

Pengaruh Komunikasi Persuasif Kualitas Pelayanan Contac Center Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Perumdam Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang)”

Achmad Suryana Hidayat
Suryanahidayat10@gmail.com

Muhamad Isnaini
m_isnaini@yahoo.com
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The title of this research is the Influence of Contac Center Service Quality on Customer Satisfaction Level (Survey on Customers of Perumdam Tirta Kerta Raharja Tangerang Regency) ". The formulation of the problem in this study is is there an influence of the quality of the Contac Center service on the level of customer satisfaction. where the company's image defends its reputation to gain support for the community and attract the attention of potential customers. In this case, public relations plays a role in maintaining the company's brand image, which if the brand image itself is down or incompetent can influence customers when choosing a brand. If there is an opinion given by a customer through a social media account, where that opinion can be seen by other customers, it will take a risk by influencing the opinion of other customers as well.

Keywords: Service Quality, Contac Center Quality, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Di dalam dunia Bisnis dan Industri. setiap Perusahaan dituntut memiliki hubungan yang baik dan erat dengan masyarakat, baik masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Hubungan yang baik antara Perusahaan dan Masyarakat merupakan point plus tersendiri bagi sebuah perusahaan. Hubungan yang baik antara Perusahaan dan Masyarakat merupakan aset jangka panjang yang sangat penting bagi kelangsungan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.

Kepuasan pelanggan akan suatu produk akan selalu terus meningkat sepanjang waktu. Begitupun, dengan para pelanggan jasa atau pelayanan yang selalu menginginkan pelayanan optimal dari para penyedia jasa. Pelayanan optimal yang dirasakan oleh para pelanggan jasa akan menciptakan persepsi kepuasan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan pelanggan atas pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi dan analisis terhadap kepuasan pelanggan akan jasa atau pelayanan yang diberikan guna untuk memajukan perusahaan jasa tersebut.

Pada saat ini daerah Tangerang dihadapi musim kemarau yang berakibat sungai mengering dan masyarakat kekurangan air bersih, sehingga banyak masyarakat yang mengeluh karena kekurangan air bersih. Air adalah salah satu sumber daya alam yang sangat penting bagi kehidupan, namun pada saat ini kita sulit untuk mendapatkan pasokan air bersih, sehingga kita memerlukan jasa pelayanan penyedia

air bersih. Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PERUMDAM) Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang ini selalu berusaha untuk melayani dan menyediakan kebutuhan air bersih kepada penduduk Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang & Kota Tangerang Selatan. PERUMDAM TKR Kab. Tangerang melayani 149.011 pelanggan terhitung sampai bulan Januari 2020 sampai saat ini belum bertambah. Sebagian besar pelanggan PERUMDAM TKR Kab. Tangerang banyak yang berada di wilayah kota Tangerang. Selain itu kota Tangerang juga mempunyai PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang. Hal ini memunculkan persaingan antara PERUMDAM TKR Kab. Tangerang dengan PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang dalam hal meraih kepercayaan dari masyarakat Tangerang untuk pelayanan air bersih.

Penilaian atas kinerja PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang dalam menyelenggarakan pelayanan public jelas bergantung pada kepuasan para pelanggannya. Sementara itu kepuasan pelanggan hanya dapat dipenuhi apabila pihak management PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang mampu meningkatkan kualitas pelayanan hingga mencapai tingkat yang optimal.

Kualitas pelayanan ini juga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Kepuasan Pelanggan dalam bidang jasa adalah elemen yang sangat penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya. Tidak dapat dipungkiri kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap eksistensi dan kemajuan perusahaan

Dalam upaya menangani keluhan pelanggan yang tinggi Humas PERUMDAM TKR membuat suatu wadah jika pelanggan membutuhkan informasi pelayanan, gangguan pelayanan, keluhan dll. Contact center PERUMDAM TKR adalah layanan terpadu yang bisa digunakan pelanggan PERUMDAM TKR untuk melaporkan terjadinya suatu kejadian, antara lain informasi kebocoran, keluhan, gangguan pelayanan, pemasangan baru dan semua laporan kejadian dalam skala besar maupun skala kecil.

