

TUGAS AKHIR
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

AKTIVITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN
DI PDAM WILAYAH II KOTA MAKASSAR



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

TUGAS AKHIR
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

AKTIVITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN
DI PDAM WILAYAH II KOTA MAKASSAR



Diajukan Sebagai Laporan Aktivitas Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)
Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Wilayah II Kota Makassar 2022

YULIANI
1810121078

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

TUGAS AKHIR
LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

AKTIVITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN
DI PDAM WILAYAH II KOTA MAKASSAR

Disusun dan Diajukan Oleh

YULIANI

1810121078

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Makassar, 15 Maret 2022

Penanggung Jawab Magang MBKM,

Yulhaidir, S.Sksi., M.I.Kom

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar
Makassar

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

TUGAS AKHIR

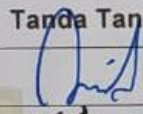
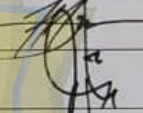
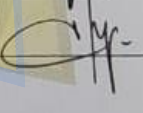
**AKTIVITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN
DI PDAM WILAYAH II KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

YULIANI
1810121078

Telah dipertahankan dalam sidang ujian MBKM Akhir / Skripsi
Pada tanggal 15 Maret 2022 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	
2	Muhammad Bisyr, S.Ksi., M.I.Kom	Sekretaris	
3	Yulhaidir, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	
4	Mariesa Giswandhani, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar


Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yuliani
Stambuk : 1810121078
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Program studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang/Konsentrasi : Program SI / Public Relations
Universitas : Universitas Fajar
Judul Laporan : **Aktivitas Pelayanan Pengaduan Pelanggan Di
PDAM Wilayah II Kota Makassar**

Penanggung Jawab MBKM,

Pembimbing MBKM,


Yulhaidir, S.KSI., M.I.Kom


Andi Ernawati, SH

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu- Ilmu Sosial
Universitas Fajar
Makassar


UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom

LEMBAR PENILAIAN

Nama : Yuliani
Stambuk : 1810121078
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang/Konsentrasi : S1/Public Relations

No	Jenis Penilaian	Hasil		Keterangan
		Angka	Huruf	
1.	Wawasan	85	A	
2.	Kompetensi Keilmuan	85	A	
3.	Inisiatif	85	A	
4.	Disiplin	85	A	
5.	Tanggung Jawab	85	A	
6.	Tata Krama dan Hubungan Internal Sesama Pegawai	85	A	
7.	Kehadiran	85	A	
	Rata-rata	85	A	

Keterangan Nilai: 85 <= A
 81 – 84 = A-
 76 – 80 = B+
 71 – 75 = B
 66 – 70 = B-
 61 – 65 = C+
 51 – 60 = C
 46 – 50 = D
 < 45 = E

Mengetahui,
 Pembimbing MBKM


 Andi Ernawati, SH

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuliani

Nim : 1810121078

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa Tugas Akhir Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang berjudul **"AKTIVITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN DI PDAM WILAYAH II KOTA MAKASSAR"** adalah karya ilmiah saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir MBKM ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam tugas akhir MBKM ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,


(Yuliani)

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Laporan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini dengan judul “Aktivitas Pelayanan Pengaduan Pelanggan Di PDAM Wilayah II Kota Makassar”.

Laporan MBKM ini merupakan salah satu mata kuliah wajib pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar untuk menyelesaikan gelar S1 (Strata).

Dalam penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan, bimbingan, arahan dan memberikan dukungan moral selama proses penyelesaian laporan ini.

Pertama-tama penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kesehatan, kekuatan, dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis selama melaksanakan magang MBKM di PDAM Wilayah II Kota Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam kegiatan magang MBKM dan hingga terselesaikannya laporan ini. Maka sepatutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si, Selaku Rektor Universitas Fajar.
2. Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom, Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar.
4. Yulhaidir, S.KSI., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis sampai menyelesaikan Laporan Magang MBKM ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Fajar.

6. Ismail Hasan, S.ST., ST, MM selaku Kepala Wilayah II PDAM Makassar yang telah menerima penulis untuk melaksanakan Magang MBKM di kantor PDAM.
7. Andi Ernawati, SH selaku Sekretaris Wilayah II PDAM Makassar sekaligus pembimbing lapangan.
8. Seluruh Karyawan Kantor PDAM yang telah bersedia memberikan informasi dan arahan yang dibutuhkan oleh penulis selama menjalankan magang.
9. Dan tentunya kedua orang tua tercinta Ayahanda Yohanes Gambo Sudi dan Ibunda Ester Pasang dan Kakak penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material, doa, nasehat, motivasi dan kasih sayangnya.
10. Teman terdekat Michael Yus Appang Allo dan Seluruh Teman-Teman Komunikasi Angkatan 2018.

Dalam penulisan laporan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan kekeliruan baik sengaja maupun tidak disengaja dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan laporan ini.

Makassar, 02 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGUJI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PENILAIAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan.....	7
1.3 Manfaat Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Definisi Komunikasi	8
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.1.3 Proses Komunikasi.....	11
2.1.4 Model Komunikasi.....	12

2.2 Public Relations.....	19
2.2.1 Definisi PR	19
2.2.2 Fungsi PR	21
2.2.3 Tugas PR	22
2.3 Customer Relationship Management	23
2.3.1 Definisi CRM	23
2.3.2 Manfaat CRM.....	24
2.3.3 Tujuan CRM.....	25
2.3.4 Faktor Penentu CRM.....	26
2.4 Pelayanan Publik	28
2.4.1 Pelayanan Pengaduan Pelanggan	30
2.4.1.1 Pelayanan Prima	30
2.4.1.2 Tujuan dan Fungsi	30
2.4.1.3 Indikator Pelayanan Prima.....	31
2.4.2 Customer Service	32
2.5 Tinjauan Tentang Pelanggan.....	33
2.5.1 Kepuasan Pelanggan	35
2.5.2 Loyalitas Pelanggan	36
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	38
3.1 Logo PDAM Kota Makassar	38
3.2 Sejarah PDAM Kota Makassar	39
3.3 Visi dan Misi PDAM Kota Makassar	44

3.4 Struktur Organisasi PDAM Kota Makassar	45
3.5 Uraian Tugas dan Fungsi Susunan Organisasi PDAM Wilayah II Kota Makassar	46
BAB IV HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan MBKM	51
4.1.1 Lokasi Pelaksanaan	51
4.1.2 Waktu Pelaksanaan	51
4.1.3 Jadwal Waktu	51
4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan	52
4.2.1 Tugas Utama	52
4.2.2 Tugas Tambahan	62
4.3 Pembuatan Banner Proyek	69
4.4 Kendala dan Solusi.....	72
4.4.1 Kendala.....	72
4.4.2 Solusi.....	73
4.5 Temuan Hal-Hal Baru	73
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Komunikasi S_R.....	14
Gambar 2. Model Aristoteles	15
Gambar 3. Model Lasswell	17
Gambar 4. Logo PDAM Kota Makassar.....	38
Gambar 5. IPA I Ratulangi	39
Gambar 6. IPA II Panaikang	40
Gambar 7. IPA III Antang.....	41
Gambar 8. IPA IV Maccini Sombala	42
Gambar 9. IPA V Somba Opu.....	43
Gambar 10. Tabel Struktur Organisasi PDAM Wilayah II.....	45
Gambar 11. Pelayanan Pengaduan Pelanggan	53
Gambar 12. SPK Kebocoran.....	56
Gambar 13. SPK Tidak Dapat Air	59
Gambar 14. Surat Permohonan Tutup Sementara.....	61
Gambar 15. Lembar DPB.....	63
Gambar 16. Tampilan Penginputan Pemakaian Barang Material	65
Gambar 17. Penulis Sedang Melakukan Penginputan	66
Gambar 18. Surat Invoice Yang di Tulis Penulis.....	66
Gambar 19. Lembar Informasi Tagihan Pelanggan	67
Gambar 20. Surat SPK Tutup Langganan Yang di Tulis Penulis.....	68
Gambar 21. Penulis Sedang Melakukan Penulisan SPK Tutup Langganan	69

