

**STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN  
PADA PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)**

**Oleh:**

**YUNI WAHYUNINGSIH**

**NIM. 1323205001**



**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO**

**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yuni Wahyuningsih

Nim : 1323205001

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Humas dalam Menangani Komplain Pelanggan  
Pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, Januari 2021

Yang menyatakan,



**Yuni Wahyuningsih**

NIM.1323205001

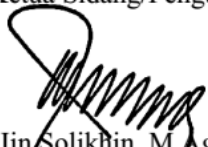
## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

### STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN PADA PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS


Yang disusun oleh Saudari **Yuni Wahyuningsih NIM. 1323205001** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **21 Januari 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji




Iin Solikhin, M.,g.  
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji



Hastin Tri Utami, S. E., M. Si  
NIP. 19920613 201801 2 001

Pembimbing/Penguji



H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 03 Februari 2021

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19550921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Yuni Wahyuningsih, NIM. 1323205001 yang berjudul:

**STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN  
PADA PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ekonomi Syari'ah (SE)

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 14 Januari 2021

Pembimbing

  
**H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.**

**NIP.197903232012011007**

# **STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN PADA PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS**

**Yuni Wahyuningsih**  
**NIM. 1323205001**

E-mail: yuniwahyuningsih96@gmail.com  
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

## **ABSTRAK**

Dalam menghadapi era globalisasi dalam bidang komunikasi dan bisnis, maka setiap perusahaan asing, nasional maupun negara masing-masing berusaha mengatur langkah dan strateginya untuk bisa memenangkan pasar yang menguntungkan baginya. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat atau tidak, disukainya produksi perusahaan itu oleh masyarakat atau tidak, semuanya tergantung pada hasil karya Humas. Dalam penelitian ini, masalah umum yang dikemukakan adalah bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas? Apa saja faktor penghambat dalam menangani komplain pelanggan?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan faktor penghambat Humas dalam menangani komplain pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDAM “Tirta Satria” Banyumas melakukan strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan dengan cara mengidentifikasi masalah, tidak memandang ringan masalah, menentukan target sasaran informasi, menentukan strategi dan evaluasi. PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga mengalami faktor penghambat dalam menangani komplain tersebut, yaitu : keterbatasan SDM, kurangnya komunikasi, kendala teknis, dan kurangnya sarana dan prasarana.

**Kata kunci:** *Humas, Komplain Pelanggan*

## **PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS IN PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS**

**Yuni Wahyuningsih**  
**NIM. 1323205001**

E-mail: yuniwahyuningsih96@gmail.com  
Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Islamic Business  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

### **ABSTRACT**

In facing the era of globalization in the field of communication and business, every foreign company, national or national, tries to organize its steps and strategies to win a profitable market for it. Whether a company is accepted by the community or not, whether the community likes the production of that company or not, it all depends on the work of Public Relations. In this research, the general problem raised is how is the Public Relations strategy in handling customer complaints on PDAM “Tirta Satria” Banyumas? What are the inhibiting factors in handling customer complaints? The purpose of this study was to determine the strategies and inhibiting factors of Public Relations in handling customer complaints.

This research uses descriptive qualitative research methods. In collecting data, the writer used observation, interview and documentation methods. For data analysis techniques using Miles and Huberman.

The results showed that PDAM "Tirta Satria" Banyumas implemented a PR strategy in dealing with customer complaints by identifying problems, not taking lightly the problems, determining target information targets, determining strategies and evaluating. PDAM "Tirta Satria" Banyumas also experienced inhibiting factors in handling these complaints, namely: limited human resources, lack of communication, technical constraints, and lack of facilities and infrastructure.

**Keywords:** *Public Relations, Customer Complaints*

## MOTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl: 90).



IAIN PURWOKERTO

## **PERSEMBAHAN**

*Teruntuk,*

*Ayah, Ibu, dan Sefi*

*Segala perjuanganku hingga titik ini*

*Aku persembahkan kepadadua orang paling berharga dalam hidupku  
Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih  
memahami kita daripada diri kita sendiri.*

*Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.*

*Terimakasih juga untuk adikku yang selalu memberi semangat tiada henti dan  
selalu memberi senyuman manisnya. Semoga selalu senyum ceria sampai engkau  
dewasa nanti.*



**IAIN PURWOKERTO**



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, penulis panjatkan hanya kepada Allah atas segala karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul *Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan (Studi Pada PDAM “Tirta Satria”) Banyumas*.

Lantunan sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyaamah kelak.

Dengan terselesaikannya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. KH. Mohammad Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
7. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
8. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si., pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih saya ungkapkan dalam doa atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan

bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lindungan dari Allah SAW. Aamiin.

9. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
10. Ibu Yuni Tri Rahmawati dan Bpk Sugiarto selaku pihak Humas Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas beserta segenap karyawan yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Aceng Saefudin dan Dede Manisah selaku kedua orang tua penulis yang selalu ada, mencurahkan cinta dan kasih sayang, memberikan do’a yang tiada henti dan semangat kepada penulis. Terimakasih adikku Sefi Septianingsih tercinta yang selalu menanyakan kapan wisuda bukan lulusnya, dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
12. Teman-teman seperjuangan ES-C Angkatan 2013 yang telah memberikan kenangan indah selama masa kuliah yang selalu memberikan tawa, dan gembira, memberi cahaya bagi masa depan yang akan kami lalui.
13. Sahabatku, *partner* guyonan di *weekend*, Lila Setiana, Tria Ningsih, dan Trio Andhyka, terima kasih sudah mau membantu dalam penyelesaian skripsi, semoga kesuksesan dan keberuntungan selalu ada di pihak kita.
14. Member Rempong Squad: Mbak Anah, Tria, Dian Rani, Chunil, Yana A, Lila St, Irma F, dan Tati U, terimakasih selalu memberi semangat banyak untuk meraih mimpi-mimpiku, dan selalu saling menyemangati satu sama lain untuk meraih mimpi dan cita-cita masing-masing.
15. Member Gengges: Mas Dika, Mas Coy, Tria dan Lila yang selalu mengingatkan kepada penulis untuk selalu tetap semangat dan membantu dalam pengerjaan proses penyelesaiannya skripsi.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua partisipasi serta sumbangan pikir yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal

dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu juga penulis terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya. Aamiin.

Purwokerto, 14 Januari 2021



**Yudi Wahyuningsih**

**NIM.1323205001**



**IAIN PURWOKERTO**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## 3. Ta'marbūṭhah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal Pendek

◌َ◌	fathāh	Ditulis	A
◌ِ◌	kasrah	Ditulis	I
◌ُ◌	d'ammah	Ditulis	U

#### 5. Vokal Panjang

1.	Fathāh + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathāh + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسي	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

#### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathāh + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathāh + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 7. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l* (el)nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 8. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTO</b> .....	vii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITRASI</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Kegunaan .....	11
E. Kajian Pustaka .....	12
F. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>19</b>
A. Strategi Humas .....	19
1. Pengertian Strategi Humas .....	19
2. Fungsi dan Tugas Humas .....	21
B. Komplain Pelanggan .....	24
1. Pengertian Komplain Pelanggan .....	24
2. Karakter Pelanggan .....	26
3. Penyebab Keluhan ( <i>Complaint</i> ) .....	28
4. Aspek Dalam Penanganan Keluhan ( <i>Handling Complaint</i> ) ..	28



C. Pelayanan .....	29
1. Pengertian Pelayanan .....	29
2. Prinsip Pelayanan .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian .....	32
B. Sumber Data .....	33
C. Teknik Pengumpulan Data .....	34
D. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	39
1. Sejarah Singkat PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	39
2. Dasar Hukum Operasional .....	40
3. Tugas Pokok dan Fungsi .....	41
4. Visi, Misi dan Kebijakan Mutu Pusat PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	41
5. Struktur Organisasi PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	42
6. Produk Layanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	44
B. Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	44
C. Faktor Penghambat Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komplain Pelanggan.....	6
Tabel 2 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	14



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas.....	5
---	---



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan telah melakukan penelitian
2. Hasil Wawancara dengan Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas
3. Hasil Wawancara dengan Pelanggan Pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas
4. Dokumentasi dengan Pihak Humas Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas
5. Dokumentasi dengan beberapa pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas
6. Aplikasi dan Form Pengaduan Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas
7. Data Komplain Pelanggan Tahun 2017-2019
8. Laporan Pengaduan dan tindak lanjut PDAM “Tirta Satria” Banyumas
9. Blangko/Kartu Bimbingan
10. Surat Keterangan Wakaf Buku
11. Surat Kesiapan Menjadi Pembimbing
12. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
13. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
14. Sertifikat-Sertifikat
15. Daftar Riwayat Hidup

**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya suatu negara selalu disertai dengan kemajuan perekonomian dan ditunjang oleh pesatnya perindustrian, yang sekaligus membawa perubahan-perubahan dan perkembangan dalam bidang perdagangan dan perniagaan. Dalam menghadapi era globalisasi dalam bidang komunikasi dan bisnis, maka setiap perusahaan swasta asing, nasional maupun negara masing-masing berusaha mengatur langkah dan strateginya untuk bisa memenangkan pasar yang menguntungkan baginya. Untuk itu berlomba dan berupaya memperoleh simpati dan dorongan akan kelancaran dan keabadian usahanya yang bisa menguntungkan pihaknya. Salah satu media dalam hal berkomunikasi adalah *Public Relations*. Istilah *Public Relations* atau disingkat PR diterjemahkan hubungan masyarakat atau disingkat menjadi humas. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat atau tidak, disukainya produksi perusahaan itu oleh masyarakat atau tidak, semuanya tergantung pada hasil karya Humas (*public relation*) dari perusahaan itu. Humas atau *Public Relations* senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan.

Selanjutnya menurut Rudi (2005) mengartikan humas adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/lembaga/perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak (publik), agar organisasi/lembaga/perusahaan memperoleh kepercayaan dan sokongan dari masyarakat (publik) baik internal maupun eksternal terutama dari publik di luar organisasi/lembaga/perusahaan itu. Tujuan Humas terdiri dari dua bagian yakni: secara positif dan *defensive*. Secara positif berusaha mendapatkan dan menambahkan penilaian serta jasa baik suatu organisasi atau perusahaan dan secara *defensive* berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar

padahal organisasi atau perusahaan itu tidak salah (terjadi kesalahpahaman). Karakteristik Humas menurut Effendi (1991) yakni berfungsi atau tidaknya Humas dalam organisasi, dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Berikut ini ciri-ciri Humas:

1. Adanya upaya komunikasi yang bersifat dua arah secara timbal balik.

Sebagai kegiatan komunikasi dalam organisasi, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik yaitu pada jalur pertama, komunikasi berbentuk penyebaran informasi oleh pimpinan organisasi kepada publik. Sedangkan jalur kedua, komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian tanggapan atau opini publik dari pihak publik kepada pimpinan organisasi tersebut.

2. Sasarannya adalah publik ekstern dan intern. Publik ekstern adalah masyarakat di luar suatu organisasi/lembaga, sedangkan publik intern adalah masyarakat di dalam suatu perusahaan/lembaga, misalnya karyawan.
3. Humas (*Public Relations*) merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. (Carmia Diahloka & Akhirul Aminulloh, 2011).

*Public Relations* yang ada dan dikenal pada saat sekarang ini, secara sederhana disebut Hubungan Masyarakat atau disingkat dengan Humas. Humas muncul karena adanya tuntutan kebutuhan. Artinya menjadi hal yang utama bagi humas untuk mampu menjalankan salah satu fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publik yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan. (Yerni Monita Kasenda, 2013)

Firda Kusumastuti (2002:17) mengungkapkan "Sasaran humas adalah publik, yakni sekelompok orang dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Dalam praktik publik dikelompokkan menjadi dua, yakni:

1. Publik internal yang meliputi : pemegang saham, pengelola dan karyawan. Dalam penelitian ini yang menjadi publik internal adalah pihak Kasubag Humas & Pelayanan.
2. Publik eksternal terdiri dari pihak-pihak yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Contohnya komunitas sejenis, investor, masyarakat luas dan pemerintah. Publik eksternal dalam penelitian ini adalah pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum. (Indhira Hari Kurnia, 2013)

Tugas utama humas adalah sebagai alat manajemen organisasi untuk menjalin hubungan baik dengan publiknya dalam rangka mencapai rasa saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Dalam rangka menjalin hubungan yang baik dan upaya saling pengertian, suatu organisasi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik pada publiknya dengan melakukan strategi komunikasi yang terbaik melalui optimalisasi fungsi dan tugas humas. (Saleh, 2010: 77)

Dalam sebuah tindakan akan selalu menyediakan beragam kemungkinan respon publik, yaitu puas dan tidak puas. Bagi mereka yang puas berkemungkinan mereka akan berlanjut pada tingkat loyalitas sedangkan bagi mereka yang tidak puas berkemungkinan melakukan komplain atau bahkan menarik diri dari berhubungan dengan organisasi pelayanan tersebut. Pelanggan yang komplain oleh sebagian besar perusahaan masih dianggap sesuatu yang negatif. Perusahaan yang mendorong pelanggan untuk komplain, biasanya sudah mengalami pergeseran sikap terhadap komplain, sehingga komplain tidak dipersepsi sebagai sesuatu yang negatif, tetapi justru lebih banyak sisi positifnya.

