

Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada PAM Tirta Karajae Kota Parepare

Gusny¹, Rail Sulo², Fatmawati Mahyuddin³, Kristian Kevin Susanto⁴, Firman Alimuddin⁵

^{1 2 3 4 5}Fakultas Bisnis institut Ilmu Sosial dan Bisnis andi sapada

Corresponding Email: gusnyuniiks@gmail.com¹

Abstract

This study aimed to identify effective communication strategies for enhancing service quality at PAM Tirta Karajae Kota Parepare. The research employed a descriptive qualitative approach, focusing on assessing the current state of the institution through interviews and document analysis. Findings revealed a need for improved verbal communication in handling customer complaints at the subscription department. Effective communication strategies were deemed crucial for optimal complaint resolution and customer satisfaction. Managing impressions during customer interactions, adapting to current situations, and utilizing modern technology, such as SPEKTRA, were highlighted as key strategies employed by Perumda Kota Sungai Penuh. Non-verbal communication, particularly active listening, was emphasized to prevent misunderstandings and facilitate problem resolution.

Keywords: *Strategy, Communicators, Service Quality*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan di PAM Tirta Karajae Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, fokus pada penilaian kondisi saat ini lembaga melalui wawancara dan analisis dokumen. Temuan menunjukkan perlunya perbaikan komunikasi verbal dalam menangani keluhan pelanggan di bagian langganan. Strategi komunikasi yang efektif dianggap penting untuk resolusi keluhan optimal dan kepuasan pelanggan. Manajemen kesan selama interaksi dengan pelanggan, penyesuaian dengan situasi saat ini, dan pemanfaatan teknologi modern, seperti SPEKTRA, dianggap sebagai strategi kunci yang diterapkan oleh Perumda Kota Sungai Penuh. Komunikasi non-verbal, khususnya pendengaran aktif, ditekankan untuk mencegah kesalahpahaman dan memudahkan penyelesaian masalah.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Kualitas Pelayanan

Pendahuluan

PAM Tirta Karajae adalah badan usaha milik pemerintah daerah yang bertanggung jawab untuk menyediakan layanan air minum kepada masyarakat di wilayah tertentu. PAM Tirta Karajae dahulunya bernama PDAM yang didirikan oleh

pemerintah daerah untuk menyelenggarakan penyediaan air minum bagi penduduk setempat. PDAM berperan dalam mengatasi ketersediaan air bersih, memastikan air minum yang aman dan sehat, serta menyediakan layanan air minum kepada pelanggan masalah diwilayah tertentu. PDAM merupakan lembaga public yang bertanggungjawab kepada pemerintah daerah dan pelanggan.

Penyedia air minum di Kota Parepare sebelum dikelola oleh Perusahaan Air Minum (PDAM) Parepare telah dimulai sekitar tahun 1926 dan berstatus Instansi Water Leideng Afdeling oleh pemerintah Hindia Belanda yang kemudian setelah proklamasi Kemerdekaan RI tahun 1945 maka Pengelolaan air minum diteruskan oleh pemerintah Swapraja (Pemerintah Daerah Parepare).

Pada awal berdirinya PDAM Kota Parepare sumber air hanya berkapasitas produksi 4 liter/dt yang khusus untuk melayani Rumah Sakit Umum Kotamaya Parepare. Seiring dengan perkembangan kota dan laju pertambahan penduduk, maka pada tahun 1980 telah dilakukan penambahan kapasitas produksi air dengan melakukan pengeboran sumur dalam sebanyak 5 dan masing-masing kapasitas produksi 20 liter/dt.

Pelayanan kepada pelanggan menjadi unsur terpenting. Hal ini akan berdampak pada persepsi pelanggan akan perusahaan. Pelayanan yang tidak maksimal akan mengakibatkan kekecewaan pada pelanggan. Pelanggan yang kecewa cenderung memiliki persepsi negatif mengenai perusahaan. Atas dasar pengalaman yang mengecewakan itu, ia cenderung menilai buruk perusahaan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh Kualitas pelayanan yang merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat di pungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan di pengaruhi oleh kualitas pelayanan yang di berikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang di berikan oleh penyedia jasa tersebut(Alfianto et al., n.d.).

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian tahap pertama, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan tentang Strategi komunikator dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PAM Tirta Karajae Kota Parepare yang merupakan salah satu instansi yang memberikan pelayanan vital berupa sumber kehidupan kepada masyarakat. Pelayanan pada masyarakat dikatakan baik apabila masyarakat sebagai konsumen mudah mendapatkan pelayanan dengan prosedur yang sederhana, biaya murah, waktu cepat, dan jarang ada keluhan yang dilontarkan masyarakat atau konsumen.