Gambar 22. Proyek Banner	71
Gambar 23. Proses Pembuatan Banner	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Log Book Aktivitas MBKM

Dokumentasi Kegiatan Magang Merdeka Belajar di PDAM Wilayah II



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Magang – Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kegiatan akademis yang dapat menjadi pilihan mahasiswa setara dengan 20 SKS Mata Kuliah yang dilaksanakan diluar kampus sebagai media bagi mahasiswa untuk mendapatkan rill dalam dunia industri. MBKM ini sebagai wujud praktik salah satu mata kuliah bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar. MBKM dapat diprogram oleh mahasiswa akhir dalam bentuk magang sebagai syarat tugas akhir, adapun syarat dari magang MBKM yaitu mencari perusahaan untuk melakukan aktifitas magang selama wajib 4-6 bulan sesuai konsentrasi setiap mahasiswa dan menjalankan proyek di perusahaan tersebut.

PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) merupakan perusahaan milik daerah yang berfungsi untuk penyediaan air minum yang bersih untuk kebutuhan masyarakat umum. PDAM berada di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya yang ada di seluruh indonesia. PDAM ialah perusahaan daerah yang diawasi oleh badan pemerintah eksekutif maupun legislatif daerah.

Sebagai badan usaha di bidang pelayanan kepada masyarakat PDAM di Kota Makassar memiliki fungsi dan peran yang sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat dalam pelayanan dan penyediaan kebutuhan air yang bersih. Dalam memberikan pelayanan dan kebutuhan masyarakat yang baik tentu saja ada peran

HUMAS (Hubungan Masyarakat) yang mampu memberi penjelasan dan pemahaman kepada masyarakat.

Sebagai perusahaan atau badan yang bergerak di bagian jasa kepada masyarakat, PDAM Kota Makassar memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan para stakeholder yaitu (Gubernur, Bupati, Camat, Lurah, RW dan RT). Stakeholder berperan penting pada PDAM dalam hubungannya antara masyarakat dengan perusahaan atau organisasi.

Untuk memberikan kemudahan pelayanan dalam bentuk pemasangan saluran-saluran air dan fungsi-fungsi penggunaan air yang ada di masyarakat. Stakeholder melakukan pemerataan dan keadilan di masyarakat dan juga memberi himbauan dan keamanan dalam pelayanan yang berkaitan dengan air bersih.

Berdasarkan PDAM Kota Makassar menyatakan bahwa air yang di kelolah dari PDAM berasal dari air sungai Jeneberang. Saluran air pompa melalui saluran ke instalasi di Ratulangi dalam bentuk bendungan bili-bili. Kualitas air di PDAM Kota Makassar bisa ditentukan langsung dari kualitas air sungai Jeneberang.

Pada musim kemarau sering terjadi kekeringan dan kualitas air bersih dapat terganggu. Hal ini dapat menyebabkan konsumen dapat beralih penggunaan air bersih menggunakan pompa air sumur dan penampungan air didalam tanah terutama pada pelanggan-pelanggan status niaga dan industri, sehingga mengakibatkan pelayanan pada masyarakat kalangan bawah atau status sosial dapat terganggu karena terbatasnya air bersih pada waktu dibutuhkan. Sementara pada waktu musim hujan air di PDAM mengalami gangguan kebersihan akibat dari sumber penampungan di ratulangi mengalami kekeruhan dan kotor karena dari

sumber air sungai jeneberang yang kotor dan keruh akibat dari banjir.

Dalam situasi dan keadaan saat ini air bersih sangat dibutuhkan masyarakat. Sehingga peningkatan penggunaan air bersih baik pelanggan yang berlangganan maupun tidak berlangganan meningkat bagi PDAM perusahaan yang berpengaruh besar akan air bersih di Indonesia khususnya di Kota Makassar. Dalam hal ini, pelayanan publik yang benar dan baik sangat dibutuhkan untuk menangani pelanggan, karena apabila hal tersebut tidak diterapkan dalam suatu pelayanan akan mengakibatkan kekecewaan terhadap pelanggan ataupun masyarakat.

Pelayanan Publik yaitu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi masyarakat oleh pemerintah sesuai peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan. Dalam pelayanan publik harus mengikuti standar pelayanan sebagai pedoman pelayanan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan kebutuhan masyarakat yang bertanggung jawab, cepat, dan terjangkau.

Pelayanan publik diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, peraturan ini dibuat untuk pemenuhan kewajiban hukum dalam hubungan antara penyelenggara dan masyarakat pelayanan. Selain itu, pengaturan dalam pelayanan publik memiliki tujuan agar suatu batasan dan hubungan yang jelas mengenai hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan terhadap seluruh pihak yang terkait dalam penyelenggaraan pelayanan publik dapat terwujud.

Dalam penyelenggaraan pelayanan publik terdapat pelaksanaan pelayanan berupa: pengelolaan pengaduan masyarakat, pengelolaan informasi, pengawasan

internal, penyuluhan kepada masyarakat, dan pelayanan konsultasi. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, terdapat suatu standar pelayanan yang wajib disusun oleh penyelenggara, namun tetap mengimbangi kemampuan dari penyelenggara, dari kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan. Dengan kita menerapkan standar pelayanan publik yang baik dan benar penyelenggara pelayanan publik diharapkan dapat menghasilkan kepuasan masyarakat sebagai pihak yang telah menerima pelayanan. Di dalam melakukan hal tersebut, penyelenggara dituntut wajib untuk menerapkan prinsip yang efisien, efektif, inovasi serta komitmen. Karena tujuan dari suatu pelayanan merupakan untuk kepuasan masyarakat, sehingga pelayanan yang diharapkan bisa tercapai.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang diinginkan dalam suatu pelayanan untuk menyatakan bahwa suatu jualan atau layanan kita telah dinyatakan berhasil. Namun, kekecewaan atau keluhan pelanggan juga sudah tidak jarang lagi kita temui di dunia industri terutama di PDAM Makassar yang dimana seperti penulis telah lihat sendiri adanya puluhan pelanggan dalam setiap harinya yang datang dengan berbagai keluhan, bahkan terkadang memberikan nada yang tinggi terhadap pelayanan di PDAM, hal ini terjadi karena terkadang adanya kurang pemahaman seorang pelanggan mengenai sistem atau prosedur di PDAM yang membuat pelanggan tidak terkontrol.