Keluhan/komplain sering dipandang sebagai hal buruk bagi kehidupan organisasi, sehingga banyak pihak berusaha menutupi atau mengabaikannya. Padahal keluhan menjadi peringatan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas organisasi. Bahkan dengan kemampuan mengelola dan merespon keluhan/komplain dapat menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan, yaitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, bahkan dapat meningkatkan keuntungan. Keluhan/komplain dapat muncul karena adanya

perbedaan antara persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh pemberi layanan. (Saleh, 2010: 155)

Beberapa studi memperlihatkan bentuk-bentuk ketidakpuasan konsumen dan sebuah studi belum lama ini oleh Singh (1988) mengemukakan tiga kategori yang berbeda: (1) respons suara (misalnya meminta ganti rugi dari penjual), (2) respons pribadi (misalnya komunikasi lisan yang negatif), dan (3) respons pihak ketiga (misalnya mengambil tindak hukum) ketidakpuasan sering merupakan peramal yang buruk untuk perilaku mengeluh.

Model perilaku keluhan konsumen/pelanggan mengidentifikasi dua tujuan utama untuk mengeluh. Pertama, konsumen mengeluh untuk menutup kerugian ekonomi. Mereka mungkin berusaha menukar produk yang bermasalah dengan produk lain atau berusaha memperoleh uang mereka kembali, baik secara langsung dari perusahaan atau toko maupun secara tidak langsung melalui tuntutan hukum. Alasan kedua mengapa konsumen terlibat dalam perilaku keluhan adalah untuk membangun kembali citra diri pembeli sehingga bila produk kurang berhasil, citra diri pembeli menurun. Untuk memperbaiki citra diri, konsumen dapat menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut yang negatif, berhenti membeli karena melihat merk, mengeluh pada perusahaan atau mengambil tindakan hukum. (Sudaryono, 2016: 162-163)

Dalam aktivitasnya, Humas berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two-way communication*) antara perusahaan atau lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga yang bersangkutan. Kegiatan strategi Humas tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan publik. Sasaran kegiatan strategi Humas terbagi menjadi dua, yaitu :

1. *Internal Public Relations* adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga atau instansi keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.



2. Eksternal *Public Relations* adalah orang-orang yang ada diluar lembaga atau instansi yang ada hubungan dan diharapkan ada hubungannya. Contohnya, para pelanggan PDAM mulai dari pelanggan baru sampai pelanggan lama. (Rahutomo, 2013)

Mengingat air adalah kebutuhan pokok bagi kehidupan sehari-hari, air memiliki peranan yang sangat penting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Penyediaan distribusi air yang dilakukan oleh PDAM baik di daerah perkotaan maupun di pedesaan mempunyai tujuan untuk memberikan pelayanan pada masyarakat untuk mendapatkan air bersih yang sehat. PDAM “Tirta Satria” Banyumas sebagai salah satu perusahaan potensial negara yang juga merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Banyumas yang memberikan jasa air bersih. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Banyumas ini merupakan salah satu badan usaha milik Daerah yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa. PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengambil pasokan air bersih tersebut dari pegunungan, curug-curug dengan menggunakan alat-alat laboratorium sehingga air tersebut dapat di konsumsi oleh warga atau higienis. Berikut ini data pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas pada periode 2010-2019. ([www.pdambanyumas.com](http://www.pdambanyumas.com)).

Gambar. 1 Jumlah Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas



\*Data di ambil dari <http://www.pdambanyumas.com/index.php/jumlah-pelanggan>

Tabel data perkembangan jumlah pelanggan aktif per Desember periode tahun 2010-2019 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelanggan pengguna Perusahaan Air Minum di kabupaten Banyumas. Pengguna aktif Perusahaan Air Minum berasal dari 5 cabang PDAM di Banyumas. Cabang PDAM tersebut meliputi Cabang Purwokerto 1, Cabang Purwokerto 2, Cabang Banyumas, Cabang Wangon, Cabang Ajibarang. Naiknya jumlah pelanggan pada PDAM tersebut karena diadakannya program MBR (Masyarakat Berpenghasilan Rendah), menjadikan minat masyarakat terhadap pemakaian air bersih dari PDAM Banyumas dan meningkatkan cakupan pelayanan air minum perpipaan yang diprioritaskan bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka meningkatkan derajat kualitas kesehatan masyarakat.

Sebagai satu-satunya perusahaan yang menyediakan distribusi air bersih PDAM “Tirta Satria” Banyumas, pastinya tidak terlepas dari berbagai macam permasalahan yang di adukan/komplain yang diterima dari pelanggan atau pengguna jasa PDAM. Berikut jumlah data pengaduan Per tahun pada Perusahaan Daerah Air Minum “TIRTA SATRIA” Banyumas Periode Tahun 2017-2019.

Tabel.1 Komplain Pelanggan

<b>JUMLAH KOMPLAIN PELANGGAN PDAM PERIODE 2017-2019</b>			
<b>URAIAN</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Angka Meter tidak sesuai	10	2	1
Lonjakan Pemakaian	1178	47	29
Bocor	7929	1208	686
Air Mati	4076	1189	1147
Air Kecil/Tidak Lancar	2082	59	251
Air Keruh	765	46	103
Meteran Rusak	505	19	32
Kerusakan ACC (stopkran, dll)	1251	16	21

Pindah Meter	109	2	4
Galian Pipa	75	14	22
Lain-lain	431	21	105
<b>Jumlah</b>	<b>18411</b>	<b>2623</b>	<b>2401</b>

\*Data diambil dari PDAM “TIRTA SATRIA” Kabupaten Banyumas

Dari tabel.1 terlihat bahwa jumlah keluhan pelanggan di PDAM “Tirta Satria” Banyumas menurun dari tahun 2017 – 2019. Pada tahun 2017 keluhan pelanggan berjumlah 18411, tahun 2018 berjumlah 2623, tahun 2019 berjumlah 2401, keluhan pelanggan. Keluhan yang biasa di keluhkan oleh pelanggan adalah terjadinya kebocoran yang mengakibatkan air mati dan tidak bisa mengalir ke setiap rumah pelanggan tersebut. Dari tahun ke tahun jumlah pelanggan yang mengeluh menurun. Hal itu tidak terlepas oleh adanya seorang humas yang melakukan banyak cara dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. Contohnya ketika ada pelanggan mengeluh mengenai pipa bocor, pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas langsung menanganinya dengan mengirim tim untuk menangani pipa bocor.

Dari data tersebut dapat dilihat juga bahwa pengaduan/komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Kabupaten Banyumas semakin menurun setiap tahunnya. Dapat dilihat pula, komplain yang paling banyak adalah bocor. Kebocoran yang terjadi karena adanya tekanan air pada pipa pengalirannya yang terlalu besar, sehingga mengakibatkan kebocoran dan menjadi penghambat untuk masyarakat yang menggunakan air tersebut. Adanya kejadian tersebut, masyarakat harus mengalami krisis air, karena untuk sementara waktu aliran air dimatikan sampai penanganan pipa bocor tersebut selesai diperbaiki, terkadang juga air yang mengalir menjadi keruh karena air yang tercampur oleh tanah karena galian perbaikan pipa pengaliran air bersih tersebut yang menjadikan masyarakat/pelanggan pengguna jasa PDAM “Tirta Satria” Banyumas menjadi tidak nyaman.

Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan publik atas suatu produk atau pelayanan. Namun tidak setiap ketidakpuasan akan diungkapkan dengan keluhan. Pelanggan akan mengungkapkan keluhan apabila merasa keluhan yang disampaikan mendapat tanggapan positif dan tidak menyita waktu dan biaya. Keluhan dapat muncul karena adanya perbedaan antara persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh pemberi layanan. (Saleh. 2010: 156-157)

Ada satu artikel yang menjelaskan tentang salah satu permasalahan yang di alami oleh Bupati Banyumas tentang masyarakat yang menyampaikan komplain tentang PDAM “Tirta Satria” Banyumas kepada Bupati Banyumas. Bupati Banyumas Achmad Husein meminta, permasalahan dan komplain pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumdam) “Tirta Satria” Banyumas dapat diselesaikan secara cepat. Beliau menilai, perlu terobosan terobosan baru, untuk meningkatkan pelayanan, agar saat terjadi masalah, mudah diselesaikan. "Segera cari cara, misalnya aplikasi, agar setiap aduan air masuk ke jajaran direksi," ujarnya.

Hal itu ditegaskan Bupati Husein saat puncak perayaan Hari Ulang Tahun (HUT) Perumdam “Tirta Satria” ke 45 tahun, di Instalasi Pengolahan Air Minum (IPA) di Gunung Tugel Purwokerto Selatan, Minggu (5/1) pagi. Orang nomor satu di Kabupaten Banyumas itu mengaku, selama ini banyak komplain dan aduan masuk ke nomor whatsApp miliknya. Diharapkan, jika ada aplikasi milik Perumdam Tirta Satria, maka penanganan masalah bisa segera teratasi.

Menurutnya, sebagai pelayanan publik, Perumdam “Tirta Satria” memang tidak akan bisa dipisahkan dengan adanya komplain dan masalah. "Komplain pelanggan tentu tidak berhenti, karena permasalahan pasti akan dihadapi. Saya meminta setelah meningkat dari perusahaan daerah menjadi perusahaan umum, seluruh jajaran direksi dan karyawan harus lebih optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan," ungkapnya.

Sementara itu, Direktur Perumdam “Tirta Satria” Banyumas, Agus Subali menyebutkan memang sepanjang 2019 banyak komplain masuk melalui whatsapp Bupati Banyumas, namun masalah itu sudah ditangani pihak Perumdam “Tirta Satria” Banyumas. Pihaknya mencatat, jumlah komplain ada 17 kasus. Dengan rincian dua masalah tagihan bengkak dan pencabutan, 14 air tidak mengalir dan satu air keruh. Dari 17 komplain yang ada, masing-masing terjadi pada Januari dua komplain, Maret tiga komplain, April, Mei dan Juli masing-masing satu komplain, September empat komplain, Oktober satu komplain dan November empat komplain. Untuk Februari, Juni, Agustus dan Desember tidak ada komplain. Rata-rata komplain yang masuk, yakni mengenai kondisi air PDAM (sekarang Perumdam) tidak mengalir ke sejumlah daerah di sejumlah wilayah Kabupaten Banyumas. ([www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com))

Pelayanan terbaik adalah bertitik tolak pada konsep kepedulian kepada pelanggan untuk menciptakan kepuasan dan kemenangan dalam persaingan. Pelayanan terbaik berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan para pelanggan sehingga memungkinkan memberikan kepuasan yang optimal. (Saleh, 2010: 63). Upaya pelaksanaan pelayanan berkaitan erat dengan pengembangan komunikasi yang efektif ke dalam dan keluar organisasi. Maka dengan demikian, untuk mengembangkan budaya layanan di dalam suatu organisasi/perusahaan, maka humas dapat digunakan sebagai instrument yang paling efektif untuk memotivasi atau mengubah opini orang-orang/para pegawai. (Barata, 2003: 201).

Dengan demikian PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengaplikasikan bentuk layanan yang menurut Moenir terbagi menjadi tiga macam yaitu layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan berbentuk perbuatan. Karena informasi yang diberikan ini didasarkan pada persepsi dari hari ke hari, maka informasi tersebut menjadi alat analisis, refleksi, dan komunikasi penyesuaian yang sangat baik.

Dari uraian di atas, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada bagaimana **Strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada**

**PDAM “Tirta Satria” Banyumas.** Kemudian, yang melatarbelakangi pemilihan lokasi ini adalah karena PDAM “Tirta Satria” merupakan perusahaan bidang jasa dan pelayanan yang memberikan jasa air bersih di Banyumas.

## **B. Definisi Operasional**

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian.

Adapun istilah yang perlu ditekankan adalah:

### **1. Strategi Humas**

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. (Muljono: 2012: 15). DeFleur dan Dennis (1988:297) mengutip Scott Cutlip dan Allan Center dalam mendefinisikan humas sebagai upaya terencana guna mempengaruhi opini public melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak.(Iriantara, 2004: 43).

### **2. Komplain Pelanggan**

Komplain pelanggan adalah bentuk ketidakpuasan pelanggan terhadap produk maupun jasa perusahaan yang bersifat tertulis maupun lisan.

### **3. Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2004 : 2). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1999 : 571). (Saleh, 2010: 100).

#### 4. Perusahaan Daerah Air Minum ( PDAM “Tirta Satria”) Purwokerto

PDAM atau Perusahaan Daerah Air Minum merupakan salah satu unit usaha milik daerah, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislative daerah. PDAM memberikan jasa pelayanan dan menyelenggarakan kemanfaatan di bidang air minum. Aktifitas PDAM antara lain mengumpulkan, mengolah, dan menjernihkan sampai mendistribusikan air kepada para masyarakat/ pelanggan PDAM Banyumas. ([www.pdambanyumas.com](http://www.pdambanyumas.com)).

