayanan jasa dapat didefinisikan sebagai selisih atau perbandingan antara kinerja atau hasil yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan dengan harapan pelanggan (Tjiptono, 1996). Definisi tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{Kualitas Jasa} = \frac{\text{Skor Kinerja}}{\text{Skor Harapan}}$$

Semakin besar nilai perbandingan tersebut berarti kualitas jasa pelayanan PDAM semakin memberi kepuasan kepada pelanggan. Lebih tegas lagi dinyatakan oleh Tjiptono (1996), apabila kinerja atau hasil yang dirasakan sama atau sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kinerja lebih besar dari harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal atau sangat memuaskan dan apabila kinerja lebih rendah dari harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Mengingat nilai perbandingan antara kinerja dan harapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa dan setiap item dimensi kualitas pelayanan jasa bervariasi, maka untuk mempermudah dalam mendefinisikan kualitas pelayanan jasa tersebut peneliti mendefinisikannya berdasarkan kriteria skala atau interval yang dinyatakan sebagai berikut :

Interval	Kualitas Pelayanan
< 0.29	Sangat Tidak Baik
0.29 - < 0.43	Tidak Baik
0.43 - < 0.57	Kurang Baik
0.57 - < 0.71	Cukup Baik
0.71 - < 0.85	Agak Baik
0.85 - < 0.99	Baik
≥ 0.99	Sangat Baik

Sumber : Tjiptono (1996)

Analisis Data

Setelah dilakukan identifikasi faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu melalui sepuluh dimensi kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur – NTB, maka data yang diperoleh dari responden berupa nilai skor atas dimensi kualitas

jasa sebagai refleksi dari kinerja PDAM, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan " ANALISIS FAKTOR ". Analisis ini digunakan untuk menentukan faktor-faktor mana yang menjadi prioritas pertimbangan guna meningkatkan kinerja PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur. Secara matematis model analisis faktor adalah sebagai berikut (Malhotra, 1996)

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + \dots + A_{ij} F_m + V_i U_i$$

Keterangan:

- X_i = Variabel standart ke-i
- A_{ij} = Koefisien multiple regression dari variabel ke-I pada common factor
- F_m = Common factor
- V_i = Standarisasi koefisien regresi dari variabel ke-I
- U_i = Faktor khusus bagi variabel ke-i
- m = jumlah faktor umum

Faktor-faktor khusus satu sama lainnya tidak berhubungan dan tidak berkorelasi dengan faktor-faktor umum. Faktor umum dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel yang dapat diamati. Formulasinya sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Keterangan :

- F_i = Estimasi faktor ke-i
- W_i = Bobot atau koefisien nilai faktor
- X = Variabel
- k = Jumlah variabel

Menurut Malhotra (1996) ada beberapa konsep yang berhubungan dengan analisis faktor yaitu :

1. **Corelation Matrix**, menunjukkan korelasi antar variabel yang diteliti. Berdasarkan matrik korelasi yang dapat diidentifikasi mana variabel yang berkorelasi lemah dan yang berkorelasi kuat. Koefisien korelasi antar variabel yang masuk sebagai model dan dianggap valid untuk diperhitungkan dalam analisa faktor yang memiliki koefisien di bawah 0,80 atau yang berkorelasi lemah. Apabila koefisien korelasinya > 0,80 berarti terjadi multikolinieritas antar variabel dan dalam analisa harus dikeluarkan (Malhotra, 1996).
2. **Barlett's Test of Spherity (BTS)**, yaitu tes statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa antara variabel – variabel tidak berhubungan. Apabila nilai BTS tinggi berarti semua variabel relative berhubungan, dan berarti pula bahwa data variabel dapat mendukung analisa faktor (Malhotra, 1996)
3. **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)**, yaitu indeks yang digunakan untuk menguji ketepatan analisa faktor. Nilai KMO yang besarnya antara 0,5-1,0 menunjukkan bahwa analisa tersebut tepat. Sebaliknya apabila nilainya di bawah 0,5 menunjukkan analisa kurang tepat.
4. **Eigenvalues**, adalah nilai yang mewakili total varian yang dijelaskan oleh setiap faktor. Faktor yang memiliki eigenvalue lebih besar atau sama dengan 1 yang dapat mewakili untuk dianalisa lebih lanjut.
5. **Communality**, adalah jumlah varian yang dimiliki oleh semua variabel yang dianalisis atau dapat dikatakan sebagai proposi varian yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor umum.
6. **Faktor Loading**, adalah korelasi sederhana antara variabel-variabel dan faktor-faktor. Variabel-variabel yang memiliki koefisien lebih besar atau sama dengan 0,60 berkelompok membentuk faktor.
7. **Rotasi Faktor Matrix**, adalah membuat faktor loading dari seluruh variabel pada faktor-faktor yang terpilih.

Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam menyelesaikan analisis faktor meliputi :

1. Matrik Korelasi
Membuat matrik korelasi terhadap semua faktor, yaitu dengan menggunakan Bartlett's test of sphericity atau indeks KMO untuk memperoleh analisis faktor yang akurat.

2. Ekstraksi Faktor, yaitu menetapkan jumlah faktor berdasarkan eigenvalue dan total varian. Dengan nilai eigenvalue lebih besar atau sama dengan 1, maka faktor tersebut dominan dalam membentuk model.
3. Rotasi Faktor Matrik
Rotasi Faktor Matrix dipergunakan untuk memperjelas penafsiran faktor yang mempunyai eigenvalue dan varian, faktor-faktor tersebut dinilai dari loading faktornya. Dengan ritasi matriks faktor dapat diidentifikasi faktor-faktor yang lebih mudah untuk diinterpretasikan dengan memilih nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,50.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen PDAM di Kota Selong dilakukan terhadap sepuluh dimensi kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong. Sepuluh dimensi tersebut meliputi : dimensi Reliability (RLB) , dimensi Responsibility (RSP), dimensi Competence (CPT), dimensi Access (ACC), dimensi Courtesy (COR), dimensi Communication (COM), dimensi Credibility (CRB), dimensi Security (SEC), dimensi Understanding (UND), dan dimensi Tangibles (TNG).

Adapun hasil identifikasi terhadap sepuluh dimensi yang menentukan kepuasan konsumen PDAM di Kota Selong Lombok Timur dapat disajikan pada Tabel 3 berikut ini ;

Tabel 3. Identifikasi Rata-rata Rasio Kinerja dan Harapan Terhadap sepuluh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa PDAM di Kota Selong Lombok Timur – NTB

No.	Dimensi	Rata-rata	Minimum	Maksimum
1.	Reliability (RLB)	0,5793	0,3095	1,0000
2.	Responsibility (RSP)	0,4941	0,2500	0,8167
3.	Competence (CPT)	0,5913	0,3333	0,9167
4.	Access (ACC)	0,5414	0,2857	1,0000
5.	Courtesy (COR)	0,6727	0,3333	1,0000
6.	Communication (COM)	0,6512	0,3333	1,0000
7.	Credibility (CRB)	0,5351	0,2500	0,8000
8.	Security (SEC)	0,6900	0,3333	1,0000
9.	Understanding (UND)	0,6266	0,3333	1,0000
10.	Tangibles (TNG)	0,5483	0,3333	0,9000
	Quality Service (QS)	0,5671	0,4107	0,8602

Sumber : Data Primer Diolah

Dari hasil identifikasi faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen yaitu terhadap sepuluh dimensi kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong seperti yang disajikan pada Tabel 3 dan Tabel berikutnya dapat diuraikan secara berurutan sebagai berikut:

Dimensi Reliability (RLB)

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa, rata-rata reliability PDAM di Kota Selong sebesar 0,5793, artinya reliability PDAM hanya memenuhi 57,93 % harapan pelanggan dengan kisaran minimum 0,3095 hingga maksimum 1,00. Hal ini berarti reliability perusahaan kurang baik atau belum dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan jumlah responden yang disajikan ternyata sebagian besar (54%) responden menyatakan bahwa reliability PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur kurang baik hingga tidak baik, dengan rincian 47 % menyatakan kurang baik dan 7 % menyatakan tidak baik atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan yang menyatakan bahwa reliability PDAM baik hingga sangat baik hanya 2 % dan yang menyatakan agak baik hingga cukup baik masing-masing sebesar 13 % dan 31 %.