Pada saat sekarang ini kondisi pelayanan di PDAM Kota Makassar terutama di bagian Wilayah II terbilang sangat baik dengan pelayanan yang ramah, baik dan mampu menangani juga bertanggung jawab atas segala apa yang menjadi kendala dan keluhan dari pelanggan, mampu mengimbangi segala situasi dan kondisi

dari pelanggan baik dari pelanggan status sosial, rumah tangga, niaga hingga industri. Namun, meski terbilang baik pasti ada-ada saja konflik dari pelanggan yang terkadang membuat suasana tidak nyaman. Ada beberapa hal penyebab terjadinya konflik utama dari pelanggan yaitu apabila angka meter pemakaian air lebih rendah dari pembayaran, apabila hal mengenai air yang tidak lancar atau air keruh itu bukanlah penyebab utama dari terjadinya amarah pelanggan, namun kebanyakan apabila hal itu mengarah pada masalah pembayaran. Akan tetapi, semua hal ini bisa teratasi oleh pelayanan di PDAM dan kembali memuaskan pelanggan, semua ini bisa menjadi profesional karena juga bila dilihat dari latar belakang pegawai pelayanan di PDAM Wilayah II yang merupakan rata-rata dari pendidikan sarjana S1 yang terbilang telah mampu mempelajari ilmu cara menangani pelanggan dari berbagai macam latar belakang.

Mengenai hal tersebut, Penulis yang telah melakukan magang di Kantor PDAM tertarik mengangkat judul tentang “Aktivitas Pelayanan Pengaduan Pelanggan Di PDAM Wilayah II Kota Makassar” untuk menjelaskan apa-apa saja aktivitas dan bagaimana proses kinerja pelayanan yang telah dilakukan penulis selama menjalankan program MBKM di PDAM Wilayah II Kota Makassar.

Dalam hal ini penulis melaksanakan magang selama 4 bulan dimulai dari tanggal 18 Oktober 2021 sampai dengan 11 Februari 2022 di Kantor PDAM Wilayah II Kota Makassar. Selama melaksanakan kegiatan program MBKM penulis mendapatkan berbagai macam pengalaman, dan wawasan sehingga bermanfaat bagi penulis yang tentunya sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan

dan kemampuan penulis sebagai seorang mahasiswa dalam menghadapi dunia profesionalitas dalam bekerja juga persaingan global yang akan datang.

Adapun beberapa aktivitas yang penulis kerjakan seperti penulis terlibat langsung melakukan komunikasi dengan pelanggan mengenai apa yang menjadi tujuan pelanggan datang melakukan pengaduan, hal ini penulis lakukan apabila penulis diberi izin belajar langsung melayani pelanggan yang melakukan pengaduan namun tidak untuk melakukan setiap saat, namun selain itu apabila tidak melakukan pelayanan langsung penulis hanya melakukan support atau bantuan-bantuan kepada pegawai yang melayani seperti mencetak print atau fotocopy surat yang dibutuhkan. Selain aktivitas di atas ada juga beberapa kegiatan yang penulis kerjakan seperti menulis langsung daftar pengambilan barang material (DPB) untuk pengerjaan lapangan, dan penulisan data-data pelanggan untuk pekerjaan penagihan bulanan/tunggakan dan penginputan pemakaian barang material kedalam komputer.

Dalam laporan ini, penulis turut menggambarkan tugas utama dan tugas tambahan yang dilakukan selama melaksanakan Magang-MBKM di Kantor PDAM Wilayah II Kota Makassar, serta kendala tantangan, dan solusi yang penulis temukan selama menjalankan magang selama 4 bulan.

1.2 Tujuan Penulisan

Laporan magang program MBKM bertujuan untuk memberitahukan kepada pembaca dan menggambarkan proses aktivitas yang dilakukan penulis selama menjalankan magang di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Adapun tujuan dilaksanakannya penulisan laporan MBKM ini antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan tugas utama dan tugas tambahan yang penulis lakukan selama magang di PDAM Kota Makassar
- b. Untuk menjelaskan kendala, tantangan dan juga solusi yang didapatkan penulis selama melaksanakan magang.
- c. Menyampaikan hal apa saja yang menjadi temuan baru penulis selama melaksanakan magang di PDAM Kota Makassar.

1.3 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan laporan magang program MBKM ini antara lain:

- a. Sebagai gambaran untuk memberitahukan kepada pembaca bagaimana prosedur dalam pelayanan pengaduan pelanggan di PDAM
- b. Laporan ini dapat menjadi bahan referensi pembaca khususnya bagi mahasiswa yang akan datang dalam melakukan penulisan tugas akhir nantinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Secara umum komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan individu yang melibatkan dua atau lebih individu untuk memberitahukan maksud dari pesan yang ingin disampaikan seseorang (komunikator) kepada lawan bicara atau pendengar (komunikan) atau komunikasi bisa juga dikatakan sebagai aktivitas pertukaran pendapat atau penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lain, dari individu ke suatu kelompok kecil (*small group*) maupun kepada kelompok besar (*large group*).

Menurut (Oktarina, 2017), Isilah komunikasi awalnya berasal dari kata *common* yang berarti memiliki maksud dan makna sehingga dapat di sederhanakan bahwa komunikasi merupakan aktivitas penyamaan makna dan maksud dari pikiran dari perasaan individu antara komunikator dengan komunikan.

Di dalam Oxford English Dictionary (Oktarina, 2017) terdapat beberapa pengertian atau definisi komunikasi. Defenisi komunikasi tersebut, antara lain: “*Communication means information is passed from one place to another*” (Komunikasi adalah informasi yang di sampaikan dari satu tempat ke tempat yang lain).

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi atau pertukaran pesan dan ide yang biasanya melalui berupa simbol. Simbol dalam komunikasi sering kita alami dan dapat kita lihat di lingkungan kita sehari-hari. Komunikasi ialah proses penyampaian pesan (*message*) dari seorang pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), dan dapat melalui suatu platform (*channel*) yang terkadang mengalami suatu gangguan (*noise*). (Oktarina, 2017)

Komunikasi bersifat simbolis artinya komunikasi yang telah sering dilakukan, pada umumnya dapat dilakukan dengan menggunakan simbol yang berupa bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, angka-angka, tanda-tanda, dan kalimat.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Ada beberapa unsur yang mendasar sebagai syarat terjadinya proses komunikasi dalam komunikasi agar komunikasi dapat disebut sebagai komunikasi yang efektif dan efisien. Dimana unsur yang dimaksudkan yaitu mutlak harus dilakukan dalam suatu proses komunikasi antara lain:

1. Komunikator, merupakan individu yang menyampaikan pesan kepada penerima pesan yang berupa individu atau kelompok.
2. Komunikan, merupakan orang atau individu yang menerima suatu pesan dari komunikan.
3. Saluran/Media, orang atau medium yang menjadi penyalur atau penyambung informasi juga pesan yang ingin di sampaikan komunikator kepada komunikan. Dalam ketiga unsur tersebut sangat berperan penting

dan saling berkaitan satu sama lain di dalam suatu proses komunikasi yang dapat menentukan kesuksesan dari sebuah komunikasi.