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas ?
2. Bagaimana faktor penghambat Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas ?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah : untuk mengetahui bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pada pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Purwokerto.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti: hasil penelitian ini sebagai sarana pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh selama kuliah dengan prakteknya di lapangan.
- b. Bagi Akademis: memberikan sumbangan karya ilmiah untuk mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan bagi perpustakaan IAIN Purwokerto

- c. Bagi Pihak Instansi: sebagai informasi untuk memahami pelayanan dalam menangani komplain pelanggan pada perusahaan .

## E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, beberapa literatur pustaka menjadi rujukan untuk mendasari beberapa dasar pijakan berpikir.

Ridho Aldhily (2017), menjelaskan bahwa Humas (*Public Relations*) menyangkut kepentingan setiap organisasi yang bersifat komersial maupun non-komersial. Menurut (British) Institute of *Public Relations* (IPR), Humas (*Public Relations*) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*Goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Sedangkan menurut Frank Jefkins Humas (*Public Relation*) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Aldhily, 2017: 12-13).

Rosady Ruslan (2003), menjelaskan bahwa tugas Humas meliputi *publik internal* dan *publik eksternal*. Dalam *publik internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. Selanjutnya dalam *publik eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (Ruslan, 2003: 23-24).

Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto (2017), menjelaskan bahwa *Public Relations* menurut Fraser P.Seitel merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap



opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan. (Soemirat dkk, 2017: 13).

Atep Adya Barata (2003) menjelaskan bahwa humas (*Public Relations*) merupakan instrument efektif untuk mengembangkan pelayanan prima melalui dua cara yaitu internal dan eksternal. Internal adalah mereka yang bekerja pada suatu organisasi/perusahaan. Sedangkan eksternal adalah keseluruhan pelanggan baik perorangan, kelompok, maupun institusi yang dilayani oleh organisasi/perusahaan. (Barata, 2003: 201-203).

Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2005) menjelaskan bahwa menurut Gronroos pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. (Ratminto dkk, 2005: 2).

Akh. Muwafik Saleh (2010) menjelaskan bahwa keluhan/komplain pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan. Ekspresi ketidakpuasan seseorang atau pelanggan atas beragam aspek yang disediakan oleh perusahaan. Jadi komplain adalah wujud ekspresi ketidakpuasan dari pelanggan atau penerima layanan atas tindakan layanan yang diberikan oleh pemberi layanan.

Aspek dalam menangani keluhan (*Handling Complaint*) :

1. *Good Will*, yaitu adanya niat baik pimpinan organisasi atau perusahaan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.
2. *Mekanisme*, yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.
3. *Infrastruktur*, yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik,

misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, *questioner* atau *form complaint*, saran, web, *hotline* dan sebagainya.

4. *Attitude*, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan. (Saleh, 2010: 156)

Tabel.2 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Nama & Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Carmia Diahloka & Akhirul Aminulloh Program Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Humas ( <i>Public Relations</i> ) Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan Produk (Studi Pada Plasa Telkom Malang)”	Strategi <i>Public Relation</i> di Plasa Telkom Malang dalam menangani komplain pelanggan menanggapi secara cepat, meningkatkan pelayanan <i>Customer Service/Customer Care</i> dan Satpam Plasa sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing, dan menyediakan <i>Public Relation</i> seperti tv, surat kabar, brosur dan informasi mengenai produk Telkom.	Membahas tentang Strategi Humas dalam Menangani Komplain Pelanggan	Penelitian Saudara/i Carmia & Akhirul meneliti pada Plasa Telkom Malang. Sedangkan penulis meneliti pada Perusahaan Daerah Air Minum Banyumas.

2.	Yerni Monita Kasenda yang berjudul “Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura	Humas di PDAM Jayapura mengangkat citra perusahaan dengan cara menanamkan kepercayaan kepada pelanggan melalui memberikan pelayanan yang profesional.	Membahas Humas	Penelitian Saudara/i Yerni menjelaskan peran humas dalam menyelesaikan masalah untuk membangun citra PDAM. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi <i>Public Relations</i> dalam menangani komplain pelanggan.
3.	Agnes Datuela yang berjudul “Strategi <i>Public Relations</i> PT.Telkomsel <i>Branch</i> Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.	Strategi <i>Public Relations</i> yang dilakukan PT. Telkomsel <i>branch</i> Manado dalam mempertahankan citra di mata masyarakat ialah dengan mengkoordinasi masalah yang ada dengan pihak Pusat (Jakarta) dan pihak area (Makassar).	Membahas Humas	Penelitian Saudara/i Agnes menjelaskan strategi <i>Public Relations</i> PT. Telkomsel <i>branch</i> Manado dalam membangun citra perusahaan. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi <i>Public Relations</i> dalam menangani komplain pelanggan.
4.	T.E. Ardoyo yang berjudul “Peran Dan Strategi Humas ( <i>Public Relations</i> ) Dalam	Strategi Humas efektif dalam mempromosikan produk perusahaan	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian Saudara/i menjelaskan Strategi Humas ( <i>Public</i>

	Mempromosikan Produk Perusahaan”	melalui kegiatan-kegiatan antara lain : publisitas, pameran, sponsorship dan lain sebagainya.		<i>Relations</i> ) dalam mempromosikan produk perusahaan. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas ( <i>Public Relations</i> ) dalam menangani komplain pelanggan.
5.	Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso dan Andre Rahmanto yang berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)”	Pihak sekolah yang diwakili oleh wakasek humas menyikapi saran dan kritik melalui peningkatan prestasi sekolah dengan pembinaan intensif serta meningkatkan sarana prasarana sesuai prioritas.	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian Saudara/i menjelaskan Strategi Humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas ( <i>Public Relations</i> ) dalam menangani komplain pelanggan.
6.	SS Maulida, IA Ratnamulyani, Agustini yang berjudul “Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Dalam Pelayanan Prima Kepada Pelanggan”	Strategi Humas yang dilakukan Humas PDAM Ciomas dapat memberikan pelayanan prima, dalam kebutuhan air bersih dan sehat kepada pelanggan,	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian saudara/i menjelaskan Strategi Humas dilakukan dalam memberikan pelayanan untuk meyakinkan kepada pelanggan

		sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan.		dalam kebutuhan air bersih. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan.
--	--	---	--	---

## F. Sistematika Pembahasan

Secara umum gambaran sistematika Pembahasan terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

### **Bab II : Landasan Teori**

Bagian ini memaparkan teori yang terkait dengan Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini akan dijelaskan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

### **Bab IV : Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Bab ini merupakan penjelasan hasil penelitian mengenai Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

**Bab V : Penutup**

Bab ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dilihat dari uraian hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. STRATEGI HUMAS**

##### **1. Pengertian Strategi Humas**

Menurut Clausewitz (2013), strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Porter (2012), dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy* dalam *Harvard Business Review*, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Sedangkan Arthur A. J., (2007) mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target). (Yunus, 2016: 11-12). Menurut Certo (2010), strategi berarti menjalankan strategi dengan perencanaan, target waktu, dan tujuan yang jelas. Menurut Ohmae (2012), berfikir strategi akan menghasilkan penyelesaian yang lebih kreatif dan berbeda bentuknya daripada berpikir secara mekanik dan intuisi.

Sejalan dengan pendapat di atas, strategi merupakan rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasarannya. Intinya strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaingnya. Aktivitas formulasi strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan. Keterlibatan karyawan di dalam formulasi strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka. (Yunus, 2016: 163-164).

Di dalam khazanah Islam kata “Humas” memang jarang terpakai, baik dalam bahasa tulisan maupun lisan. Namun, ada dua kata yang memiliki makna yang sama, yaitu “habl” yang artinya “tali atau hubungan” atau “silaturahmi” yang artinya “menyambung persaudaraan”. Keduanya sering digunakan dalam bahasa khazanah keIslaman. (Mulyono, 2008: 206) Penggunaan kata “habl” ini sebagaimana firman Allah SWT di surat al-Imran ayat 112:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تَقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا  
بِعِصْيَانٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ  
الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.” (Al-Qur’an dan Terjemahnya, 2014: 64)

Menurut dari H.Fayol ada beberapa kegiatan dan sasaran *Public Relations* (humas), yaitu:

- a. Membangun Identitas dan Citra Perusahaan (*Building corporate identity and image*)
  - Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
  - Mendukung kegiatan komunikasi timbale balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi krisis (*Facing of Crisis*)
  - Menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR *Recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
- c. Mempromosikan Aspek Kemasyarakatan (*Promotion public causes*)
  - Mempromosikan yang menyangkut kepentingan Publik.



Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagiannya. (Ruslan, 2003: 23-24)

Kegiatan strategi Humas tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan publik. Sasaran kegiatan strategi Humas terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Internal *Public Relations* adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga atau instansi keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.
- b. Eksternal *Public Relations* adalah orang-orang yang ada diluar lembaga atau instansi yang ada hubungan dan diharapkan ada hubungannya. Contohnya, para pelanggan PDAM mulai dari pelanggan baru sampai pelanggan lama. (Rahutomo, 2013)

## 2. Fungsi dan Tugas Humas

Secara umum, Humas (*Public Relations*) dapat diartikan sebagai “penyambung lidah” perusahaannya dalam hal mengadakan hubungan timbal balik dengan pihak luar dan dalam perusahaan. Jadi, tidak hanya bertugas sebagai *a channel of information* (saluran informasi) dari perusahaan kepada publiknya, melainkan juga merupakan saluran informasi dari publik kepada perusahaan. Informasi yang datang dari publik merupakan opini publik sebagai umpan balik dari informasi yang diberikan perusahaan. Demikian pula fungsi *Public Relations* sebagai *a source of information* (sumber informasi), tidak hanya bagi pihak luar saja, melainkan juga merupakan sumber informasi bagi publik di dalam perusahaan, terutama bagi pimpinan perusahaan. (Aldhily, 2017: 13)

Rosady Ruslan (2003), menjelaskan bahwa tugas Humas meliputi *publik internal* dan *publik eksternal*. Dalam publik *internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. Selanjutnya dalam publik

*eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (Ruslan, 2003: 23-24).

Berikut fungsi utama *Public Relations* :

- a. Menumbuhkan dan mengembangkan komunikasi atau hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, baik publik *intern* maupun *ekstern* dalam rangka menanamkan pengertian.
- b. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/ lembaga.
- c. Mengabdikan kepada kepentingan umum.
- d. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.
- e. Komunikasi alat untuk mencapai tujuan *harmoni public opinion*.  
(Nurtjahjani & Shinta Maharani Trivena, 2018: 12-13)

Beberapa hal yang harus diketahui tentang fungsi seorang *Public Relations* yakni :

- a. Menafsirkan konteks dan latar belakang antara manajemen dan publik.
- b. Memperkuat proses komunikasi di dalam dan di luar perusahaan.
- c. Menjaga *management* tetap *informed* dan responsisme, dan
- d. Menekankan tanggung jawab perusahaan kepada publik dengan memelihara citra positif.

Penelitian yang diadakan International Association menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi *Public Relations* atau Humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu :

1. Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia.
2. Membuat analisa “tren” masa depan dan ramalan akan akibatnya bagi institusi.

3. Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan, masyarakat terhadap institusi serta memberikan saran dan tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
4. Menciptakan dan membina komunikasi dua arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh.
5. Mencegah konflik dan salah pengertian.
6. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab social.
7. Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.
8. Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen.
9. Memperbaiki hubungan industrial.
10. Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.
11. Memasyarakatkan produk dan layanan.
12. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal.
13. Menciptakan jati diri institusi.
14. Menumpuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional.
15. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi. (Nurtjahjani & Shinta Maharani Trivena, 2018: 14-15)

Pada umumnya, tugas *Public Relations* dalam perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, agar publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat.

- c. Memperbaiki citra organisasi. Bagi PR, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya. Tetapi, terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi, (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
- d. Tanggung jawab sosial. PR merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Suatu organisasi mempunyai kewajiban dalam pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab.
- e. Komunikasi. PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. (Aldhily, 2017: 14).

## **B. KOMPLAIN PELANGGAN**

### **1. Pengertian Komplain Pelanggan**

Setiap orang adalah pelanggan. Pelanggan adalah setiap orang, unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Pada dasarnya ada dua jenis pelanggan, yaitu Pelanggan *Internal* dan Pelanggan *Eksternal*.

a. Pelanggan *Internal* adalah orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi yang sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya (*next process*). Mereka terdiri dari: rekan kerja, pemimpin atau jajaran direksi, manajer, pimpinan bagian, pimpinan seksi, para pegawai maupun organisasi.