Seperti diketahui bahwa, dimensi reliability berkenaan dengan pemenuhan janji perusahaan, yaitu memberikan jasa secara tepat dan menyampaikan jasa tersebut sesuai dengan jadwal yang disepakati dengan pelanggan. Selain itu dimensi ini juga menyangkut sistem kerja penyedia jasa atau kelancaran sistem kerja dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Beberapa hal yang harus dipertimbangkan guna meningkatkan kualitas pelayanan jasa PDAM, khususnya pada dimensi reliability, yaitu pihak PDAM harus memperhatikan dan mempertimbangkan lebih bijaksana serta lebih terbuka terhadap janji yang telah disepakati, baik terhadap pemesanan pemasangan baru, perbaikan-perbaikan, maupun kesepakatan lainnya dengan pihak pelanggan.

Dimensi Responsibility (RSP)

Dimensi kedua adalah dimensi responsibility, yaitu yang berkenaan dengan adanya kemauan, serta kesiapan karyawan dalam melaksanakan tugas untuk membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Dari Tabel 3 terlihat responsibility PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur adalah 0,4941, dengan kisaran minimum 0,25 hingga maksimum 0,8167. Hal ini berarti bahwa responsibility perusahaan hanya mampu memenuhi rata-rata 49,41 % dari harapan pelanggan.

Melihat kenyataan di atas, responsibility perusahaan harus ditingkatkan. Karena dimensi responsibility ini erat kaitannya dengan tanggungjawab karyawan terhadap pekerjaannya, maka pimpinan perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan dan meningkatkan pemantauannya terhadap para karyawan dalam pelaksanaan tugasnya, member motivasi, bimbingan, serta insentif baik materiil maupun non materiil bila diperlukan.

Dimensi Competence (CPT)

Dimensi Competence, yaitu berkenaan dengan masalah pengetahuan dan ketrampilan karyawan agar dapat memberikan jasanya dengan baik. Hasil identifikasi yang telah dilakukan terhadap Competence yang tampak pada Tabel 3, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden tentang dimensi ini adalah 0,5913 dengan kisaran minimum 0,3333 dan maksimum 0,9167, yang berarti dimensi Competence telah dapat memenuhi harapan pelanggan sebesar 59,13 % (termasuk kategori cukup baik).

Dari uraian di atas, mengindikasikan bahwa pengetahuan dan ketrampilan karyawan cukup dapat memenuhi harapan konsumen. Sebagian besar konsumen tidak menyangsikan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan PDAM terutama yang berkaitan dengan hasil kerja mereka, baik pada instalasi, perbaikan-perbaikan, maupun hal-hal yang berkaitan dengan upaya kelancaran air. Dalam hal ini keluhan yang sering dirasakan konsumen hanya pada ketepatan waktu dalam menyelesaikan perbaikan-perbaikan dan permasalahan yang berhubungan dengan dimensi lainnya.

Dimensi Access (ACC)

Untuk dimensi Access nampaknya upaya peningkatan terhadap dimensi ini juga penting artinya bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan jasa PDAM. Berdasarkan hasil identifikasi (Tabel 3), rata-rata penilaian responden terhadap Access yang diberikan perusahaan sebesar 0,5413 dengan kisaran minimum 0,2857 dan maksimum 1,00. Artinya bahwa access yang diberikan perusahaan rata-rata hanya 54,14 % memenuhi harapan pelanggan. Dari seluruh responden yang menyatakan bahwa access perusahaan sangat tidak baik 4 %, tiak baik 22 % dan kurang baik sebesar 39 %, sedangkan yang menyatakan cukup baik, agak baik dan sangat baik masing-masing 24 %, 10 % dan 1 %.