Materi dan Metode

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Tijjang, 2019).

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin communis yang artinya “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi,

yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Tijjang, 2019).

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi

- a. Komunikasi Verbal Komunikasi verbal meliputi Symbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih, dari semua interaksi yang disadari termasuk dalam kategori disengaja yang dilakukan dengan sadar ke orang lain baik itu menggunakan lisan. Bahasa juga digunakan dalam kode verbal dan dapat didefinisikan sebagai perangkat simbol, dengan aturan dan yang mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dalam memahami suatu komunitas-komunitas (Jalan et al., 2022).
- b. Komunikasi Non Verbal Komunikasi non verbal adalah semua komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi ini mencangkup semua rangsangan kecuali ransangan verbal dalam suatu sistem komunikasi, yang bagi pengirim atau penerima, dan kita mengirim pesan non verbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain (Jalan et al., 2022).

3. Strategi Komunikator

Definisi strategi komunikasi yaitu sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bawa didalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa, atau nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa, atau nilai itu.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, yakni sebuah desain yang memberi kemudahan bagi peneliti untuk merekam, memantau dan mengikuti proses suatu peristiwa atau kegiatan sebuah organisasi sebagaimana adanya dalam suatu kurung waktu tertentu dan selanjutnya diinterpretasikan untuk menjawab masalah penelitian.

Metode analisis deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiono (2014: 79) “adalah metode yang digunakan untuk mengambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Digunakannya metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimaksudkan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu objek, suatu set kondisi pada masa sekarang serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Hasil

Hasil Penelitian Setelah peneliti melakukan penelitian/ observasi serta wawancara dengan informan bahwa PAM Tirta Karajae Kota Parepare. sebagai perusahaan monopoli dalam bidang distribusi air bersih untuk masyarakat Sungai Penuh tentunya memiliki jumlah pelanggan yang terus meningkat setiap tahunnya. Semakin

meningkatnya jumlah pelanggan, maka tidak menutup kemungkinan pula bahwa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan pun juga meningkat.

Setiap tahunnya pelanggan PAM Tirta Karajae Kota Parepare mengalami kenaikan yang signifikan. Bertambahnya pelanggan baru membuktikan bahwa PAM Tirta Karajae Kota Parepare menjadi salah satu perusahaan yang memegang peranan penting bagi masyarakat Sungai Penuh. Dimana PAM Tirta Karajae Kota Parepare merupakan satu-satunya perusahaan air minum yang ada di Kota Parepare.

Meskipun begitu, pada kenyataannya masih terdapat salah satu indikator yang menimbulkan banyaknya keluhan pelanggan PAM Tirta Karajae Kota Parepare adalah belum optimalnya sistem pelayanan yang ada di perusahaan tersebut. Pada komunikasi verbal terdapat 5 indikator yang peneliti tanyakan ke informan.

Hasil wawancara dengan informan diperoleh hasil bahwa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang bisnis pelayanan jasa, PAM Tirta Karajae Kota Parepare terus berusaha dalam mewujudkan ServQual (*Service Quality*), guna meningkatkan kredibilitas dan integritas perusahaan di mata Stakeholders khususnya dalam pandangan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat digunakan, adalah dengan meningkatkan mutu serta kualitas pelayanan secara lebih efektif dan terstruktur. Yang mana hal ini dilakukan agar segala kebutuhan, keinginan, maupun kepentingan pelanggan dapat dipenuhi secara maksimal. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan mampu mengurangi ketidakpuasan serta keluhan pelanggan. Sebab, dalam suatu instansi atau semacamnya adanya keluhan pelanggan menunjukkan akan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut terhadap pelanggan.

PAM Tirta Karajae Kota Parepare sudah cukup efektif dalam memberikan strategi penanganan keluhan pelanggan. Di awali dengan penggunaan media online yang tengah marak dikalangan masyarakat luas hingga kelengkapan alat yang membantu mempermudah jalannya proses penanganan keluhan pelanggan. Kehandalan bagian *customer service* sendiri juga sudah tidak diragukan. Karena kebanyakan dari staf *customer service* telah bekerja puluhan tahun dan sangat mengerti bagaimana karakteristik pelanggan dan bagaimana cara menangani sifat-sifat beragam pelanggan yang menyampaikan keluhan. Bagaimana pun keluhan yang disampaikan pelanggan hal ini akan tetap memberikan dampak positif bagi perusahaan. Karena hal ini, perusahaan dapat mengevaluasi kinerja kedepannya untuk menjadi lebih baik.