Yang diperlukan pelanggan *internal* adalah:

- 1) Kerja kelompok dan kerjasama
- 2) Struktur dan sistem yang efisien
- 3) Pekerjaan yang berkualitas, dan

- 4) Pengiriman yang tepat waktu.
- b. Pelanggan *Eksternal* adalah semua orang yang berada diluar organisasi yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa atau produk perusahaan (*end-user*). Pelanggan *eksternal* dapat dibagi dalam dua kelompok, yaitu: kelompok pelanggan dalam kegiatan komersial dan kelompok pelanggan kegiatan nonkomersial.
- 1) Kelompok Pelanggan dalam Kegiatan Komersial, yaitu :
- a) Mereka yang berada di pasar konsumen (pemakai akhir).
  - b) Di pasar produsen/industri, para produsen yang membeli barang modal untuk digunakan sebagai alat pengolah dan yang membeli bahan baku untuk diolah kembali.
  - c) Di pasar pedagang perantara, para pedagang perantara yang membeli produk untuk dijual kembali.
  - d) Di pasar pemerintah, instansi pemerintah pusat/daerah yang membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya.
- 2) Kelompok Pelanggan dalam Kegiatan Non Komersial, adalah mereka yang menerima layanan dari penyedia layanan non komersial yang sifatnya layanan Cuma-Cuma atau dengan mengeluarkan pembayaran yang sepadan (kontribusi pengganti), misal: orang jompo, yatim piatu, murid sekolah.

Beberapa hal yang diperlukan pelanggan *eksternal* adalah :

- a) Kesesuaian dengan kebutuhan akan produk
- b) Harga yang kompetitif
- c) Kualitas dan realibilitas
- d) Pengiriman yang tepat waktu, dan
- e) Pelayanan purna jual. (Saleh, 2010: 36-37)

Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan publik atas suatu produk atau pelayanan. Namun tidak setiap ketidakpuasan akan diungkapkan dengan keluhan. Pelanggan akan mengungkapkan keluhan apabila merasa keluhan yang disampaikan mendapat tanggapan positif dan tidak menyita

waktu dan biaya. Sebaliknya bila penanganan keluhan tidak praktis, pelanggan akan lebih memilih untuk tidak mengungkapkan keluhannya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

- a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan
- b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan
- c. Manfaat yang diperoleh
- d. Pengetahuan dan pengalaman
- e. Sikap pelanggan terhadap keluhan
- f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi
- g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Hirschman mengungkapkan tiga bentuk respon yang dapat dilakukan masyarakat atas pelayanan yang mengecewakan, yaitu :

- a. **Exit**, dilakukan ketika masyarakat tidak puas pada pelayanan dengan mencari alternatif pelayanan dari organisasi lain.
- b. **Voice**, dilakukan melalui keluhan pada birokrasi pelayanan.
- c. **Loyalty**, merupakan bentuk kesetiaan terhadap birokrasi yang melakukan pelayanan, meskipun mempunyai pilihan untuk *exit*, namun lebih memilih *voice* untuk mengungkapkan kekecewaan kemudian tetap loyal pada organisasi meskipun mempunyai rasa kecewa. (Saleh, 2010: 156-157)

## 2. Karakter Pelanggan

Pelanggan mempunyai karakternya masing-masing, diantaranya yaitu :

- a. Pelanggan Yang Pendiam

Beberapa penyebab : orangnya pemalu, segan berbicara karena sedang memikirkan sesuatu, memiliki kelainan organ/psikis.

- b. Pelanggan Yang Tidak Sabar

Ciri-cirinya, terpancar di bahasa tubuhnya. Menghentak-hentakkan kaki di lantai, meremas-remas benda yang dipegang, sering bertanya, mengintip apa yang sedang terjadi dalam.

c. Pelanggan Yang Banyak Bicara

Tipe ini suka mendominasi dan mencari perhatian. Ciri pelanggan ini: saat memasuki satu tempat langsung nyerocos, kadang-kadang menyebalkan petugas.

d. Pelanggan Yang Banyak Permintaan (*Demanding Customer*)

Pelanggan ini sulit dipuaskan, jika membanding-bandingkan, menanyakan hadiah, bonus, dan lain-lain.

e. Pelanggan Yang Peragu

Banyak pertimbangan, selalu bimbang baik *traits*, uangnya terbatas, tergantung orang lain dalam mengambil keputusan membeli.

f. Pelanggan Yang Senang Mendebat

Pelanggan seperti ini menganggap dirinya pintar, paling hebat, dan tidak mau mendengarkan argumentasi orang lain: bisa membuat gaduh.

g. Pelanggan Yang Lugu

Polos, jujur, tidak percaya diri biasanya tampak bingung, dan mudah dipengaruhi.

h. Pelanggan Yang Siap Mental

Pelanggan ini tahu benar tujuannya datang ke tempat anda. Pelanggan ini sudah mempersiapkan dirinya untuk memenuhi kebutuhannya. PD banget, tegas, ringkas, tidak buang waktu dalam memilih.

i. Pelanggan Yang Curiga

Tidak tenang dan curiga kalau-kalau ditipu.

j. Pelanggan Yang Sombong

Dunia ini seperti miliknya, suka menjadi pusat perhatian, biasanya suka membual, tingkah lakunya berlebihan. (Saleh, 2010: 39-40).

### 3. Penyebab Keluhan (*Complaint*)

Penyebab munculnya komplain antara lain:

- a. Adanya ketidakpuasan pelanggan atas produk barang dan jasa
- b. Kegagalan organisasi pelayanan memenuhi harapan pelanggan
- c. Rendahnya respon aparat pelayanan atas keluhan pelanggan.

Keluhan (komplain) secara umum muncul karena beberapa alasan yaitu:

- a. Organisasi pelayanan gagal mewujudkan kinerja yang dijanjikan
- b. Pelayanan yang tidak efisien
- c. Pelayanan yang diberikan secara kasar, atau tidak membantu
- d. Gagal menyampaikan info perubahan kepada pelanggan
- e. Banyaknya pelayanan yang tertunda
- f. Ketidak-sopanan/ketidak-ramahan aparat pelayanan
- g. Pelayanan yang tidak layak/tidak wajar
- h. Aparat pelayanan yang tidak kompeten
- i. Aparat pelayanan yang apatis/tidak adanya atensi
- j. Organisasi pelayanan tidak responsif terhadap kebutuhan dan keinginan serta harapan pelanggan.

Begitu pula komplain atau keluhan bisa terjadi karena konsumen tidak dapat mendapatkan barang atau jasa seperti yang diharapkan atau dijanjikan. Sumber keluhan dapat berasal dari internal, misalnya karyawan atau manajemen dan keluhan yang bersumber dari eksternal, misalnya dari konsumen, masyarakat, pers, pemerintah. Bentuk keluhan dapat disalurkan melalui surat, telepon, media cetak, *faximile*, *email*, *internet* atau apapun yang bersangkutan datang untuk menyampaikan keluhan secara langsung. (Saleh, 2010: 158-159).

### 4. Aspek Dalam Penanganan Keluhan (*Handling Complaint*)

Ada beberapa aspek dalam *handling complaint*, yaitu :

- a. *Good Wiil*, yaitu adanya niat baik pimpinan organisasi atau perusahaan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.



- b. *Mekanisme*, yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.
- c. *Infrastruktur*, yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik, misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, *quisioner* atau *form complaint/saran*, *web*, *hotline* dan sebagainya.
- d. *Attitude*, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan. (Saleh, 2010: 159-160).

## C. PELAYANAN

### 1. Pengertian Pelayanan

Definisi pelayanan yang sangat simpel diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (1997: 448): “Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”. Ini adalah definisi yang paling simpel. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos sebagaimana dikutip dibawah ini :

“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan untuk perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”. (Ratminto, dkk, 2005: 2)

Pelayanan yang bertitik tolak pada usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya. Berikut beberapa pengertian pelayanan pelanggan.

- a. Pelayanan pelanggan adalah pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.
- b. Pelayanan pelanggan adalah pelayanan yang memprioritaskan kepuasan pelanggan.
- c. Pelayanan pelanggan adalah pelayanan yang ramah, tepat, dan cepat kepada pelanggan.
- d. Pelayanan pelanggan adalah pelayanan yang membuat pelanggan merasa dipentingkan.
- e. Pelayanan pelanggan adalah pelayanan yang menempatkan pelanggan sebagai rekan/partner. (Rangkuti, 2017: 253)

Menurut Armstrong (2008:143), pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pada pemilikan sesuatu. Selain itu, produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan harus diberikan dengan sebaik-baiknya kepada pelanggan. Dengan demikian, diharapkan kepuasan pelanggan semakin tinggi baik untuk pelanggan yang sudah ada, maupun pelanggan di luar perusahaan. (Rangkuti, 2017: 1).

## **2. Prinsip Pelayanan**

Di dalam Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

- a. Kesederhanaan

Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.

- b. Kejelasan

Kejelasan ini mencakup kejelasan dalam hal :

- 1) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik
- 2) Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/ persoalan/ sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik

3) Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.

c. Kepastian Waktu

Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

d. Akurasi

Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.

e. Keamanan

Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.

f. Tanggung Jawab

Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

g. Kelengkapan Sarana dan Prasarana

Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).

h. Kemudahan Akses

Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

i. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan

Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.

j. Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain. (Ratminto, dkk, 2005: 21-23)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode ilmiah adalah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan kebenaran. (Tika, 2006: 5). Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana, untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atas permasalahan yang timbul. (Kasiram, 2010: 37).

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu sebuah penelitian yang dilaksanakan secara intensif dan terperinci terhadap obyek yang diinginkan dengan mempelajari data-data yang tersedia. Oleh karena itu penelitian lapangan adalah penelitian dengan terjun langsung ke lokasi yang dijadikan obyek penelitian sehingga data yang diperlukan untuk mendukung penulisan/ penelitian dapat diperoleh.

Ditinjau dari segi metodologi, penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dan orang-orang (subyek) itu sendiri. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistik karena karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). (Sugiyono, 2009: 8)

Menurut Stauss dan Corbin (1997), yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantitatif (pengukuran).

Menurut Bogdan dan Taylor (1992) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. (Sujarweni, 2014: 19).

Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori.

Agar penelitian berjalan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu direncanakan secara cermat dengan cara membuat desain penelitian terlebih dahulu. Adapun desain penelitian adalah suatu rencana tentang bagaimana mengumpulkan dan mengolah data agar penelitian yang diharapkan dapat tercapai. (Sujarweni, 2015: 21-26).

#### 1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Purwokerto, dengan alamat Jl. Prof. Dr. Suharso No. 52 Purwokerto Lor, Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114. Yang mana penelitian ini dilakukan mulai tanggal 21 November 2020 – 28 Desember 2020.

#### 2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variable penelitian yang dipermasalahkan. Subyek utama dari penelitian ini adalah Perusahaan Daerah Air Minum Purwokerto.

Obyek penelitian adalah variable yang diteliti oleh penulis. Obyek dalam penelitian ini adalah strategi humas dalam menangani komplain pada pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

### **B. Sumber Data**

#### a. Data Primer (*Primary Data*)

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama, baik dalam bentuk dokumen maupun suatu peristiwa yang pernah terjadi. (Surakhmad, 1994: 134). Data primer juga merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh

peneliti. (Umar, 2013: 42). Dalam hal ini data diperoleh bersumber Kasubag Humas dari PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data diperoleh dari PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

b. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Yaitu data yang mulanya dikumpulkan untuk suatu tujuan lain di luar penelitian dimasukkan sebagai pengetahuan ilmiah. Namun masih berkaitan dengan masalah Humas dalam perusahaan tersebut. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian yang terkait dengan tema, buku profil perusahaan serta internet.

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan, dan diolah oleh pihak lain. Penulis mendapat data sekunder yang diperoleh dari:

- 1) Buku-buku tentang Manajemen Public Relations & Media Komunikasi
- 2) Buku-buku tentang Manajemen Pelayanan
- 3) Jurnal dan artikel-artikel tentang humas (*Public Relations*)
- 4) Sumber-sumber lainnya yang berkenaan dengan penelitian ini.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan metode pertama yang digunakan dalam penelitian ilmiah. Dan ini berarti pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki. Observasi tidak terbatas pada orang tapi juga obyek-obyek alam yang lain. (Sugiyono, 2006: 138). Dalam kaitannya dengan pengumpulan data, metode ini

akan dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi pada obyek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.(Sugiyono, 2009: 317). Sedangkan menurut Margono wawancara merupakan pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan dijawab dengan lisan pula.(Margono,2003: 165). Sedangkan menurut Lexy J. Moleong wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua orang pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan, serta terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.(Moleong, 2014: 186)

Sebagai tindak lanjut dari pengamatan, peneliti juga melakukan serangkaian wawancara dengan Bapak Sugiarto dan Ibu Yuni selaku pelaksana Unit Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. (Nasution, 2014: 113)

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.(Sugiyono, 2006: 240). Dokumentasi adalah mencari data mengenai obyek yang di teliti, seperti teori-teori, konsep-konsep, preposisi yang relevan dengan penelitian, profil usaha, visi dan misi yang di emban, tentang sosialisasi program, catatan, buku-buku, transkrip, agenda. (Arikunto, 2002: 202). Dalam hal ini yang dikumpulkan penulis berupa profil perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, serta visi dan misi.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Menganalisis data merupakan satu langkah yang sangat kritis dalam penelitian. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakannya, apakah analisis statistik ataukah analisis non statistik. Pemilihan ini tergantung kepada jenis data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini saya menggunakan penelitian non statistik sesuai untuk data deskriptif. Data deskriptif sering hanya dianalisis menurut isinya. (Suryabrata, 2011: 40). Penelitian ini dalam analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif adalah metode analisis yang menghasilkan data deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realita sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, model, sifat, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. (Bungin, 2009: 68).