Dimensi Courtesy (COR)

Dari hasil identifikasi terhadap dimensi Courtesy Tabel 3, diketahui bahwa rata-rata penilaian responden terhadap dimensi Courtesy adalah 0,6727 dengan kisaran minimum 0,3333 dan maksimum 1,00. Hal ini berarti courtesy perusahaan dapat memenuhi rata-rata 67,27 % dari harapan pelanggan.

Seperti diketahui bahwa dimensi courtesy berkenaan dengan perhatian dan respek karyawan dalam melayani kebutuhan dan keluhan pelanggan. Dimensi ini erat kaitannya dengan dimensi responsibility, yaitu kemauan, keinginan, dan kesiapan karyawan dalam melaksanakan tugasnya, serta dimensi access dengan penyebab kurangnya personil. Permasalahan pokok yang dapat timbul dari kondisi tersebut kemungkinan adanya kejenuhan karyawan terhadap

pekerjaannya, sehingga kemauan dan keinginan karyawan untuk bekerja menurun. Akibat lebih lanjut adalah menurunnya perhatian dan respek karyawan dalam melayani kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Dimensi Communication (COM)

Untuk dimensi Communication, yaitu yang berkenaan dengan mendengarkan saran dan keluhan pelanggan, diperoleh bahwa dimensi ini masih belum memenuhi harapan pelanggan. Hasil identifikasi terhadap dimensi ini Tabel 3, diketahui bahwarata-rata penilaian terhadap Communication PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur adalah 0,6512 dengan kisaran yang minimum 0,3333 dan maksimum 1,00. Ini berarti rata-rata responden menilai bahwa communication PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur baru dapat memenuhi harapan pelanggan sebesar 65,12 % yang termasuk kategori cukup baik dengan kisaran tidak baik hingga sangat baik.

Dimensi Credibility (CRB)

Dimensi berikutnya adalah Credibility, yaitu yang meliputi reputasi perusahaan, apakah jasa yang diberikan perusahaan sesuai dengan pengorbanan pelanggan dan karakteristik karyawan yang berkaitan dengan kejujuran dan interaksinya dengan pelanggan. Hasil identifikasi yang disajikan pada Tabel 3, menunjukkan bahwa, rata-rata Credibility PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur-NTB adalah 0,5351 yang termasuk kategori kurang baik, dengan kisaran minimum 0,25 dikatakan sangat tidak baik dan maksimum 0,80 dinyatakan agak baik. Hal ini berarti bahwa credibility PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur kurang baik atau baru memenuhi rata-rata 53,51 % dari harapan pelanggan.

Seperti dijelaskan di atas, bahwa dimensi credibility berkenaan dengan reputasi perusahaan serta karakteristik karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan. Dalam hal ini yang dikutip oleh Tjiptono (1997), menyatakan bahwa suatu perusahaan seperti halnya PDAM adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa dimana perusahaan tersebut menjalankan atau berpedoman pada dua hal, yaitu functional quality dan technical quality. Functional Quality meliputi kontak / hubungan internal dengan pelanggan, termasuk di dalamnya sifat jujur karyawan. Sedangkan technical quality lebih menekankan pada solusi teknik, bahan dan alat yang digunakan dan sistem komputer.

Dimensi Security (SEC)

Selain beberapa dimensi kualitas pelayanan jasa yang telah diuraikan sebelumnya, dimensi security yang berkaitan dengan keamanan fisik dari fasilitas yang digunakan pelanggan juga merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur – NTB. Adapun rata-rata penilaian pelanggan terhadap security PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur adalah 0,6909 (cukup baik) dengan kisaran minimum 0,3333 (tidak baik) hingga maksimum 1,00 (sangat baik). Artinya bahwa, rata-rata dimensi security telah dapat memenuhi 69,09 % dari harapan pelanggan.