Selanjutnya menurut (Purba, 2017) bahwa selain dari pada tiga unsur tersebut, masih ada enam unsur-unsur komunikasi yang lain selain yang telah disebutkan. Maka dari itu terdapat sembilan total unsur komunikasi yang menjadi faktor kunci, yakni sebagai berikut:

1. *Sender* atau komunikator merupakan individu atau sekelompok orang yang mengirim atau menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima pesan dengan tujuan dan kepentingan tertentu.
2. *Encoding* atau penyandian ialah proses dalam mengubah pikiran menjadi lambang atau kode yang nantinya diterima komunikan menjadi suatu komunikasi.
3. *Messege* atau disebut pesan adalah sesuatu kepentingan yang ingin di sampaikan oleh sumber informasi kepada komunikan baik melalui perantara ataupun secara langsung.
4. *Media* merupakan alat sebagai perantara yang berfungsi untuk menghubungkan sumber kepada komunikan dalam penyampaian pesan.
5. *Decoding* adalah proses yang mengubah pikiran dari lambang atau kode yang diterima menjadi suatu komunikasi.
6. *Receiver* ialah komunikan yang menerima pesan dari sumber.
7. *Response* merupakan tanggapan seorang komunikan yang telah menerima pesan dari komunikator.

8. *Feedback* merupakan sebuah respon yang di terima oleh komunikator dari komunikan.
9. *Noise* ialah suatu gangguan di dalam proses berkomunikasi yang mengakibatkan pesan yang disampaikan komunikator menyimpang dan tidak sesuai kepada komunikan.

2.1.3 Proses Komunikasi

Purba (2020) mengatakan bahwa dalam prosesnya, dalam komunikasi mempunyai dua tahap, yakni sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi Secara Primer adalah proses penyampaian informasi atau pikiran dalam bentuk lambang atau kode yang ditujukan untuk komunikan atau orang yang menerima pesan. Lambang yang menjadi media dalam proses komunikasi primer yaitu kiasan, gambar, isyarat, bahasa, warna dan lain sebagainya yang secara langsung komunikan dapat mengerti pesan dan maksud dari komunikator
2. Proses Komunikasi Secara Sekunder adalah sarana sebagai media kedua dalam penyampaian pesan atau informasi melalui lambang dari individu ke individu lainnya. Sarana ini digunakan dalam melancarkan proses komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan dimana komunikasinya berada relatif jauh, dekat atau berjumlah banyak.

2.1.4 Model Komunikasi

Model yaitu kerangka kerja konseptual yang berfungsi untuk hadir menggambarkan penerapan teori untuk kasus-kasus tertentu. Model hadir untuk membantu para pengguna komunikasi dalam mengorganisasikan data-data agar bisa tersusun kerangka konseptual mengenai yang dituliskan dan diungkapkan. Menurut Crystal (dalam Purba, 2020) memodelkan komunikasi dengan definisi yang mana komunikasi akan terjadi apabila pengirim dan penerima informasi sama-sama mengetahui maksud dan memahainya. Little John dalam (Purba, 2020) menyatakan *“in a broad sense the term model can apply to any symbolic representation of a thing, process, or idea”* (secara luas diartikan sebagai model menunjukkan setiap representasi simbolis dari suatu benda, proses atau gagasan/ide). Model hadir untuk menjadi suatu kesatuan untuk membentuk komunikasi yang baik dan benar.

Model komunikasi bukan hanya memberi manfaat kepada para ilmuwan akan tetapi seluruh pengguna komunikasi. Menurut Deuts (dalam Purba, 2020) model dalam komunikasi memiliki fungsi diantaranya;

1) Model Komunikasi Mengorganisasikan

Model ini membantu kita untuk mengorganisasikan sesuatu dengan cara mengurutkan dan mengatur suatu sistem dengan sistem lainnya agar kita boleh mendapatkan suatu gambaran secara menyeluruh, dan tidak sepotong-potong.

2) Model Komunikasi Menjelaskan

Model ini membantu kita mengenai suatu hal dengan penyajian informasi sederhana. Tanpa model ini, informasi dapat tampak rumit dan tidak jelas.

3) Model Komunikasi Heuristik

Dengan model ini, kita mampu mengetahui sesuatu hal dengan keseluruhan. Karena melalui model ini dapat membantu kita memberikan gambaran mengenai komponen utama atau proses suatu sistem.

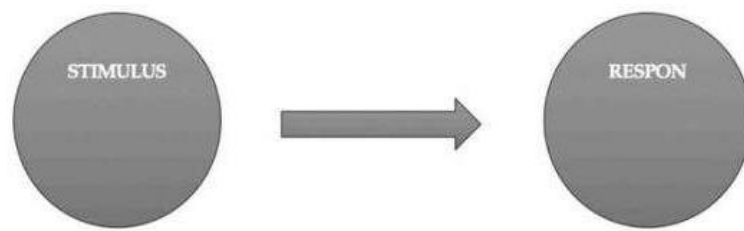
4) Model Komunikasi Prediksi

Model ini menggambarkan keadaan dimana kita mampu memperkirakan mengenai suatu hasil yang akan dicapai kedepannya. Oleh sebab itu, dalam dunia ilmiah model komunikasi prediksi sangatlah penting karena dapat digunakan untuk dasar oleh para peneliti dalam merumuskan hipotesis, bahkan pernyataan berisi penjelasan tentang mengetahui kemungkinan hubungan sebab akibat antara faktor dengan faktor-faktor lain.

Selain dari pada model komunikasi yang ada diatas adapun model komunikasi menurut para ahli yakni;

1. Model S-R

Model Stimulasi - Respon (SR) adalah salah satu model komunikasi dasar. Disiplin psikologis dalam aliran perilaku sangat berpengaruh dalam model ini. Model ini menggambarkan keberadaan hubungan antara rangsangan respons.



Gambar 1. Model Komunikasi S-R (Dewi, dalam Purba 2020)

Sumber: BukuKita.com

Model komunikasi ini menjelaskan Komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model S-R Menggambarkan perilaku respon manusia yang dapat diramalkan.

Model Komunikasi S-R dibagi menjadi dua bagian:

a) Model S-R Positif-Positif

Model ini digambarkan dalam sebuah contoh komunikasi dimana ketika seseorang yang kita kagumi atau menarik perhatian kita ditemui berpapasan di jalan dan tersenyum maka kita akan membalas senyuman itu karena senang.

b) Model S-R Negatif-Negatif

Model ini digambarkan dalam contoh situasi bahwa orang pertama yang menatap orang kedua dengan tajam, maka orang kedua akan kembali menatap dan berkata kasar.