Analisis deskriptif menurut Moh Soehadha (2012) adalah teknik analisis data yang dilakukan dalam rangka mencapai pemahaman terhadap sebuah fokus kajian yang kompleks, dengan cara memisahkan tiap-tiap adegan atau proses dari kejadian sosial atau kebudayaan yang sedang diteliti. (Soehadha, 2012: 134).

Teknik analisis data digunakan untuk mengakumulasi dan mereduksi seluruh data primer dan sekunder yang kemudian di tarik sebuah kesimpulan. Penulis menggunakan model Miles and Huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. (Sugiyono, 2009: 246).

Dalam mempermudah proses menganalisis data, penyusun melakukan tahapan-tahapan diantaranya:

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis ini dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang berkaitan dengan strategi Humas dalam Menangani



Komplain Pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas melalui observasi pendahuluan yang telah didapat. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan fokus penelitian walaupun masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penyusun memasuki lapangan.

## 2. Analisis data di lapangan

Analisis data penelitian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

### a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data akan dapat memperpendek, mempertegas, membuat fokus, dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan. Prosesnya melalui penelitian dilapangan dengan perolehan sumber data yakni wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi terkait strategi Humas dalam Menangani Komplain Pelanggan pada Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Dari wawancara, dan observasi yang telah dilakukan dengan mengajukan pertanyaan dan mengamati obyek, bagaimana informasi yang telah didapat direduksi menjadi data yang sesuai dan dibutuhkan untuk keberlangsungan proses penelitian.

### b. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaikan data. Dalam proses *display* data penyusun melakukan organisasi data, mengaitkan data satu dengan data lainnya. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, skema, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan menghasilkan data yang lebih konkret, tervisualisasi, memperjelas informasi agar nantinya dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca.

c. *Conclusion Drawing/ Verification*

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan atau *verifikasi* berdasarkan data yang ada guna menjawab rumusan masalah. Pada tahap ini penyusun melakukan (interpretasi) penafsiran terhadap data, sehingga data yang telah diorganisasikan memiliki makna. Hal tersebut dilakukan dengan cara membandingkan, pencatatan tema dan pola-pola, dan melakukan pengecekan terhadap hasil *interview* dengan informan dan observasi. (Sugiyono, 2009: 249-252)

3. Analisis Setelah di Lapangan

Analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Nasution menyatakan analisis telah di mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. (Sugiyono, 2009: 245)



IAIN PURWOKERTO

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Umum PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

##### **1. Sejarah Singkat PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Banyumas didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 5 Tahun 1974 Tanggal 30 September 1974. Peraturan Daerah ini telah disahkan oleh Gubernur Kepala Daerah Jawa Tengah dengan Surat Keputusan Tanggal 11 November 1974 Nomor. Huk. 43/13 Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Banyumas berkedudukan di Jl Prof DR Suharso 52 Purwokerto Lor Kabupaten Banyumas.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Kabupaten Banyumas sudah diawali sejak zaman Belanda yang dikelola oleh Provinsi Jawa Tengah dan mulai tahun 1940 diserahkan kepada Regentschap Banyumas, ditangani oleh sebuah Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten (Regentschap Water Landing Bredijf). Sumber mata air yang ada pada waktu itu hanya Bronkaptering Kawung Carang beserta jaringan perpipaan yang dibangun atau dipasang pada tahun 1928 dengan kapasitas 28,6L/dt untuk melayani kebutuhan air minum Kota Purwokerto, Purbalingga, Sokaraja, Kalibogor, Banyumas.

Karena Kabupaten Banyumas akan mendapatkan bantuan proyek air minum dengan dana dari Bank Dunia dalam hal dimana menjadi syarat bahwa Dinas S.A.M harus menjadi perusahaan dan juga untuk dapat berfungsi lebih nyata dalam peningkatan pelayanan pembangunan daerah maka sejak awal Tahun 1975 Dinas Saluran Air Minum dijadikan Daerah Air Minum dengan nama Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Banyumas.

Menurut Pasal 1 Keputusan Direksi Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Banyumas Nomor 060/1284.3/2013, nama Perusahaan Daerah Air Minum yang didirikan dengan Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 5 Tahun 1974 Tanggal 30 September 1974 adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) TIRTA SATRIA Kabupaten Banyumas.

Sebagai badan usaha milik daerah (BUMD) yang bertugas menyediakan air minum untuk kebutuhan masyarakat dan dunia usaha sesuai peraturan daerah Kabupaten Banyumas nomor 22 tahun 2014, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Kabupaten Banyumas hingga 31 Desember 2017, telah memiliki 75.169 pelanggan. Dalam menyediakan air minum bagi pelanggannya dilakukan melalui system jaringan perpipaan yang meliputi unit air baku, unit produksi, unit distribusi, unit pelayanan dan unit pengelolaan. Selain dengan system jaringan perpipaan PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga menyediakan air minum dengan system penyediaan air minum bukan jaringan perpipaan melalui terminal air dan mobil tangki air. Bahkan system lain yang memungkinkan yaitu air minum dalam kemasan dimana diluncurkan pada 2 Januari 2018.

Direktur Utama PDAM “Tirta Satria” Banyumas, Agus Subali mengatakan, di tahun 2018 ini, PDAM “Tirta Satria” dengan dana talangan dari penyertaan modal daerah di APBD tahun anggaran 2018 akan melaksanakan sambungan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah atau SR-MBR sebanyak 7500 pelanggan.

## **2. Dasar Hukum Operasional**

- a. Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 5 Tahun 1974 tgl 30 September 1974 Tentang Pendirian PDAM Kabupaten Banyumas.
- b. SK Bupati Banyumas NO. 25/I/2/KHD tanggal 2 Januari 1975. Tentang Realisasi peleburan/pengalihan Dinas Saluran Air Minum menjadi PDAM.

- c. Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 9 Tahun 2019 tanggal 23 Desember 2019. Tentang Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Satria.

### **3. Tugas Pokok dan Fungsi**

- a. PDAM TS mempunyai tugas pokok untuk melaksanakan penyediaan air minum dengan kualitas, kuantitas dan kontinuitas sesuai standar pelayanan yang ditetapkan.
- b. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat(1), PDAM TS mempunyai fungsi untuk :

Merencanakan program kerja dan anggaran, mengurus dan mengelola administrasi keuangan, melaksanakan kegiatan teknik dan pemeliharaan, menyelenggarakan administrasi umum, melakukan pengawasan dan pengendalian kegiatan baik tingkat pusat maupun kantor unit cabang berdasarkan kebijakan yang telah ditetapkan Bupati dengan pertimbangan Dewan Pengawas; menyampaikan laporan berkala terhadap seluruh kegiatan termasuk perhitungan laba atau rugi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku; melakukan pengurusan tata usaha PDAM TS dan membuat laporan penyelenggaraan secara transparan dan akuntabel sesuai prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

### **4. Visi, Misi dan Kebijakan Mutu Pusat PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

- a. Visi

Menjadi PDAM Profesional yang berkinerja sangat baik, memuaskan dan terus berkembang.

- b. Misi

- 1) Melaksanakan penyediaan air minum yang memenuhi standar pelayanan minimal bagi masyarakat Kabupaten Banyumas dengan terus meningkatkan cakupan pelayanan.

- 2) Melaksanakan pengelolaan perusahaan secara professional dengan peningkatan kompetensi, kesejahteraan, dan solidaritas sumber daya manusia, penerapan GCG dan teknologi tepat guna, pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan, serta terus menerus meningkatkan perolehan laba.
  - 3) Melaksanakan pelestarian sumber daya air dan lingkungan serta tanggung jawab sosial perusahaan untuk menjamin kelangsungan usaha pelayanan air minum.
- c. Bertekad menyelenggarakan pelayanan air sehat & bermutu tinggi berbasis kompetensi dan lingkungan dengan menerapkan sistem manajemen mutu yang merupakan perwujudan budaya kerja yang berorientasi kepada proses untuk memenuhi kepuasan pelanggan, karyawan, dan pemilik perusahaan serta peningkatan mutu secara berkesinambungan untuk menjadi perusahaan professional yang berkinerja tinggi dengan melakukan seluruh karyawan secara aktif, untuk mencapai kemandirian perusahaan dan penyumbang pendapatan asli daerah. ([www.pdambanyumas.com](http://www.pdambanyumas.com))

#### **5. Struktur Organisasi PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

##### **BADAN PEMBINA :**

**KETUA : BUPATI BANYUMAS**

**WAKIL KETUA : WAKIL BUPATI BANYUMAS**

**SEKRETARIS : SEKRETARIS DAERAH KAB. BANYUMAS**

##### **DEWAN PENGAWAS :**

Dewan Pengawas terdiri dari :

- **Unsur pejabat pemerintah daerah yang menangani pembinaan perusahaan daerah :**

1) Asisten Ekonomi Pembangunan dan Kesra Setda Kab Banyumas sebagai **:Ketua** (Srie Yono, SH, M.Si.)

2) Kepala Bagian Perekonomian Setda Kab Banyumas sebagai **:Sekretaris** (Drs. Wahyu Dewanto, M.Si.)

- **Unsur profesional sebagai :**  
**Anggota** (Ir. Poedjatman Priambodo, M.Si.)
- **Unsur masyarakat konsumen sebagai :**  
**Anggota :**
  - 1) Untung Waryono, S.H.
  - 2) Dr. Nana Sutikna

**SEKRETARIAT DEWAN PENGAWAS :**

**SEKRETARIS : WAHYU WIDIARTO, SE, M.Si** (Kasubag IPBUMD  
 Bagian Perekonomian Setda Kab. Banyumas)

**ANGGOTA :**

- ALFIAN HARIANTONO, SE
- ETY HARIYATI, SE

**DIREKSI :**

**DIREKTUR UTAMA : AGUS SUBALI, SE, MSi. Ak. CA.**

**DIREKTUR ADMINISTRASI & KEUANGAN : CHARIS  
 SETIYABUDI, SE.**

**Direktur Teknik : WIPI SUPRIYANTO, S.T**

**UNSUR MANAJEMEN :**

- 3 Kepala Bidang
- 8 Kepala Bagian
- 5 Kepala Cabang
- 7 Kepala Sub Bidang
- 46 Kepala Sub Bagian

**Jumlah Direksi dan Pegawai : 246 Orang**

**Jumlah Pegawai Berdasarkan Pendidikan :**

- S2 : 3 Orang
- S1 : 97 Orang
- Sarmud/ D3 : 17 Orang
- D1 : 1

- SLTA : 116 Orang
- SLTP : 9 Orang
- SD : 3 Orang

**Jumlah Pegawai Berdasarkan Golongan :**

- Direksi : 3 Orang
- Pegawai Tetap : 220 Orang
- Pegawai Honorer Tetap : 10 Orang
- Pegawai Kontrak : 13 Orang

**6. Produk Layanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Kabupaten Banyumas bergerak dibidang produksi dan distribusi air minum. Pada awalnya perusahaan hanya mengkonsentrasikan kegiatan untuk menyediakan air bersih bagi masyarakat Kabupaten Banyumas.

Keberhasilan dalam mencapai sasaran dan mendorong perusahaan untuk mengembangkan dalam bidang lainnya. Bidang-bidang tersebut diantaranya:

1. Penyediaan bahan dan barang untuk keperluan penyambungan meter air baru bagi pelanggan.
2. Pendirian cabang-cabang untuk membantu PDAM pusat dalam menjalankan tugasnya.
3. Menyediakan barang yang berupa Alat Tulis Kantor (ATK untuk keperluan PDAM pusat dan cabang-cabang.

**B. Strategi Humas dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Strategi Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas dalam pelayanan air bersih dan sehat kepada pelanggan sebagai perencana dan penanggung jawab selain memberikan pelayanan, Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga berusaha mewujudkan misi perusahaan yaitu Melaksanakan penyediaan air



minum yang memenuhi standar pelayanan minimal bagi masyarakat Kabupaten Banyumas dengan terus meningkatkan cakupan pelayanan, Melaksanakan pengelolaan perusahaan secara professional dengan peningkatan kompetensi, kesejahteraan, dan solidaritas sumber daya manusia, penerapan GCG dan teknologi tepat guna, pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan, serta terus menerus meningkatkan perolehan laba, Melaksanakan pelestarian sumber daya air dan lingkungan serta tanggungjawab sosial perusahaan untuk menjamin kelangsungan usaha pelayanan air minum. Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas telah berperan baik dalam meningkatkan citra perusahaan dengan memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan karena perencanaan yang telah ditetapkan tersebut berjalan dengan baik. Pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh pelanggan dan media yang digunakan pun dapat menyampaikan langsung kepada pelanggannya.