Dimensi Understanding (UND)

Dimensi Understanding adalah dimensi yang berkaitan dengan pemberian alternatif pemecahan atau penyelesaian masalah yang dihadapi pelanggan secara rinci dan jelas hingga pelanggan dapat memilih dan menemukan sendiri sesuai dengan keinginannya.

Hasil identifikasi yang telah dilakukan terhadap dimensi Understanding (Tabel 3), menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden tentang dimensi ini adalah 0,6266 dengan kisaran minimum 0,3333 (tidak baik) dan maksimum 1,00 (sangat baik). Nilai tersebut berarti dimensi understanding baru dapat memenuhi harapan pelanggan sebesar 62,66 % (termasuk kategori cukup baik)

Dimensi Tangibles (TNG)

Dimensi Tangibles adalah merupakan bukti fisik dari jasa. Bukti fisik dari jasa yang dimaksudkan adalah bukti dan kesesuaian fisik dari fasilitas yang menjadi rangkaian dalam

memenuhi jasa seperti pipa, kran, dan suku cadang lainnya, serta bukti fisik dari air yang didistribusikan kepada konsumen, baik kelancaran air maupun fisik air itu sendiri.

Hasil identifikasi yang telah dilakukan terhadap dimensi Tangibles (TNG) dalam tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden tentang dimensi ini adalah 0,5483 dengan kisaran minimum 0,3333 (tidak baik) dan maksimum 0,90 (baik). Nilai tersebut berarti dimensi tangibles dapat memenuhi harapan pelanggan sebesar 54,83 % (termasuk kategori kurang baik)

Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Konsumen

Seperti telah disebutkan pada latar belakang bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur-NTB. Untuk tujuan tersebut dilakukan dengan mengaplikasikan analisis faktor terhadap sepuluh dimensi kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur. Untuk mempertajam hasil analisis tersebut terlebih dahulu dilakukan uji reliability dan uji validitas.

Uji Reliability

Uji reliability dilakukan dengan koefisien alpha Cronbach yang didasarkan pada rerata korelasi data instrumen pengukuran. Menurut Malhotra (1996), suatu instrumen dikatakan andal apabila nilai alpha ($\alpha > 0,6$). Hasil uji reliabilitas dapat disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Keterangan	Mean	Min.	Max.	Range	Max/Min	Variance
Item Means	0,5779	0,4637	0,6912	0,2275	1,4906	0,0056
I.Variances	0,0236	0,0165	0,0345	0,081	2,0909	0,0000
Inter-item Covariances	0,0074	-0,0008	0,0155	0,0162	-20,5982	0,0000
Inter-item Correlations	0,3192	-0,0228	0,6593	0,6820	-28,9617	0,0174
Reliability Coefficients 19 items						
Alpha = 0,8965						

Sumber : Hasil Analisis faktor.

Dari hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4 di atas, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,8965 atau alpha (α) = 0,89. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mempunyai keandalan yang cukup tinggi, karena menurut Malhotra (1996) bahwa suatu instrumen atau alat yang digunakan dapat dikatakan andal jika nilai alphanya ($\alpha = 0,60$).

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara item atau variabel dengan skor total variabel. Pada Tabel sebelumnya nampak bahwa koefisien korelasi antar variabel maksimum adalah 0,6593 dan rata-rata koefisien korelasi antar variabel adalah 0,3192. Angka tersebut jauh berada di bawah batas ketentuan koefisien korelasi sebesar 0,80. Koefisien korelasi yang diperoleh mempunyai arti bahwa hubungan antar variabel lemah dan dianggap valid untuk dianalisis dengan menggunakan analisis faktor.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Terdapat sepuluh dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu : reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding, dan tangibles.
2. Informasi yang diperoleh dari hasil identifikasi adalah bahwa pelaksanaan dari semua dari dimensi yang membangun kualitas pelayanan jasa PDAM di Kota Selong Kabupaten Lombok Timur, secara umum belum memenuhi harapan konsumen, yaitu baru dapat memenuhi harapan konsumen pada kisaran 49,41% hingga 69,09%. Secara rinci dapat disebut bahwa, untuk dimensi reliability baru dapat memenuhi rata-rata 57,93%, harapan konsumen, responsibility sebesar 49,41%, competence 59,13%, access 54,14%, courtesy 67,27%, dan communication sebesar 65,12%. Sedangkan dimensi lainnya meliputi :

credibility, security, understanding, dan tangibles masing-masing baru dapat memenuhi rata-rata sebesar 53,51%, 69,09%, 62,66%, dan 54,83% dari harapan konsumen.