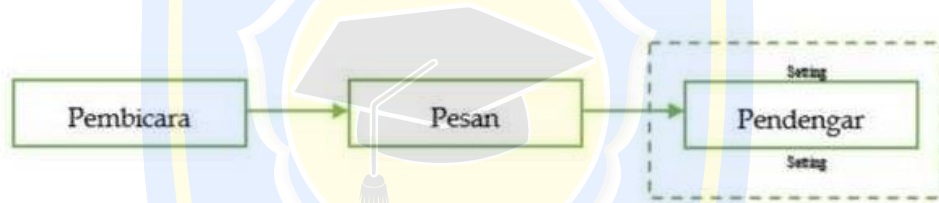
2. Model Aristoteles

Model Komunikasi Aristoteles adalah komunikasi yang sangat klasik yang biasa disebut model retorik atau rhetorical model. Angsori mengatakan dalam

(Purba, 2020) menyatakan ada tiga unsur dasar proses komunikasi yang dikemukakan oleh Aristoteles yaitu;

- a) Pembicara atau *speaker*
- b) Pesan atau *message*
- c) Pendengar atau *listener*

Aristoteles telah menelaah fungsi komunikasi ini dengan komunikasi retorik yang lebih dikenal saat ini dengan komunikasi publik (*Public Speaking*) atau pidato.



Gambar 2. Model Aristoteles (Michael Burgon dalam Purba, 2020)

Sumber: BukuKita.com

Aristoteles menyatakan bahwa persuasi bisa dicapai oleh: 1) Siapa anda (Ethos atau kepercayaan anda), 2) Argumen anda (Logos-logika dalam pendapat anda), dan 3) memainkan emosi khalayak (Pathos-emosi khalayak). Dengan kata lain faktor yang menjalankan peran dalam menentukan efek persuasi suatu pidato diantaranya isi pidato, susunan, dan cara penyampaiannya. Model ini berfokus pada komunikasi yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya.

a) Ethos

Ethos merupakan komponen dalam argument yang menjaga kepercayaan para pendengar mengenai kompetensi sang pembicara. Dalam prinsip persuasi dapat termasuk kedalam prinsip otoritas dan rasa suka. Wawasan etika dan karakter seseorang yang menyampaikan pendapatnya haruslah meyakinkan.

Terdapat tiga jenis Ethos antara lain:

- 1) Phoroneis adalah kemampuan dan kebijakan yang merupakan kepakaran dan kecerdasan pembicara.
- 2) Arete adalah kebaikan dan kehebatan seorang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya.
- 3) Eunoia adalah niat baik yang dimiliki oleh komunikator.

b) Logos

Logo adalah isi dari opini atau argumentasi yang menarik dari isi logika. Data yang disajikan harus akurat dan tidak menyesatkan siapa pun. Informasi yang detail namun mudah dipahami menambah dimensi Etos seorang pembicara. Pada bagian ini, komunikator akan dengan mudah memahami struktur kebahasaan yang bersangkutan. Kejelasan alasan dan bukti tentu akan membuat pesan dan argumen lebih persuasif (mungkin meyakinkan orang lain).

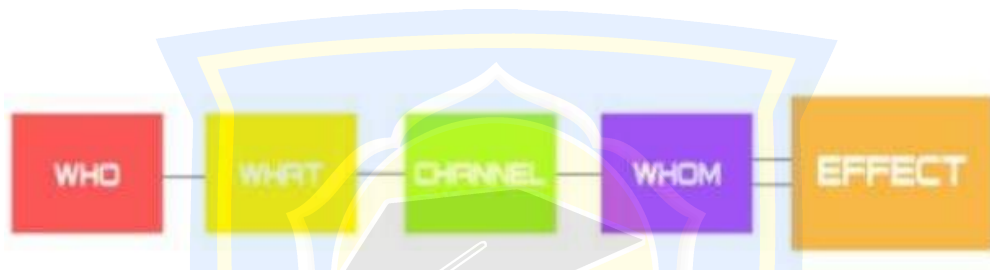
c) Phatos

Phatos adalah sisi daya tarik emosional yang menyertakan sisi argumen dari logos dan kompetensi komunikator dari sisi Ethos. Penyampaian argumentasi

dengan Phatos merupakan penentu penyetujuan para pendengar pada pemaparan seorang pembicara.

3. Model Lasswell

(Purba, 2020) menyatakan model Lasswell merupakan ungkapan verbal yang dilakukan dengan baik apabila dilaksanakan dalam lima tahap yakni:



Gambar 3. Model Komunikasi Lasswell (Effendy dalam Purba, 2020)

Sumber: BukuKita.com

a) *Who* (Siapa)

Who bisa disebut sumber atau komunikator yang merupakan pemberi informasi atau para sumber yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang menjadi sumber utama komunikasi. Bisa seorang individu, organisasi, maupun kelompok. (Argaheni, 2022)

b) *Says What* (Apa yang dikatakan)

Says merupakan proses menjelaskan apa yang menjadi informasi yang ingin disampaikan dari komunikator kepada komunikan

c) *In Which Channel* (Media atau alat juga perantara yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi)

Suatu alat atau perantara untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun menggunakan media elektronik. Pada bagian ini dimaksudkan adalah alat dalam melakukan komunikasi seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Perlu diperhatikan tidak semua media untuk maksud tertentu.

- d) *To Whom* (Komunikan atau orang yang menerima informasi dari komunikator)

Seorang atau sekelompok orang yang menerima suatu informasi atau pesan dari komunikator. Hal itu boleh disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).

- e) *With What Effect* (Efek atau respon yang di terima komunikan berupa reaksi setelah menerima informasi atau pesan dari komunikator)

Dari pernyataan ini bila dilihat dari efek atau respon komunikan dapat menanyakan dua hal yakni apa yang ingin dicapai dari hasil komunikasi tersebut serta apa yang ingin dilakukan seseorang dari hasil komunikasi tersebut. Namun perlu diketahui juga bahwasanya tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh hasil komunikasi saja akan tetapi hal itu juga dipengaruhi oleh banyak faktor lainnya.

2.2 Public Relations

2.2.1 Definisi PR

Pengertian “*public*” adalah sekelompok orang atau khalayak yang mempunyai tujuan, harapan dan kepentingan yang sama. Publik merupakan kumpulan orang-orang yang berjumlah sedikit atau grup kecil, namun juga bisa dalam jumlah yang besar. Sedangkan pengertian “*relations*” yang berasal dari bahasa Inggris yang artinya “hubungan”. Penggunaan kata *relations* dalam *public relations* memiliki arti mengenai adanya hubungan timbal balik atau *two-way-communications*.

Menurut Theaker (Silviani, 2020) bahwa *Public relations* memiliki beberapa pengertian. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut. PR adalah fungsi manajemen khusus yang dapat membantu dan menjaga jalinan komunikasi, penerimaan pengertian, serta menjalin kerjasama baik antara organisasi dengan publik yang melibatkan pengelolaan masalah, membantu manajemen agar tetap mendapatkan informasi dan responsif terhadap opini publik; menjelaskan dan menekankan suatu tanggung jawab manajemen dalam pelayanan kepentingan umum; berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang baik dan etis sebagai kunci utamanya.

Badan profesional terkemuka HKI Inggris bagi praktisi PR dan didirikan pada tahun 1984, pada tahun 1987 dan masih berguna sampai saat ini membingkai pengertian PR sebagai berikut: PR adalah usaha terencana dan berkesinambungan

dalam menciptakan dan menjaga niat baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publik.

Menurut J.C Seidel (Silviani, 2020) bahwa, *Public Relations Director, Division of Housing, State of New York* adalah: “Proses yang selalu berjalan dari usaha-usaha manajemen untuk mendapatkan *goodwill* dan pengertian dari para *customer*, karyawan serta publik pada umumnya dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri dengan mengadakan pertanyaan pertanyaan.