Kegiatan strategi Humas bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan publik. Sasaran kegiatan strategi Humas terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Internal, adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga atau instansi keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa, pihak Humas Pelayanan pada PDAM juga melayani dari pihak staff internal dalam perusahaan. Pihak Humas melayani seperti pihak teknisi ketika ada hal-hal yang terjadi ketika sedang melaksanakan perbaikan permasalahan yang dialami oleh pelanggan pengguna PDAM. Hal tersebut juga bisa disampaikan dengan aplikasi khusus internal staff perusahaan, aplikasi tersebut adalah Portal Pengaduan. Jadi, dengan adanya aplikasi tersebut pihak Humas maupun staff lainnya bisa dengan mudah mengevaluasi apa yang sedang terjadi dan menanganinya dengan cepat.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak Humas tidak hanya pelayanan pada pihak pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas saja, tetapi pihak Humas juga melayani pihak staff internal pada perusahaan, bahkan perusahaan menyediakan aplikasi khusus untuk melakukan pelayanan atau mengadakan hal-hal yang terjadi pada internal perusahaan. Dengan ini, maka memudahkan para pihak Humas dalam melakukan evaluasi dan memberikan solusi secara cepat.

2. Eksternal, adalah orang-orang yang ada diluar lembaga atau instansi yang ada hubungan dan diharapkan ada hubungannya.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugiarto pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa pihak Humas PDAM melayani pihak eksternal pastinya, karena memang tujuan utama dalam penggunaan jasa PDAM adalah eksternal publik. Dan sampai saat ini pengguna PDAM sudah mencapai 85.000 pelanggan yang menggunakan jasa PDAM. Dan pihak Humas PDAM selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada para pengguna jasa PDAM.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa adanya PDAM “Tirta Satria” Banyumas adalah untuk memberikan layanan jasa kepada masyarakat yang ingin menggunakan jasa PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. Jadi memang sasaran utamanya adalah masyarakat yang memerlukan jasa air bersih tanpa harus repot.

Dari penjelasan tersebut diatas dapat penulis disimpulkan pula bahwa sasaran utama PDAM “Tirta Satria” Banyumas adalah pihak internal dan eksternal. Dengan adanya kedua pihak tersebut akan terjalinnya suatu hubungan baik satu sama lain yang menciptakan saling membutuhkan satu sama lain pula. Dengan begitu kedua pihak tersebut akan merasakan *feedback* (umpan balik) atas tanggapan atau respon dari pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas maupun dari pihak pengguna jasa PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. *Feedback* (umpan balik) tersebut juga tidak hanya terjadi antara

pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas dengan pelanggan saja, melainkan dengan pihak internal yang dimana tanggapan atau respon antar pihak internal bisa menciptakan komunikasi dengan baik dan bisa mengevaluasi segala masalah yang terjadi pada perusahaan, juga bisa meningkatkan pelayanan dengan baik pula kepada pihak internal maupun eksternal.

Adapun usaha yang sudah dilakukan oleh PDAM “Tirta Satria” Banyumas dengan pelayanannya yang baik, tentu saja tetap ada yang melakukan komplain atas kerusakan yang dirasakan oleh pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. Keluhan/komplain pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan. Ekspresi ketidakpuasan seseorang atau pelanggan atas beragam aspek yang disediakan oleh perusahaan. Jadi komplain adalah wujud ekspresi ketidakpuasan dari pelanggan atau penerima layanan atas tindakan layanan yang diberikan oleh pemberi layanan. Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan publik atas suatu produk atau pelayanan. (Saleh, 2010: 156)

Penelitian mengenai strategi Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas dalam mengatasi keluhan pelanggan dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana strategi humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas dalam mengatasi keluhan pelanggan khususnya pada air PDAM “Tirta Satria” Banyumas, sebelum melakukan strategi humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas melakukan langkah-langkah pemecahan masalah dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas yang pertama yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah

Mengidentifikasi masalah adalah salah satu hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan karena dengan hal tersebut kita bisa mengetahui opini dan fakta apa yang terjadi dengan permasalahan tersebut sehingga kita bisa mengetahuinya. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugiarto humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa:

Melihat keluhan yang sering terjadi kami melakukan beberapa strategi dalam menangani permasalahan tersebut yaitu dengan mengidentifikasi permasalahan atau keluhan apa saja yang ada kaitannya dengan air PDAM yang bersifat teknis.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa seorang humas sebelum melakukan strategi, langkah pertama yang harus dilakukan humas yaitu mengidentifikasi permasalahan apa saja yang ada kaitannya dengan PDAM “Tirta Satria” Banyumas, yang bersifat teknis, sehingga humas bisa mengetahui masalah apa saja yang pelanggan keluhkan kemudian humas harus bisa melihat dan mencari tau apa yang menjadi penyebab munculnya permasalahan tersebut, agar permasalahan tersebut dapat teratasi dengan baik.

## 2. Tidak memandang ringan masalah

Tidak memandang ringan/mengabaikan setiap permasalahan yang terjadi merupakan salah satu cara yang baik karena dengan tidak mengabaikan masalah yang terjadi di setiap lembaga perusahaan/ organisasi itu akan menimbulkan citra yang baik terhadap suatu perusahaan seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas dibawah ini:

PDAM tidak pernah mengabaikan keluhan yang terjadi atau memandang ringan masalah yang diterima. Dengan hal ini PDAM Tirta Satria Banyumas selalu berusaha untuk mengatasi semua keluhan pelanggan dengan sebaik mungkin sehingga pelanggan merasa selalu diperhatikan dan tidak diabaikan keluhannya. PDAM Tirta Satria Banyumas tidak akan seperti sekarang ini tanpa adanya pelanggan setia yang menggunakan jasa PDAM. Keluhan yang sering disampaikan para pelanggan dianggap bagian dari komunikasi, sehingga keluhan dari pelanggan akan menghasilkan sebuah informasi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tidak pernah mengabaikan

keluhan yang terjadi di PDAM “Tirta Satria” Banyumas apabila keluhan tidak diatasi dengan cepat maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak diperhatikan dan didengarkan keluhannya oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas, sehingga *image* atau kepercayaan dari para pelanggan akan selalu buruk dalam pandangan pelanggan.

### 3. Menentukan target sasaran informasi

Menentukan target sasaran dari informasi ini merupakan hal yang sangat penting dikarenakan tanpa adanya sasaran dari informasi yang akan disampaikan maka tidak akan membuat informasi ini tepat pada sasaran yang akan dituju seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas :

Humas PDAM menentukan target dari sasaran informasi yang akan disampaikan, dalam hal ini PDAM Tirta Satria Banyumas telah menentukan siapa target sasaran dari informasi tersebut seperti kelompok pelanggan perusahaan yang ada hubungan dan kepentingan terhadap PDAM, apabila informasi yang disampaikan tanpa menentukan target dari informasi maka hal tersebut tidak akan sampai kepada sasaran. Sasaran tersebut contohnya seperti pengadaan MBR (Masyarakat Berpenghasilan Rendah), sasaran ini adalah masyarakat yang berpenghasilan rendah agar untuk bisa menggunakan PDAM ini.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat penulis simpulkan bahwa menentukan target sasaran ini sangat penting sehingga pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh para pelanggan tersebut dan dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas atas kebutuhan informasi yang didapatkan, dengan pemenuhan informasi yang baik maka PDAM “Tirta Satria” Banyumas akan mampu memenuhi semua pertanyaan pelanggan, selain hal tersebut, penentuan target ini PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga dapat mengukur tingkat pemahaman pelanggan terhadap perusahaan.

#### 4. Menentukan strategi

Menentukan strategi merupakan hal yang sangat penting dalam menangani komplain dari pelanggan, sekaligus untuk memperbaiki citra perusahaan, karena pada tahap ini, praktisi yang akan mengatasi masalah nantinya harus melakukan pemikiran untuk mengatasi masalah dan menentukan strategi harus sesuai dengan data dan fakta yang diperoleh. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas dibawah ini:

Humas berkomunikasi secara langsung kepada pelanggan, hal tersebut harus dilakukan agar pelanggan merasa diperhatikan dan tidak diabaikan keluhannya, apabila keluhan itu bersifat teknis, maka partisipasi humas akan segera menghubungi bagian teknis supaya turun langsung ke lokasi untuk melakukan perbaikan terhadap keluhan yang terjadi pada pelanggan tersebut.

Selanjutnya Ibu Yuni PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga menambahkan bahwa:

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penyampaian informasi dilakukan secara langsung kepada para pelanggan apabila pelanggan langsung datang ke PDAM jika pengaduan dilakukan melalui telepon maka pihak PDAM akan menjelaskan solusi dari keluhan tersebut melalui telepon, apabila pelanggan merasa belum puas maka pihak kami akan terjun langsung ke lokasi untuk melihat kondisi dan situasi kemudian menjelaskan kepada para pelanggan terhadap keluhan yang disampaikan, informasi bisa disampaikan melalui media cetak seperti SIKOMPAK, Suara Merdeka, maupun melalui aplikasi seperti Info Perumdam Tirta Satria dan web pengaduan yang sudah disediakan oleh pihak PDAM.

Selain Humas dan para karyawan atau staf PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga berhak dalam memberikan informasi kepada para pelanggan, pelanggan pastinya sangat membutuhkan informasi yang

terbaru. Sehingga setiap karyawan diharapkan juga bisa berkerja sama dan bersosialisasi kedalam maupun keluar, kemudian menguasai setiap informasi yang ada dan selalu melakukan komunikasi dengan atasan.

#### 5. Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini sangat perlu dilakukan karena dengan melakukan evaluasi kita bisa mengetahui hasil dari program atau aktivitas yang sudah kita laksanakan berhasil atau tidaknya kita bisa mengetahui melalui evaluasi. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa:

Melakukan evaluasi tahap ini adalah langkah akhir dari pelaksanaan strategi yang dilakukan humas PDAM Tirta Satria Banyumas, evaluasi yang dilakukan oleh humas PDAM adalah dengan melihat dibagian pelayanan apa masih ada pelanggan yang mengeluh dengan permasalahan yang sama, selain itu humas menanyakan langsung kepada para pelanggan apakah masih ada permasalahan terkait dengan air PDAM atau tidak ada lagi masalah. Apabilah strategi yang sudah dilakukan dianggap tidak dapat mengatasi masalah maka strategi yang sudah diterapkan sebelumnya harus di perbaiki agar menjadi lebih baik untuk kedepannya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa tujuan dari evaluasi adalah untuk mengetahui dan mengukur efektifitas dari proses secara keseluruhan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi dari para pelanggan untuk mengetahui proses strategi yang telah dilakukan sudah berjalan dengan baik atau belum, apabila evaluasi tidak dilakukan maka pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas tidak dapat mengetahui hasil dari strategi yang telah dilakukannya.

Dari penjelasan diatas, penulis melakukan beberapa wawancara kepada para pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas untuk mengetahui efektifitas mengenai kinerja dan strategi yang dilakukan humas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria”

Banyumas seperti yang ungkapkan oleh Ibu Narti Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengenai kinerja dan strategi yang sudah dilakukan humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas yaitu:

Yaa kalau menurut saya ya mba, kinerjanya ya bagus si, lah wong nyatane pas komplain aire mati bisa langsung dianter air selama perbaikan air mati itu. Ya alhamdulillahnya juga petugas-petugasnya pada baik, bilang kalau bakal nganter air selama perbaikan air mati itu, sopan lagi bilangnya, sama diminta buat sabar selama perbaikan itu, dan juga bakal terus di anterin air selama perbaikannya, jadinya kita engga khawatir kekurangan air lagi mbaa.

Dari hasil wawancara diatas, penulis dapat simpulkan bahwa pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu berusaha memberi solusi kepada pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. Penulis juga mewawancarai salah satu pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas yang mengantar air bersih tersebut yaitu dengan Bapak Suyitno, beliau menjelaskan bahwa pihak teknisi segera mengantarkan air bersih kepada daerah yang airnya mati dan mengisi penuh tempat persediaan air di setiap rumah pelanggan tersebut dengan mobil tank air, yang walaupun mobil tersebut bukan asli milik PDAM “Tirta Satria” Banyumas melainkan mobil hibah dari Dinas Pekerjaan Umum untuk memenuhi sarana penanganan masalah seperti yang sudah disebutkan sebelumnya.

Lain halnya dengan pendapat Bapak Sukarno Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengungkapkan kinerja dan pelayanan yang dilakukan Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas:

Kalau menurut saya kinerjane PDAM sudah bagus dan saya merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PDAMe, pas saya lapor petugase tentang masalah bocor itu dirumah saya, petugase langsung dateng bawa peralatane terus di cek terus langsung dibenerna alhamdulillah mba..



Berdasarkan wawancara diatas maka dapat penulis disimpulkan bahwa evaluasi yang dilakukan terhadap kinerja pelayanan humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas Tirta Satria Banyumas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas sudah baik. Pelanggan juga menambahkan agar pelayanan dan kinerja yang diberikan PDAM “Tirta Satria” Banyumas dapat ditingkatkan ke arah lebih baik secara berkala dan terus menerus.