3. Dari analisis faktor, diperoleh 4 (empat) faktor menjadi prioritas keputusan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, Faktor 1, meliputi dimensi responsibility, reliability, dan access. Faktor 2, meliputi dimensi courtesy dan communication. Faktor 3, meliputi dimensi credibility, dan understanding. Faktor 4, meliputi dimensi security.
4. Informasi lain yang dapat diperoleh, yaitu terdapat beberapa item yang harus dipertimbangkan pada setiap dimensi guna membangun / meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas peleyanannya. Item untuk reliability meliputi kemauan, keinginan serta kesiapan karyawan dalam melaksanakan tugas untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dimensi access yaitu waktu menunggu dalam memperoleh pelayanan. Selanjutnya dimensi courtesy meliputi perhatian dan respek karyawan dalam melayani kebutuhan dan keluhan konsumen. Dimensi credibility meliputi reputasi perusahaan dan karakteristik karyawan yang berkaitan dengan kejujuran dan interaksinya dengan konsumen. Dimensi security yang berkaitan dengan keamanan fisik dari fasilitas yang dipergunakan konsumen, dan understanding yang berkaitan dengan pemberian alternatif pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Saran

1. Peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara terus menerus meskipun keluhan dan pengaduan-pengaduan yang diterima relatif rendah. Perusahaan harus memiliki komitmen bersama yang kuat untuk senantiasa mengadakan perbaikan pelayanan yang baik.
2. Untuk mendukung upaya peningkatan kualitas pelayanannya baik secara teknis maupun fungsinya, perusahaan sebaiknya mempertimbangkan dan menindaklanjuti perbaikan pada setiap dimensi. Hal ini dapat dilakukan melalui perbaikan dan peningkatan sarana dan prasarana seperti kompoterisasi yang lebih memadai, kualitas alat dan bahan yang digunakan, serta kemungkinan penambahan karyawan pada bagian tertentu sehingga lebih mempercepat penyelesaian pekerjaan. Selain itu, upaya pengembangan sumberdaya manusia sangat penting untuk dilakukan guna meningkatkan kemampuan karyawan dalam hubungan internalnya dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Hal ini dapat dilakukan dengan melalui motivasi, pendidikan dan pelatihan-pelatihan baik secara materiil maupun non materiil.
3. Untuk mempermudah dalam memperoleh informasi keluhan dan pengaduan konsumen, perusahaan sebaiknya membentuk *complaint and suggestion system*, misalnya dengan cara mengadakan kotak saran.
4. Selain itu suatu hal yang penting untuk dipertimbangkan bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya ditentukan oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki konsep berpikir bahwa konsumen adalah mitra usaha dalam mendefinisikan dan mewujudkan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Dumairy. 1992. *Ekonomika Sumber Daya Air*. BPFE. Yogyakarta
2. Linsley, R.R, & Franzini, JB (1986) *Public Administration, Challenges, Choises, Consenquenses*. Scott Foreman/Little Brown Higher Education, Glenview, Illionis.
3. Malhotra, Naresh. K. (1996), *Marketing Research, An Applied Orientation* Second Edition, Prentice-Hall International, Inc. New Jersey.
4. Salim, Emil (1986), *Pembangunan Berwawasan Lingkungan*, BPFE, Yogyakarta.
5. Tjiptono, Fandy (1996) *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Yogyakarta.
6. ----- (1997), *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi, Yogyakarta.