Adapun pengertian humas yang resmi dipakai oleh pakar humas dunia yang berdasarkan IPRA (*International of Public Relations Ascociation*) (Silviani, 2020) adalah:

“*Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang menjembatani hubungan antara perusahaan atau organisasi dengan publik dengan tujuan agar tetap terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan publik. Dengan melibatkan manajemen dalam suatu persoalan dan masalah, manajemen dapat menerangkan dan menjelaskan hubungan mengenai opini publik terhadap suatu perusahaan. Selain membantu manajemen melacak dan menggunakan perubahan secara lebih efektif, sistem peringatan dini seperti itu bekerja lebih awal untuk membantu memprediksi tren dan menggunakan penelitian dan teknik komunikasi yang baik, serta memiliki etika sebagai alat utama.

2.2.2 Fungsi PR

Fungsi utama humas atau public relations adalah: Fungsi utama humas adalah menjalin dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi/lembaga dengan publiknya, baik secara internal maupun eksternal, menyampaikan pemahaman publik, serta mendorong motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan suasana opini publik (*public opinion*) yang menguntungkan bagi lembaga atau organisasi.

(Fullchis, 2018) Adapun fungsi utama *Public Relations* sebagai berikut:

1. Menjalin dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi/lembaga dengan publiknya baik internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian publik.
2. Mempromosikan motivasi dan partisipasi masyarakat untuk tujuan menciptakan lingkungan opini publik yang menguntungkan dan menguntungkan bagi organisasi/fasilitas.
3. Mengabdikan kepada kepentingan umum.
4. Menciptakan moral dan tingkah laku yang baik.
5. Komunikasi sebagai alat untuk mencapai tujuan *harmoni public opinion*:

(Fullchis, 2018) *Public Relations* sebagai Fungsi Manajemen:

1. Fungsi Keluar

Public Relations harus mampu menumbuhkan sikap dan citra yang positif dari masyarakat terhadap seluruh tindakan atau kebijaksanaan organisasi/ lembaga.

Oleh sebab itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.

2. Fungsi Kedalam

Humas harus mampu mengenali dan mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap/citra negatif di masyarakat sebelum suatu tindakan/kebijakan diambil.

Dari generasi ke generasi, fungsi humas dapat digambarkan sebagai mengendalikan publik, mengarahkan apa yang dipikirkan atau dilakukan publik untuk memenuhi kebutuhan organisasi/usaha, bereaksi dengan publik, bereaksi terhadap perkembangan dan masalah, mencapai tujuan organisasi. hubungan yang saling menguntungkan antara penonton melalui hubungan yang harmonis.

2.2.3 Tugas PR

Tugas humas atau PR adalah sebagai sumber informasi serta saluran informasi. Oleh karena itu, humas memberikan informasi dalam pelayanan publik, baik instansi maupun pihak luar.

Adapun tugas inti *Public relations* yakni sebagai berikut:

1. Reputasi, aset, dan bahkan kelangsungan suatu perusahaan dapat bergantung pada pencapaian *Public Relations* dalam menguraikan tujuan publik untuk mensuport tujuan serta kebijakan perusahaan bersangkutan.

2. Seorang *Public relations* bertugas untuk mengurus fungsi-fungsi perusahaan seperti menghadapi media, komunitas dan klient.
3. Seorang *Public relations* bertugas untuk menyampaikan informasi kepada orang-orang atau pemegang saham, mengenai strategi, aktivitas-aktivitas dan prestasi-prestasi dari perusahaan.
4. Seorang *Public relations* bertugas untuk merancang press release serta menjangkau orang-orang di media, dan diharapkan dapat menerbitkan dan menyiarkannya. (Fullchis, 2018)

2.3 CRM (Customer Relation Management)

2.3.1 Definifi CRM

Secara umum *Customer Relationship Management* merupakan strategi bisnis yang berfungsi agar menarik, mengidentifikasikan, serta mempertahankan pelanggan menjadi pelanggan yang puas dan loyal.

Sherth, Parvatiyar, dan Shalnesh dalam (Sa'adah, 2021) menjelaskan *customer relationship management* sebagai strategi yang terintegrasi pada proses mendapatkan, mempertahankan, dan menjalin hubungan baik dengan klient untuk membuat insentif umum bagi perusahaan dengan klient.

Menurut Utami (Sa'adah, 2021) menyatakan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan langkah perusahaan untuk menghadapi permasalahan secara langsung atau komunikasi dua arah secara rinci dalam memberi penyelesaian yang baik. *Customer Relationship Management* yaitu teori bisnis dan serangkaian strategi, proyek dan sistem yang diidentifikasi serta

membangun hubungan jangka panjang dari pelanggan yang bernilai untuk bisnis. *Customer Relationship Management* bergantung pada filosofi bahwa perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dengan membangun hubungan baik dengan pelanggan, tujuannya agar terbangun hubungan yang loyal dari pelanggan dengan perusahaan yang sangat berguna untuk perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (Sa'adah, 2021) *Customer Relationship Management* adalah:

“The overall process of building and maintaining profitable customer relationship by delivering superior customer value and satisfaction”

Dari definisi di atas, dapat kita simpulkan bahwa *Customer Relationship Management* yaitu proses atau strategi dalam membangun hubungan baik dan loyal dengan pelanggan yang dapat memberi keuntungan besar bagi perusahaan dengan memberi produk-produk yang baik dan bernilai kepada konsumen dan membuat konsumennya puas.

2.3.2 Manfaat Customer Relationship Management

Menurut Tunggal dan Gautama, manfaat *Customer Relationship Management* adalah sebagai berikut:

1. Mendorong Loyalitas Pelanggan

Aplikasi *Customer Relationship Management* dapat memungkinkan suatu perusahaan agar memanfaatkan informasi dari semua kontak yang ada dengan pelanggan, baik itu melalui web, call center, atau melalui staff pelayanan di lapangan.

2. Mengurangi Biaya

Menjadikan pelayanan kepada pelanggan memiliki skema informasi yang banyak dan terfokus, juga menargetkan pelayanan yang tepat terhadap pelanggan.

3. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Kemudahan dalam pelayanan mampu mengurangi resiko rendahnya kualitas dalam pelayanan.

4. Peningkatan *Time to Market*

Menerapkan Customer Relationship Management akan memudahkan bisnis dalam mengumpulkan data dan informasi mengenai kustomer. (Sa'adah, 2021)

2.3.3 Tujuan Customer Relationship Management

Tujuan dari suatu perusahaan dalam menerapkan *Customer Relationship Management* yaitu agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen/pelanggan. Secara umum boleh dikatakan bahwa setiap strategi *Customer Relationship Management* yaitu memiliki tujuan agar mampu meningkatkan serta menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Sasaran utama dari *Customer Relationship Management* yaitu Mempercepat pertumbuhan bisnis dan profitabilitas jangka panjang lewat pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pelanggan. (Sa'adah, 2021)

2.3.4 Faktor Penentu Customer Relationship Management

Ada empat faktor yang berpengaruh dalam *Customer Relationship Management* menurut Robinette dalam Febriningtyas (Setyaleksana, 2017) ialah keuntungan bersama, komitmen, komunikasi, dan kualitas pelayanan.