Ada juga pelanggan lain mengatakan hal sedemikian dengan kinerja pelayanan PDAM “Tirta Satria”, dengan Ibu Sutirah mengatakan bahwa:

Pelayanane yaa apik mbaa, mayanlah pas lapor ana bocor langsung dibenerna nang petugase pas kae. Jadine sekarang udah bisa make air sing kenceng maninglah. Yaa nyaman bae lah karo pelayanane, soale pas lapor langsung dibenerin, jadi ora khawatir maning soal bocore.

Berdasarkan wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas sangat baik dengan berusaha cepat memperbaiki kerusakan yang sudah dilaporkan oleh pihak pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut.

Adapun pelanggan lainnya juga yang menyampaikan kinerja pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas, yaitu dengan Ibu Sekar Dwi Nugraheni bahwa:

Dalam menangani keluhan pihak PDAM sangat cepat tanggap, petugas PDAM langsung memberi solusi tanpa harus menunggu lama, begitupun dalam menepati waktu perbaikan pada air mati, padahal waktu itu air mati petugas PDAM bilang kalau perbaikan air mati tuh butuh semingguan gitu kalau gak salahmah mba, ehh tapi ternyata cuma berapa hari tuh udah jadi mba, ya alhamdulillah lah dadi ora kesuwen gole ngentenne lah mba.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu berusaha untuk

memberikan solusi dengan cepat, agar pihak pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tidak terlambat dalam menggunakan fasilitas air bersih yang diberikan oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga dalam perbaikan kerusakan dilakukan segera mungkin tanpa harus menghabiskan waktu yang begitu lama yang akan berakhir mengecewakan pelanggannya nanti.

Dari beberapa wawancara di atas, dapat kita lihat bahwa pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu berusaha memenuhi atau menangani semua keluhan yang sudah diadukan atau dilaporkan kepada pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas agar segera diperbaiki dan memberi solusi dengan cepat kepada pihak pelanggan agar pihak pelanggan tidak merasa kecewa. Dan dapat dilihat pula dari hasil beberapa wawancara tersebut bisa memberi keterangan atas menurunnya jumlah pengaduan/komplain pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas pada tahun 2017-2019 seperti yang bisa dilihat pada tabel.1.

Dalam perusahaan yang menyediakan layanan jasa seperti pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas ini, tidak berkemungkinan tidak memiliki aspek dalam menangani pengaduan/komplain pelanggan pada perusahaannya setelah terjadinya pengaduan/komplain dari para penggunanya, maka dalam hal ini ada beberapa aspek dalam penanganan pengaduan/komplain :

1. Good will, yaitu adanya niat baik pimpinan organisasi atau perusahaan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.

Seperti dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa Humas atau staf humas yang lainnya selalu berusaha menerima keluhan dengan baik, selalu mendengarkan dan menampung keseluruhan pengaduan/komplain dari para pelanggan, dan menjalankan proses pengaduan/komplain sesuai prosedur PDAM. Prosedur tersebut adalah ketika ada pelanggan melakukan pengaduan/komplain kepada pihak Humas, maka pihak Humas akan

menampung atau mengumpulkan lalu mendata pengaduan/komplain dari pelanggan tersebut, setelah mendata lalu pihak Humas menyerahkan kepada pihak lapangan untuk segera menjalankan atau melaksanakan pengecekan terhadap kerusakan pada lokasi yang di adukan oleh pelanggan tersebut. Pihak lapangan akan langsung mengecek dan menangani pengaduan/komplain tersebut dan memperbaikinya secara cepat ketika penanganan pengaduan/komplain sebelumnya telah selesai dikerjakan, tetapi apabila ketika ada pengaduan/komplain pelanggan yang belum selesai dalam pengerjaan sebelumnya, pihak lapangan akan mengeceknya dan menanganinya sesuai antrian pengaduan sesuai yang sudah ada pada data yang diberikan oleh pihak Humas kepada pihak lapangan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pihak Humas PDAM "Tirta Satria" Banyumas selalu berusaha menerima dan mengelola pengaduan/ komplain dari para pelanggan dengan baik dan menangani secepat mungkin yang melalui prosedur agar tidak mengecewakan para pelanggan tersebut yang bisa mengakibatkan dampak buruk pada reputasi perusahaan nantinya.

2. Mekanisme, yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.

Seperti dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM "Tirta Satria" Banyumas bahwa Humas selalu berusaha mengelola pengaduan/komplain pelanggan pada PDAM dengan baik dan menjalankannya sesuai prosedur yang sudah ditentukan, yaitu ketika ada pelanggan komplain kepada Humas PDAM maka pihak Humas menampung lalu mengelola pengaduan/komplain tersebut dengan baik, pengaduan/komplain tersebut di data dengan baik lalu disampaikan kepada pihak lapangan agar mengecek lalu ditangani secara cepat.

Tetapi karena masih keterbatasannya pekerja, pihak lapangan menangani berdasarkan antrian pengaduan/komplain pada data yang sudah ada. Ketika kerusakan yang tidak terlalu parah, pihak pekerja bisa langsung menangani kerusakan tersebut dengan cepat, tetapi ketika kerusakan itu berat maka tahap pengerjaannya pun membutuhkan waktu yang lama seperti terjadinya kebocoran pada pipa saluran utama yang terjadi di jalanan-jalanan yang biasa terlihat oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu mengikuti dan melaksanakan prosedur dengan baik dalam menampung dan menangani pengaduan/komplain dari para pelanggan, agar bisa dilakukan penanganan dengan baik berdasarkan data pengaduan/ komplain yang ada.

3. Infrastruktur, yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik, misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, kuisioner atau form complain/saran, web, hotline dan sebagainya.

Seperti dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa sekarang sudah jamannya teknologi dan serba online, jadi pihak PDAM menyediakan tempat khusus untuk para pelanggan menyampaikan pengaduan/komplainnya agar menjadi lebih mudah, yaitu pengaduan/komplain bisa dengan melalui Whatsap, Telepon, Website, Email, Lapak Aduan Banyumas, Info Perumdam Tirta Satria dan Portal Pengaduan (aplikasi khusus komplain PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Dengan begini bisa memudahkan bagi keduanya, entah dari pihak PDAM ataupun pihak pengguna PDAM tersebut. Tetapi tetap ada saja yang datang ke kantor untuk menyampaikan pengaduan/komplainnya tersebut, mungkin karena pihak pelanggan ingin langsung menyampaikan pengaduan/komplain secara langsung dan mendengar

penjelasan secara langsung dari pihak Humas PDAM agar bisa langsung mengerti dengan pelayanannya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa dengan adanya tempat khusus pengaduan/komplain pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas ini bisa memudahkan para pelanggan untuk menyampaikan pengaduan/ komplainnya dengan cepat tanpa harus datang langsung ke kantor untuk menyampaikan pengaduan/komplainnya tersebut. Dan pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tetap menerima pengaduan/komplain pelanggan secara langsung dan menjelaskannya secara langsung kepada pelanggan tersebut agar lebih mengerti dengan pelayanan dari pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut dengan baik.

4. Attitude, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan. (Saleh, 2010: 159-160)

Seperti dikatakan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa pihak Humas selalu berusaha melayani dengan sikap yang baik, walaupun kadang ada pelanggan yang tidak sabar dengan pengaduan/komplain yang disampaikan oleh pelanggan agar cepat disampaikan, tetapi pihak Humas selalu berusaha menjelaskan dengan baik pada pelanggan bahwa penanganan pengaduan/komplain pelanggan dilaksanakan sesuai prosedur PDAM Tirta Satria” Banyumas.

Ibu Yuni Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga menambahkan bahwa pihak Humas selalu menjelaskan prosedur penanganan pengaduan/komplain dengan baik kepada pelanggan, bahwa penanganan pengaduan/komplain itu ditangani berdasarkan antrian, dan menjelaskan juga bahwa ketika pengerjaan pengaduan/komplain sebelumnya sudah selesai, pasti pihak lapangan akan langsung mengecek dan memperbaiki kerusakan berikutnya sesuai antriannya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa mau seberapa banyakpun pengaduan/komplain yang disampaikan oleh pelanggan, pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas akan selalu menerima dan menjelaskan dengan baik kepada pelanggan bagaimana penanganan pengaduan/komplain tersebut agar bisa terselesaikan dengan cepat, dan berharap pelanggan yang melakukan pengaduan/komplain tersebut bisa bersabar atas penanganannya dengan sesuai prosedur penanganan kerusakannya tersebut.

Dari beberapa penjelasan dalam aspek penanganan pengaduan/komplain dari para pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut, pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas pastinya berusaha selalu memberikan layanan dengan baik dengan selalu menerima pengaduan/komplain dari pelanggan lalu mengelola keluhan tersebut untuk di evaluasi lebih lanjut oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas berdasarkan sistem yang sudah diterapkan oleh perusahaan PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. Perusahaan juga menyediakan beberapa fasilitas dan prasarana untuk para pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas dalam menyampaikan keluhannya tersebut agar lebih mudah untuk menyampaikannya kepada pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas, dengan begitu pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga bisa dengan mudah dalam mengelola keluhan tersebut. Pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga selalu berusaha memberikan sikap yang baik dalam melayani pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas ketika datang ke perusahaan untuk menyampaikan keluhannya secara langsung, sehingga pengguna bisa merasakan pelayanan pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut dengan baik pula.

Untuk penyampaian pengaduan/komplain dalam perusahaan yang menyediakan jasa layanan air bersih, perusahaan pastinya menyediakan fasilitas untuk mempermudah pengguna dalam menyampaikan pengaduan/keluhan tersebut. Adapun metode penyampaian komplain penanganan pengaduan/komplain bisa dilakukan dengan berbagai cara antara lain melalui:

1. Telepon. Komplain bisa disampaikan melalui hubungan telepon langsung kepada pejabat atau petugas yang secara langsung yang secara khusus menangani komplain ini dengan cara masyarakat atau pelanggan dipersilahkan menghubungi nomor-nomor telepon tertentu yang telah dipublikasikan sebagai tempat untuk menyampaikan keluhannya.
2. SMS. Dalam perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat, metode dengan menggunakan SMS dapat pula dilakukan, yaitu institusi dapat menyebarkan dan mempublikasikan nomor HP tertentu yang ditugaskan untuk menerima beragam keluhan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Pemegang nomor HP tersebut bisa langsung puncak pimpinan sehingga dapat tahu secara langsung terhadap layanan yang diberikan oleh setiap petugas yang berada di bawahnya dan secara cepat dapat memberikan respon ataupun jawaban dan kebijakan dalam menangani keluhan tersebut.
3. Faxmille. Penyampaian komplain dapat juga dilakukan melalui faximile kantor/institusi. Hal ini apabila para pelanggan berkeinginan menyampaikan keluhannya secara tertulis dan panjang lebar sehingga terdapat dokumentasi atas keluhan yang disampaikan.
4. Surat pos. Komplain dapat pula disampaikan melalui surat yang dikirim melalui petugas pos. Bahkan dalam perkembangannya pula penyampaian pesan keluhan juga dapat disampaikan melalui kotak pos yang dipublikasikan melalui media masa.
5. Email atau Media Pengaduan Online. Yaitu menyediakan ruang khusus di website organisasi untuk penyampaian pengaduan masyarakat/pelanggan yang dikelola oleh petugas dan diberi jawaban atau feedback secara cepat melalui media tersebut pula.
6. Kontak langsung yang dikelola oleh tim petugas pengaduan secara khusus. Yaitu lembaga/institusi membuat unit kerja secara khusus yang menangani keluhan dengan menunjuk beberapa orang sebagai tim atau petugas pengaduan dan disediakan tempat khusus untuk melakukan

penyelesaian dan penyampaian tempat khusus untuk melakukan penyelesaian dan penyampaian pengaduan. (Saleh, 2010: 164-165)

Pada metode penyampaian keluhan/komplain yang sudah disebutkan dalam bukunya Muwafik Saleh tersebut di atas, tidak beda jauh dengan apa yang ada pada PDAM “Tirta Satria” dalam penyampaian keluhan/komplain. Seperti yang di katakan oleh Bapak Sugiarto pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas saat penulis mewawancarai beliau, bahwa:

para pelanggan pengguna PDAM bisa menyampaikan keluhan/komplainnya melalui Telepon, Whatsap, Email, Lapak Aduan Banyumas. Karena sekarang sudah jamannya teknologi yang serba online, pihak PDAM juga menyediakan aplikasi khusus pelanggan pengguna PDAM untuk menyampaikan keluhan/komplainnya tanpa harus ribet datang ke kantor dan tidak terlalu menghabiskan banyak tenaga dan dana untuk menyampaikannya, begitupun untuk pihak internal perusahaan. Aplikasi khusus pengaduan keluhan/complain pihak internal dan eksternal tersebut bernama Portal dan Info Perumdam PDAM Satria. Aplikasi portal ini adalah aplikasi yang dimana khusus digunakan untuk internal perusahaan ketika mengelola dan mengevaluasi keluhan dari para pengguna PDAM. Sedangkan pada aplikasi Info Perumdam PDAM Satria, aplikasi yang memang di khususkan untuk pelanggan pengguna PDAM ini, pengguna tidak hanya bisa mengadakan keluhan/komplain yang akan disampaikan kepada PDAM saja, tetapi pelanggan juga bisa mengecek tagihan, baca meter, bahkan informasi dan lainnya. Jadi dengan adanya aplikasi tersebut sangat memudahkan sekali untuk pelanggan mengetahui informasi yang ada pada PDAM dan bahkan bisa melakukan pengaduannya kepada pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas berusaha memudahkan para pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas untuk melakukan pengaduan/komplain kepada pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas tanpa harus datang



langsung ke kantor. Pelanggan juga bisa mendapatkan informasi lewat aplikasi yang sudah disediakan oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut agar bisa memudahkan dalam penyampaian informasinya. Pihak PDAM Tirta Satria” Banyumas juga lebih mudah untuk mendokumentasikan pengaduan/komplain dari para pelanggannya tersebut.