Contact Center PERUMDAM TKR adalah sebuah layanan pelanggan dari PERUMDAM TKR yang berguna untuk menanggulangi semua masalah yang terjadi di wilayah pelayanan PERUMDAM TKR. Contact center PERUMDAM TKR telah berdiri sejak tahun 2016 yang diresmikan oleh Bupati Tangerang dan Direktur Utama PERUMDAM TKR Kab. Tangerang.

Contact Center merupakan suatu wadah atau tempat yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat atau Pelanggan melalui pelayanan jasa yang diberikan seseorang. Intinya *contact center* ialah bertanggung jawab dalam melayani segala keperluan masyarakat dalam hal menerima keluhan atau masalah dari masyarakat (pelanggan) dan dilakukan dengan cara mengenali dan memenuhi harapan atau kebutuhan masyarakat (pelanggan) secara baik, agar pelayanan jasa terhadap

pelanggan tidak salah dalam melayani jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dapat optimal.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF KUALITAS PELAYANAN CONTAC CENTER TERHADAP TINGKAT KEPUASAAN PELANGGAN (SURVEI PADA PELANGGAN PERUMDAM TIRTA KERTA RAHARJA KABUPATEN TANGERANG)**”.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan *Contact Center* terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan ?
2. Berapa Besar pengaruh kualitas pelayanan *Contact Center* terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan ?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan *Contact Center* terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.
2. Mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Contact Center* terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan, baik dibidang akademis maupun praktis, seperti manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

- **Kegunaan Teoritis**

Bagi para akademisi dan peneliti –peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat lebih memperdalam pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Contac Center Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Survei Pada Pelanggan PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang.

- **Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan penelitian berikutnya yang akan membahas kaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Contac Centre Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Survei Pada Pelanggan PDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang. Hasil dari penelitian ini penulis diharapkan dapat membantu untuk merumuskan dan menerapkan strategi untuk mengembangkan citra perusahaan.

Tinjauan Teori

Public Relations

Public Relations merupakan suatu fungsi manajemen yang mengelola, merencanakan, dan mengatur segala kegiatan perusahaan guna menjaga reputasi dan citra perusahaan atau organisasi di mata publiknya, baik publik internal maupun eksternal. *Public Relations* adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena *public relations* merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Rumanti,2002:7).

Tugas *Public Relations* Menurut Rumantri (2005) terdapat limapokok tugas rutin *Public Relations*, ialah: 1.Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis melalui gambar (visual) kepada publik, spaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan perusahaan.2.Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. selain itu, PR juga bertanggung jawab terhadap kehidupan bersama dengan lingkungan. 3.Memperbaiki citra organisasi 4. Tanggung jawab social terhadap semua kelompok yang ada hubungannya dan memerlukan informasi 5.Komunikasi timbal balik.

Tugas *Public Relations* menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi ke publik, membentuk dan mempertahankan citra dalam perusahaannya dan adanya komunikasi timbal balik antara perusahaan dan publik.

Customer Service

Istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*. Dalam bertugas melayani nasabah *customer service* lebih banyak bicara dan berhubungan dengan penyeteroran dan penarikan. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan bagi nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2008:180). Dalam prakteknya fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2008:180).

1. Sebagai *resepsionis*, artinya seorang *contac center* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan PDAM.
2. Sebagai *deskman*, artinya seorang *contac center* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.

3. Sebagai *customer relation officer*, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari Bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah
4. Sebagai komunikator, artinya *contac center* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara Bank dengan nasabah.

Teori Kualitas Pelayanan

Definisi Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011: 164) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Ada Lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh para konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu (Kresnamurti & Sinambela, 2011: 114-115) : (1) *Reliability*; (2) *Responsiveness*; (3) *Assurance*; (4) *Empathy* dan; (5) *Tangibles*.

Metodologi Penelitian

Paradigma dalam penelitian kuantitatif ini adalah Positivisme, yaitu suatu keyakinan dasar yang berakar dari paham ontologi realisme yang menyatakan bahwa realitas itu ada (exist) dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam (natural laws). Dengan demikian penelitian berusaha untuk mengungkapkan kebenaran realitas yang ada, dan bagaimana realitas tersebut senyatanya berjalan (Salim, 2001:39).