Disisi lain perpaduan sikap, keahlian, kecakapan, serta kecekatan dalam menangani keluhan pelanggan juga akan menentukan bentuk pelayanan pelanggan yang bermutu (*Quality Customer Service*). Dengan memperlihatkan diri sebagai pribadi yang ramah, rapi, sopan, serta mampu menciptakan suasana yang nyaman, maka setiap pelanggan yang datang ke perusahaan merasa bahwa mereka dihargai dan merasa senang menjadi salah satu bagian dari perusahaan tersebut. Tindak lanjut atas pengaduan pelanggan yang dilakukan PAM Tirta Karajae Kota Parepare sebenarnya sudah sesuai dengan janji ketika awal pelanggan datang mengadukan keluhannya.

Sebagai satu-satunya perusahaan yang menyediakan kebutuhan air bersih untuk masyarakat Kota Parepare PAM Tirta Karajae Kota Parepare sering menerima complain dari pelanggan berhubungan dengan air yang mereka gunakan.

Complain yang disampaikan perihal air yang sering tidak keluar, air yang didistribusikan ke pelanggan keruh, terjadinya kebocoran, tentang pemakaian ataupun tentang pembayaran. Hal-hal seperti itu yang menyebabkan pelanggan memiliki

pandangan negatif terhadap kualitas pelayanan PAM Tirta Karajae Kota Parepare. Selain itu kurangnya pendekatan dan sosialisasi dengan masyarakat mengakibatkan sering terjadinya miscommunication yang menimbulkan perdebatan antara pelanggan dan perusahaan. Complain atau keluhan pelanggan PAM Tirta Karajae Kota Parepare dapat menyampaikan via call center, SMS, Whatsapp, atau kalau ingin menyampaikan dan mendengarkan secara langsung dari petugas bagian kepelangganan dapat mendatangi bagian *Customer Service* PAM Tirta Karajae Kota Parepare.

Di bagian *customer service* pelanggan dapat mengetahui bagaimana riwayat pembayaran, riwayat pemakaian, dengan adanya data yang sudah dimasukkan ke sistem *customer service*, maka dapat diperiksa apakah keluhan yang bersifat administratif maupun teknis sesuai dengan pernyataan pelanggan atau tidak. Meskipun sudah banyak media-media yang digunakan PAM Tirta Karajae Kota Parepare untuk memudahkan pelanggan untuk mengadukan keluhan, nyatanya di lapangan pelanggan masih kesulitan untuk menghubungi perusahaan dan mengutarakan keluhannya. Pelanggan masih sering berkata bahwa laporan pengaduan via call center sering tidak terhubung.

Pembahasan

Bagi suatu perusahaan, pelanggan merupakan salah satu unsur penting yang akan mempengaruhi keberlangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan tersebut. Adanya sumber daya manusia dalam perusahaan yang berkontribusi penuh untuk mendukung berjalannya suatu pelayanan yang berkualitas akan berdampak dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam mengonsumsi produk perusahaan. Namun, tidaklah mudah mewujudkan hal semacam itu, dibutuhkanlah sebuah strategi komunikasi oleh pihak perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, ataupun menghadapi segala permasalahan baik itu dengan pelanggan maupun dengan stakeholder lainnya.

Sebagai petugas yang langsung bertemu dengan pelanggan ketika menyampaikan pengaduan, bagian pelayanan pelanggan selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik mereka, sebagaimana seharusnya. Kemudian didukung dengan strategi yang telah ditetapkan perusahaan dalam membantu memberikan solusi atas persoalan pelanggan. Akan tetapi di lapangan ternyata masih terlalu banyak masyarakat yang mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Dalam bahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa seorang *customer service* harus bersikap ramah, sopan, santun, empati terhadap pelanggan dan lain sebagainya, namun pelanggan masih banyak yang melakukan complain maka harus diteliti kembali akar dari masalah yang dikeluhkan pelanggan sebenarnya bersumber dari mana.

Beragamnya pelanggan yang mendatangi bagian kepelangganan untuk menyampaikan keluhan. Mengakibatkan pihak yang bekerja pada bagian tersebut harus memiliki strategi komunikasi yang efektif sehingga dapat menangani keluhan pelanggan secara maksimal dan tentunya berorientasi pada kepuasan pelanggan. Memiliki cara-cara jitu untuk mengelola kesan yang akan disampaikan ketika berhadapan dengan pelanggan harus sesuai dengan situasi dan kondisi saat itu. Sebab dapat menciptakan hubungan yang erat antara perusahaan dengan pelanggan serta dapat mempertahankan kepuasan pelanggan adalah mimpi semua perusahaan.(Dinsar, 2020).

Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan PAM Tirta Karajae Kota Parepare untuk pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan adalah memalui SPEKTRA atau pencatatan menggunakan teknologi yang modern, menyediakan pengaduan pelanggan

berbasis online, empati, *Self Presentation* serta pendekatan diri melalui interaksi dan mendengarkan pelanggan.

Hal ini diwujudkan PAM Tirta Karajae Kota Parepare salah satunya melalui komunikasi face to face antara petugas customer service dengan pelanggan yang datang ke Perumda Kota Sungai Penuh. Komunikasi secara tatap muka dapat mendukung proses pelayanan karena dengan bertemu langsung maka akan meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antara pihak customer service yang berperan sebagai komunikator dan pelanggan sebagai komunikan. (Tijjang & Putra, 2020).

Setiap pelanggan yang menyampaikan keluhan diiringi dengan emosi, maka dapat menggunakan strategi *Self Presentation* untuk menenangkan serta memberi arahan pelanggan. Ketika berinteraksi dengan orang lain, hak pertama yang harus diperhatikan adalah mendengarkan dengan seksama apakah yang sedang disampaikan oleh lawan bicara. Hal ini bertujuan agar tidak terjadinya proses kesalahfahaman terhadap makna pesan yang ingin disampaikan oleh komunikan, selain itu dengan mendengarkan secara detail maka komunikator akan lebih mudah dalam mengambil benang merah dari permasalahan tersebut dan tentunya dapat memilih solusi yang tepat untuk memecahkan permasalahan tersebut. (Surti & Anggraeni, 2020).

Disamping itu dalam proses penanganan keluhan pelanggan, sering mengalami kendala dan terkadang juga merasa kewalahan akan permintaan pelanggan yang ingin segala sesuatu tentang keluhannya ditangani secara cepat dan tepat. Misalkan, salah satu daerah di Kota Parepare mengalami ketiadaan air PAM selama beberapa hari, dan hal itu terjadi bukan hanya terjadi dalam satu rumah saja melainkan satu desa atau satu dusun. Kemudian menanggapi keluhan semacam itu PAM Tirta Karajae Kota Parepare mencoba memberi solusi untuk mengirim tangki air. Dengan demikian maka PAM Tirta Karajae Kota Parepare harus lebih memaksimalkan pengawai yang telah ada atau juga dapat menambah personil satuan tugas (satgas), sehingga dalam perbaikan keluhan pelanggan dapat diatasi secara lebih cepat. Hal ini harus benar-benar dipertimbangkan karena, salah satu indicator yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah kecepatan atau ketangggapan dalam memecahkan dan mencari solusi bagi permasalahan pelanggan.

Kesimpulan

Pelanggan yang beragam datang ke bagian kepelanggan, menyampaikan keluhan, memerlukan strategi komunikasi efektif agar keluhan dapat ditangani dengan optimal dan fokus pada kepuasan pelanggan. Pengelolaan impresi saat berinteraksi dengan pelanggan perlu disesuaikan dengan situasi dan kondisi saat itu, karena membangun hubungan erat dengan pelanggan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan. PAM Tirta Karajae Kota Parepare menerapkan strategi komunikasi, seperti SPEKTRA, pengaduan online, empati, self-presentation, dan pendekatan diri melalui interaksi dan mendengarkan pelanggan. Dalam komunikasi non-verbal, pendengaran aktif ditekankan untuk mencegah kesalahpahaman dan memudahkan pemecahan masalah.

Daftar Pustaka

- [1.] Alfianto, A., Ilahi, A., & Arifuddin, A. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*. 1(1), 25–37.
- [2.] Daya, P. T., & Mandiri, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap*

*Kepuasan Konsumen Motor Honda Pada PT . Daya Anugrah Mandiri Parepare
The Effect Of Service Quality On Honda Motorcycles Customer Satisfaction At.
3(4), 102–108.*

- [3.] Jalan, D. I., Rasmi, E. K. A., & Gedung, K. (2022). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Vaksinasi Covid-19*. 1(11), 2549–2560.
- [4.] Oleh, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu Lumpue Kota Parepare*.
- [5.] Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>
- [6.] Tijjang, B. (2019). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(2014), 46–58.
- [7.] Tijjang, B., & Putra, P. (2020). *Product and Service Quality Towards Customer Satisfaction Refilled Drinking Water in Indonesia*. 4(2), 90–101.
- [8.] Volume, J., & Redaksi, D. (n.d.). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*.