Dalam pembahasannya; Kotler dan Keller (Sa'adah, 2021)) menekankan bahwa *Customer Relationship Management* yaitu suatu proses dalam menggali informasi pelanggan secara detail guna agar menjalin relasi dengan pelanggan yang bertujuan agar menjaga kesetiaan dan komitmen pelanggan agar tetap menjadi pengguna produk dari perusahaan yang bersangkutan. Adapun 3 faktor pendorong suksesnya hubungan antara pemasar dengan pelanggan yaitu:

1. *Customer value*: rasio atau perbedaan antara keuntungan yang didapat dengan sumber daya yang dipakai dalam memperoleh manfaat tersebut.
2. *Customer satisfaction*: tanggapan individu mengenai penyajian suatu jasa atau produk menurut asumsinya.
3. *Customer retention*: yaitu tujuan dari penawaran produk yang bernilai secara terus-menerus dan lebih dibandingkan dengan pesaing lainnya, sehingga pelanggan sangat puas dan tetap setia pada produk perusahaan.

Agar pelaksanaan program *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi sukses, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. *Customer Relationship Management* tidak hanya sekedar pengolahan data, akan tetapi juga menjadi bagian dari teknologi.

2. Monitor dan fokus undang-undang privasi dan perlindungan data di negara yang dimana program *Customer Relationship Management* dipakai.
3. Keefektifan program *Customer Relationship Management* dimulai dari data base. Data base yang baik akan memberi keuntungan buat perusahaan, sedangkan data base yang buruk memberi pula dampak buruk bagi perusahaan.
4. Informasi serta penghargaan yang diberikan harusnya yang tepat untuk para konsumen. (Sa'adah, 2021)

Kunci sukses implementasi *Customer Relationship Management* berada pada kualitas suatu informasi tentang pelanggan dan perilakunya, kemampuan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa spesifik, serta keberhasilan perusahaan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Faktor krusial dalam aplikasi konsep *Customer Relationship Management* adalah lima I (Sa'adah, 2021) yaitu sebagai berikut:

1. *Identification*, yakni memahami dan mempelajari setiap karakteristik dari pelanggan.
2. *Individualization*, yaitu mampu menyesuaikan penawaran suatu perusahaan dengan karakter pelanggan individu.
3. *Interaction*, yaitu menciptakan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dengan konsumen
4. *Integration*, yaitu mengoordinasikan hubungan serta pemahaman klien di dalam jajaran perusahaan.

5. *Integrity*, ialah membina kepercayaan dan hubungan baik serta menjaga privasi pelanggan.

2.4 Pelayanan Publik

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang mampu dilihat secara langsung yang terjadi karena adanya interaksi antara karyawan dengan klien atau adanya hal-hal lain dalam bentuk pelayanan dalam menyelesaikan permasalahan atau kebutuhan pelanggan dari perusahaan. (Waringkusuma, 2017)

Menurut Daryanto (Waringkusuma, 2017), pelayanan kebutuhan dasar yang harus diberikan pemerintah diantaranya:

- 1) Kesehatan ialah salah satu kebutuhan pokok masyarakat, sehingga kesehatan merupakan hak bagi seluruh penduduk yang dilindungi oleh UUD. Setiap negara mengakui bahwa kesehatan merupakan suatu kunci dari kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu perbaikan dalam pelayanan kesehatan masyarakat pada dasarnya merupakan kepentingan bagi sumber daya manusia untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- 2) Selain pelayanan kesehatan, pemerintah juga wajib memberi pelayanan kebutuhan dasar yaitu kebutuhan pokok. Dalam hal tersebut, pemerintah harus memperhatikan stabilitas dari harga kebutuhan pokok dan wajib menjaga ketersediaan barang di pusat perbelanjaan maupun di gudang-gudang persediaan barang.

Menurut daryanto (Waringkusuma, 2017) tentang standar pelayanan publik, dapat disimpulkan bahwa standar pelayanan publik adalah sebagai penentu dalam

suatu pelayanan serta kualitas pelayanan sebagai komitmen dari penyelenggara kepada publik ataupun masyarakat dalam terciptanya kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas. Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus mempunyai standar pelayanan yang baik dan publikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Penetapan standar dalam pelayanan publik telah menjadi perbincangan yang begitu penting dalam sistem pelayanan di Negara Indonesia, karena dapat mengatur proses, aspek input dan output dalam pelayanan. Definisi publik merupakan sekelompok orang yang memiliki harapan dan keinginan yang sama baik dari kelompok besar maupun kelompok yang kecil.

Berikut adalah unsur-unsur pelayanan publik yang baik dan benar:

- a. Penyediaan staff yang baik untuk pelayanan;
- b. Penyediaan sarana dan prasarana yang baik dan aman;
- c. Memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pelanggan dari awal hingga akhir;
- d. Dapat melayani dengan cepat, tepat dan baik;
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik;
- f. Berwawasan luas dan kemampuan yang baik;
- g. Mampu memahami kebutuhan setiap pelanggan;
- h. Dapat Memberikan kepercayaan kepada pelanggan (Waringkusuma, 2017)

2.4.1 Pelayanan Pengaduan Pelanggan

2.4.1.1 Pelayanan Prima

Menurut Daryanto dalam (Silvia, 2018) Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan dari suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di lingkup perusahaan ataupun diluar perusahaan.

2.4.1.2 Tujuan dan Fungsi

Menurut Daryanto dalam (Silvia, 2018) tujuan dari pelayanan prima yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan Pelayanan yang baik serta berkualitas terhadap kustomer.
2. Mengembangkan kepercayaan pelanggan sehubungan dengan barang atau jasa yang dipromosikan.
3. Menghindari terjadinya tuntutan yang tidak penting dikemudian hari terhadap produsen
4. Membuat kepercayaan dan pemenuhan untuk pelanggan
5. Untuk mempertahankan pelanggan

Menurut Daryanto dalam (Silvia, 2018) Fungsi pelayanan prima yaitu sebagai berikut:

1. Memberi pelayanan yang ramah, tepat serta cepat
2. Membuat situasi agar pelanggan merasa diperhatikan
3. Menjadikan pelanggan sebagai rekan kerja

4. Memberikan keuntungan bagi perusahaan
5. Memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sehingga mereka dapat berpartisipasi lagi dengan perusahaan.

2.4.1.3 Indikator Pelayanan Prima

Silvia (2018) mengembangkan budaya pelayanan prima kedalam A6 yakni sebagai berikut:

1. Kemampuan (ability)

Kemampuan yaitu pengetahuan serta keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan dalam mendukung program layanan prima yang berupa kapasitas dalam bidang kerja.

2. Sikap (attitude)

Sikap yaitu perilaku yang harus di utamakan dalam menghadapi pelanggan yang harus dikondisikan dengan keinginan pelanggan

3. Penampilan (appearance)

Penampilan yaitu kemampuan individu, baik yang bersifat fisik ataupun non fisik yang mampu mencerminkan kepercayaan diri serta kredibilitas

4. Perhatian (attention)

Perhatian yaitu bentuk kepedulian kepada pelanggan, baik sebagai perhatian terhadap kebutuhan serta keinginan pelanggan.