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, Metode kuantitatif adalah Metode penelitian merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Nanang Martono dalam bukunya “Metode Penelitian Kuantitatif” Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti” (Nanang Martono, 2010:66, dalam Andriani: 2014).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian survey, yang dimana penelitian survey ini merupakan jenis penelitian yang informasinya dikumpulkan dari beberapa sampel berupa orang.

Pengumpulannya berupa angket yang berisi pertanyaan - pertanyaan yang akan diberikan oleh penulis. Angket penelitian akan disebarakan kepada Pelanggan PERUMDAM TKR Kab. Tangerang berjumlah 5.498 responden, lalu dimasukkan ke dalam rumus taro yamane untuk mencari sampel sebanyak 100 responden.

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Data yang diperoleh nantinya akan dianalisis secara kuantitatif dengan jenis/tipe deskriptif. Untuk membantu serta mengolah data dan menghitung hasil penelitian menggunakan metode SPSS (Statistical Package for Social Science).

Lokasi yang di ambil untuk melakukan penelitian adalah di PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang. Di Jl. Kisamaun no 204 Kota Tangerang. Waktu yang dibutuhkan oleh peneliti adalah Maret – Juni 2020. Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung melakukan penelitian kepada Pelanggan PERUMDAM TKR Kab. Tangerang. Mulai dari menyebarkan kuesioner dan memberi petunjuk bagaimana cara mengisi kuesioner tersebut dengan benar dan sampai mendapatkan hasil jawaban dari kuesioner..

Pembahasan

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyadi, 2011). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan kosumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2013).

Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu: bukti fisik atau (Tangible), keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance) dan Empathy. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Setiap perusahaan modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Kualitas pelayanan membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan atau perusahaan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar,

agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima. Pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan haruslah berkualitas. Setiap karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu perusahaan, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan berarti perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan maksimal. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta menjadikannya fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ayu (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan.

Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, dengan judul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Kualitas Pelayanan Contac Center Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Survei Pada Pelanggan PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang. Di jalan Kisamaun No 204 Kota Tangerang.

1. Dari hasil penelitian yang diteliti kualitas pelayanan variable X yang diberikan oleh PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang cukup baik. Hal ini terlihat pada tabel 4.5 sampai dengan 4.9 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang terhadap pelanggan dinilai cukup baik. Pengukuran variable ditentukan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yaitu tangible, realibility, responsive, assurance, empathy.
2. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan Y terhadap pelanggan yang diberikan oleh PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang golongan Rumah Tangga Kecamatan Teluk Naga adalah cukup baik. Hal ini terlihat pada tabel 4.10 sampai dengan 4.14 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang terhadap pelanggan dinilai cukup baik.

3. Berdasarkan penelitian, kepuasan yang dapat memenuhi harapan pelanggan mencapai 56,4 % merasa puas, dan sedangkan sebagian 43,6% sebagian kualitas pelayanan publik petugas Contac Center tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut bisa di lihat dilapangan karena di sebabkan oleh cost yang besar, keraguan, dan saingan yang menawarkan harga maupun cara promosi yang lebih merarik masyarakat.
4. Pengukuran Variable di tentukan menggunakan teori dimensi nilai yaitu desire expectation dan adequate expectation.

Saran

1. Karyawan hendaknya tepat waktu dan cepat dalam melayani nasabah seperti memberi jawaban atas berbagai macam bentuk permasalahan dengan memberikan prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit sehingga ketika pelanggan membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama.
2. Karyawan hendaknya membantu tanpa diminta pelanggan, proaktif memberikan informasi dan berusaha memberikan lebih dari apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, dengan begitu pelanggan akan merasa diperhatikan dan pada akhirnya akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Daftar Pustaka

- Abdurahman Oemi. 2001. *Dasar – dasar Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti.
- Ardianto, SolehSoemirat. 2002. *Dasar – dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Arni, Muhammad. 2002. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Djuarsa, Sasa Sendjaja. 1994. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Effendi, Onong Uchjana. 1989. *Ilmu Komunikasi dan Teori*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Human Relation & Public Relations*. Bandung. CV. Mandar Maju.

Online www.pdamtkr.co.id