Dari beberapa penjelasan pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut diatas, dapat penulis simpulkan bahwa pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu berusaha memberikan pelayanan kepada pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas dengan baik, dengan memberikan aplikasi khusus untuk para pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas dalam menyampaikan keluhannya. Bahkan perusahaan tidak hanya memberikan aplikasi untuk para pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut saja, tetapi perusahaan juga menyediakan aplikasi khusus internal perusahaan untuk mengevaluasi keluhan yang diberikan oleh para pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut. Jadi pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas pun bisa dengan mudah dalam mengelola dan mengevaluasi lalu memberikan solusi dalam permasalahan tersebut dengan pihak teknis maupun pihak internal lainnya dengan mudah dan cepat ketika permasalahan tersebut mengalami kendala atau apapun.

### **C. Faktor penghambat Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas**

Dalam perusahaan, pelanggan merupakan hal yang sangat diprioritaskan atau diutamakan, karena pelanggan yang akan menjadi target untuk memperoleh keuntungan. Ketidakpuasan pelanggan bisa menjadi masalah besar terhadap perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk menarik hati konsumen. Akan tetapi dalam pelaksanaan strategi tersebut, seringkali mengalami beberapa hambatan sehingga pelaksanaan strategi tidak berjalan dengan baik, seperti yang dijelaskan oleh narasumber yang penulis wawancarai.

### 1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan tidak dapat terlepas dari sebuah organisasi atau perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan suatu perusahaan atau organisasi. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang berkerja di semua perusahaan sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi.

Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas menjelaskan faktor penghambat strategi Humas yaitu :

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam pelayanan, banyaknya permasalahan yang masuk ke PDAM dan memerlukan tindakan tetapi ada kendala seperti keterbatasan peralatan atau fasilitas dan sumber daya manusia (SDM) seperti kurangnya karyawan di bidang teknisi yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bawah dengan keterbatasan peralatan atau fasilitas dan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Hal ini menjadi salah satu penghambat karena tidak terpenuhinya tuntutan dan harapan dari pelanggan agar bisa mengatasi permasalahan dengan cepat yang akan menyebabkan rasa ketidakpuasan dari pelanggan. Saran dari penulis adalah agar lebih dipenuhinya peralatan atau fasilitas untuk bidang teknisi agar bisa melaksanakan permasalahan yang sudah di adukan oleh pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Supaya pihak teknisi bisa lebih cepat menyelesaikan permasalahan yang di adukan oleh pelanggan dengan cepat. Begitupun dengan menambahkannya karyawan teknisi lapangan, supaya bisa membagi tugas dalam penanganan permasalahan dan agar bisa lebih cepat juga dalam penanganan permasalahannya tersebut.

## 2. Kurangnya komunikasi

Kurangnya komunikasi merupakan salah satu unsur penghambat yang membuat suatu rencana atau planning tidak akan berjalan dengan apa yang diinginkan. seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bahwa faktor penghambat strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan yaitu:

Terbatasnya informasi yang diberikan oleh para pelanggan, hal ini akan menjadi hambatan komunikasi antara pihak PDAM dengan pelanggan, banyaknya laporan yang masuk ke PDAM, dan perlu dilakukan tindakan kemudian kita menghubungi pelanggan untuk menanyakan alamatnya tetapi nomor yang dihubungi tidak bisa tersambung, maka teknisi akan lambat sampai dilokasi pelanggan yang mengalami permasalahan tersebut

Penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa laporan yang disampaikan oleh pelanggan ke pada pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas harus disertakan nomor telepon yang bisa dihubungi setiap saat, agar keluhan dari pelanggan kepada PDAM “Tirta Satria” Banyumas bisa dilakukan tindakan dengan cepat, sehingga pelanggan tidak lagi merasa kecewa dengan kinerja PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Saran dari penulis supaya pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas menegaskan yang entah itu pada website atau aplikasi khusus pengaduan/komplain itu untuk memberi kolom khusus mencantumkan nomor telepon pelanggan pengaduan/komplain, jadi pihak pelanggan wajib mencantumkan nomor telepon pelanggan pengaduan/komplain yang aktif dan selalu bisa dihubungi oleh pihak teknisi PDAM “Tirta Satria” Banyumas yang akan menuju ke lokasi untuk perbaikan kerusakan tersebut. Dan pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengingatkan agar nomor telepon pelanggan pengaduan/komplain selalu di aktifkan selama penanganan tersebut belum selesai diperbaiki.

### 3. Kendala teknis

Pendistribusian air bersih kepada pelanggan terkadang terkendala akibat adanya kerusakan yang terjadi pada saluran pendistribusian air. Hal ini merupakan kendala yang dapat terjadi kapanpun dan dapat menyebabkan terhambatnya pemasokan air terhadap pelanggan. Lebih lanjut Bapak Sugiarto Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas menjelaskan bahwa :

Kebocoran pipa yang terjadi di dalam tanah merupakan salah satu penghambat yang terjadi dalam menyalurkan pasokan air kepada pelanggan. Hal ini terkadang dapat menyebabkan kualitas air yang tersampaikan kepada pelanggan menjadi tidak jernih, berbau, dan terkadang tercampur dengan tanah, sehingga pelanggan merasa kecewa dan merasa tidak puas akan kinerja PDAM.

Dari hasil wawancara dengan petugas humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas ini dapat disimpulkan bahwa, pasokan air bersih terhadap pelanggan yang sering terjadi kekeruhan ataupun air yang berbau sebenarnya bukan diakibatkan oleh kondisi air yang memang kurang baik. Melainkan kendala teknis yang sering terjadi akibat kerusakan pada pipa pendistribusian sehingga mengakibatkan pengaliran air yang tidak jernih. Saran dari penulis agar pihak teknis selalu mengontrol dan lebih berhati-hati lagi dalam melakukan pemeliharaan pengaliran air, agar tidak terjadinya kerusakan sehingga mengakibatkan kekeruhan pada air yang di alirkan kepada setiap pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas tersebut.

### 4. Kurangnya sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor pendukung yang sudah seharusnya dimiliki oleh perusahaan, apalagi perusahaan itu merupakan perusahaan daerah yang sudah pasti menyangkut dan berhubungan langsung dengan masyarakat dari suatu daerah tersebut. Kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana dalam suatu perusahaan dapat menjadi penghambat bagi perusahaan untuk memenuhi target dari

perusahaan. Lebih lanjut humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas bapak Sugiarto menjelaskan bahwa;

Kondisi air yang terdistribusikan kepada pelanggan terkadang memang berbau kaporit ataupun berwarna keruh, hal ini juga banyak dikeluhkan oleh pelanggan yang disampaikan kepada kami pihak humas dari PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Sebenarnya hal ini rentan terjadi, namun pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas akan terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan selalu memantau bagaimana kualitas air yang terdistribusikan kepada masyarakat, selain itu juga PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga selalu melakukan pemeriksaan kualitas air, agar air yang didistribusikan dapat terjamin kualitasnya.

Dari pemaparan tersebut peneliti dapat mengetahui bahwa pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas sudah berusaha melakukan yang terbaik agar dapat menyalurkan air bersih terhadap pelanggan dengan memastikan kondisi air yang didistribusikan agar dapat memenuhi keluhan dari pelanggan tersebut.



IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan di PDAM “Tirta Satria” Banyumas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sasaran utama kegiatan Humas terbagi menjadi dua, yaitu pihak Internal dan pihak Eksternal. Strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas dengan menerapkan langkah-langkah pemecahan masalah yang pertama yaitu: Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengidentifikasi masalah apa yang sedang terjadi, Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tidak pernah memandang ringan masalah yang diterima, kemudian Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas menentukan target dari sasaran informasi yang akan disampaikan, selanjutnya humas menentukan strategi untuk mengatasi keluhan pelanggan humas berkomunikasi secara langsung kepada pelanggan, hal tersebut humas lakukan agar pelanggan merasa diperhatikan dan tidak diabaikan keluhannya, apabila keluhan itu bersifat teknis, maka partisi humas akan segera menghubungi bagian teknisi supaya turun langsung kelokasi untuk melakukan perbaikan terhadap keluhan yang terjadi pada pelanggan, langkah terakhir evaluasi strategi.
2. Keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas ada beberapa aspek dalam menanganinya, yaitu : 1)Good Will, 2)Mekanisme, 3)Infrastruktur, 4)Attitude. Dan adapun metode penyampaian komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas yaitu melalui Telepon, Whatsap, Website, Email, Lapak Aduan Banyumas, Portal dan Info Perumdan Tirta Satria (Aplikasi khusus pengaduan/komplain dan info PDAM “Tirta Satria” lainnya).
3. Faktor penghambat strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM. 1) Keterbatasan SDM, 2) Kurangnya komunikasi antara

pelanggan dengan perusahaan, 3) kendala teknis, 4) kurangnya sarana dan prasarana. 5) ketidakpuasan pelanggan.

## **B. Saran**

1. Untuk PDAM “Tirta Satria” Banyumas agar lebih memberikan informasi lebih lengkap lagi atau selalu mengupdate informasi terbaru kepada para pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas pada media-media yang sudah di sediakan oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas, agar lebih memudahkan pelanggan untuk mengetahui informasinya tersebut. Dan di harapkan agar pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu memberi informasi kepada pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas yang belum mengetahui media aplikasi pengaduan yang sudah disediakan pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas kepada pelanggan lainnya guna memudahkan para pelanggan melakukan pengaduan/komplain secara cepat.
2. Jika ada penelitian yang hampir mirip atau sama dengan lokasi penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti berikutnya harap bisa lebih baik dan lebih konsisten dari peneliti sekarang, sehingga bisa membuat para pihak-pihak lain bisa mengetahui dan bisa lebih memahami lagi dengan penelitiannya.
3. Skripsi ini setidaknya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk PDAM “Tirta Satria” Banyumas. ☺

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldily, Ridhlo. 2017. *101 Amazing Public Relation Ideas*. Yogyakarta: Quadrant.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2014. Bandung: PT SIGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Diahloka, Carmia & Akhirul Aminulloh. 2011. *Strategi Humas (Public Relations) Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan Produk (Studi Pada Plasa Telkom Malang)*
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasenda, Yerni Monita. 2013. *Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura*.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Kurnia, Indhira Hari, dkk. 2013. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*. Jupe UNS. Vol 1. No.2.
- Margono, S. 2003. *Meode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-ruz media
- Nasution. 2014. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurtjahjani, Fullchis & Shinta Maharani T. 2018. *Public Relations Citra & Praktek*. Malang: Polinema Press.



- Rahutomo, Adi Nugroho. 2013. *Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT PLN (PERSERO) Rayon di Samarinda*.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto & Atik Septi W. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Roslan, Rusady. 2003. *Manajemen Public Relations & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saleh, Akh Muwafik. 2010. *Public Service Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik*. Malang: UMM Press.
- Soehadna, Moh. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif*. Yogyakarta: SUKA PRESS UIN Sunan Kalijaga.
- Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Surakhmad, Winamo. 1994. *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik, Ed 7*. Bandung: Tarsito.
- Suryabrata. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tika, Moh Pabunda. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Press.
- [www.pdambanyumas.com](http://www.pdambanyumas.com)
- [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com)
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

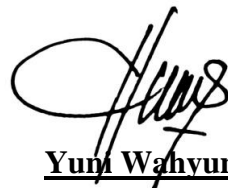
1. Nama Lengkap : Yuni Wahyuningsih
2. NIM : 1323205001
3. Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 23 Juni 1996
4. Alamat Rumah : Pasirgaru Rt04 Rw05 Bojongsari Kecamatan  
Kedungreja Kabupaten Cilacap
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Aceng Saefudin  
Nama Ibu : Dede Manisah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI, tahun lulus : MI Al-Hasan Bojongsari, 2007
  - b. SMP/MTs, tahun lulus : MTs Ma'arif Purwosari, 2010
  - c. SMA/MA, tahun lulus : MA MINAT Kesugihan, 2013
  - d. S.1 tahun masuk : Ekonomi Syariah 2013
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Penataran Dokter Kecil tingkat Kecamatan tahun 2015

Purwokerto, 14 Januari 2021

IAIN PURWOKERTO



Yuni Wahyuningsih

NIM. 1323205001