5. Tindakan (action)

Tindakan yaitu jenis aktivitas dalam tindakan nyata yang harus dilakukan dalam pelayanan pelanggan.

6. Tanggung Jawab (accountability)

Tanggung Jawab yaitu sikap yang memihak kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian untuk menghindari dan mengurangi kerugian serta ketidakpuasan pelanggan.

2.4.2 Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Secara umum, *customer service* ialah setiap aktivitas atau kegiatan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan melalui pelayanan yang telah memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Khotamin & Dahlan (Natasya, 2021), mengatakan bahwa pelayanan merupakan usaha atau kegiatan untuk melayani kebutuhan pelanggan. Pada dasarnya, pelayanan ini merupakan aktivitas yang di berikan untuk pelanggan, yang tidak terwujud.

2. Fungsi Customer Service

Customer service mempunyai beberapa fungsi diantaranya sebagai berikut:

1. Sebagai resepsionis, disini seorang customer service berfungsi untuk menerima pelanggan yang datang. Dengan maksud untuk mengarahkan atau memberi informasi kepada pelanggan untuk langkah selanjutnya, dengan sikap ramah dan sopan.
2. Sebagai deskman, disini customer service bertujuan untuk melayani pelanggan, secara telah mengerti prosedur pelayanan di perusahaan atau acara.

3. Sebagai salesman, disini seorang customer service berfungsi untuk menjual produk yang dijual dengan cara menawarkan kepada pelanggan. Dengan harus lebih mengerti cara membujuk pelanggan agar produknya bisa dibeli.
4. Sebagai customer relation officer, disini customer service berfungsi untuk menjaga serta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, agar pelanggan bisa bertahan sebagai pengguna produk.
5. Sebagai komunikator, orang yang berfungsi sebagai pemberi informasi atau berkomunikasi dengan pelanggan untuk memberikan segala informasi-informasi. (Natasya, 2021)

Menurut Kasmir (Waringkusuma, 2017), peran pelayanan *Customer Service* dalam melayani pelanggan yaitu:

- 1) Untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan tetap atau permanen di perusahaan tersebut dengan menjalin hubungan keakraban dengan pelanggan.
- 2) Berusaha agar mendapatkan lebih banyak pelanggan tetap, dengan berbagai macam cara.

2.5 Tinjauan Tentang Pelanggan

Dalam (Indrasari, 2019) mengatakan bahwa pelanggan merupakan orang yang membeli produk yang dibuat oleh perusahaan kemudian orang tersebut menyukai produk tersebut sehingga melakukan pembelian secara berulang kali dari perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Greenberg, pelanggan adalah individu

atau sekelompok orang yang membeli produk berupa barang atau jasa dengan memperhatikan harga, manfaat, kualitas dan kuantitas barang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Menurut Daryanto (Indrasari, 2019) definisi dari pelanggan merupakan aktivitas masyarakat dalam menggunakan produk maupun jasa dari suatu perusahaan atau merupakan masyarakat yang memakai produk dari perusahaan. Sedangkan pihak-pihak yang melakukan transaksi dengan suatu perusahaan sebelum tahap penghasilan produk disebut sebagai pemasok. Berdasarkan dari segi perbaikan kualitas pelayanan tertentu. Dengan ini, pelanggan tidak bergantung dari suatu produk akan tetapi produk yang bergantung pada pelanggan tersebut.

Secara keseluruhan, pelanggan dapat terbagi menjadi 3 jenis, yakni sebagai berikut: (Waringkusuma, 2017)

1. Pelanggan Internal

Pelanggan Internal (*Internview customer*) yaitu pengguna produk yang ada pada lingkup perusahaan yang berperan penting dalam kemajuan perusahaan tersebut.

2. Pelanggan Perantara

Pelanggan perantara (*intermediate customer*) yaitu pelanggan perusahaan yang menjadi perantara antara perusahaan dengan publiknya dengan cara mempromosikan produk yang digunakan.

3. Pelanggan Eksternal

Pelanggan eksternal ialah setiap orang yang menjadi pengguna barang dan jasa dari perusahaan yang telah menjadi pelanggan akhir.

2.5.1 Kepuasan Pelanggan

Definisi tentang Kepuasan menurut Mowen dalam (Waringkusuma, 2017) yaitu Kepuasan adalah suatu kondisi psikologis dari para konsumen ataupun pelanggan saat harapan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan dikelilingi dengan perasaan emosi mengenai pengalaman dalam pengkonsumsian. Kepuasan konsumen yaitu evaluasi mengenai sikap pelanggan mengenai barang/jasa yang telah di gunakan telah sesuai harapan kemudian merasa puas. Sedangkan ketidakpuasan konsumen merupakan ekspektasi yang tidak sesuai dengan harapan sehingga menimbulkan ketidakpuasan.

Tujuan dari kepuasan pelanggan ialah untuk membuat para pelanggan tidak gampang berpindah kepesaing, cara yang baik dilakukan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Waringkusuma, 2017) salah satunya yaitu dengan menerapkan customer relationship marketing. Dengan adanya ini bisa dikatakan bahwa terjalinnya proses jual beli yang berkelanjutan. Perusahaan yang menjalin hubungan baik atau kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus nantinya akan menimbulkan loyalitas pelanggan sehingga adanya kembali pengulangan bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dari loyalitas pelanggan. Perusahaan wajib memiliki data pelanggan agar dapat diimplementasikan, yakni daftar nama pelanggan yang sangat berpengaruh penting agar terus menjalin hubungan yang baik dalam waktu panjang.

Perusahaan diharapkan agar dapat memberikan dan meningkatkan kepuasan yang lebih baik terhadap pelanggan, guna untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Karena dengan menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi banyak memberi manfaat bagi kesuksesan suatu perusahaan, selain dari pada mampu membangun loyalitas dari pelanggan juga mampu menjadikan pelanggan sebagai pelanggan tetap dan tidak terjadinya perputaran pelanggan.

2.5.2 Loyalitas Pelanggan

Menurut Dick dan Basu (1994) salah satu tujuan utama dalam pemasaran yaitu seringkali dapat dilihat dari tingkat loyalitas pelanggan menggunakan sistim strategi pemasaran. Sedangkan Oliver (1997) mendefinisikan bahwa loyalitas pelanggan ialah suatu komitmen kuat yang di pegang oleh pelanggan untuk pengulangan pembelian atau dengan istilah berlangganan terhadap produk atau jasa berikutnya.

Indikator loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (Setyaleksana, 2017) yaitu:

- 1) *Repeat Purchase*, pada indikator ini menunjukkan bahwa adanya kesetiaan pelanggan dengan melakukan pembelian berulang atau pembelian secara berkala. Pembelian secara berulang kali menunjukkan minat ketertarikan pelanggan terhadap produk perusahaan.
- 2) *Retention*, pada indikator ini menunjukkan loyalitas pelanggan terhadap pengaruh negatif dari luar terhadap perusahaan dengan adanya ketahanan pelanggan. Pelanggan dengan loyalitas seperti ini tidak akan

terpengaruh dengan produk-produk pesaing meskipun harga lebih murah.

- 3) *Referralss*, Pelanggan seperti ini dapat melakukan penawaran atau memberi rekomendasi kepada orang-orang yang ada di sekitarnya untuk ikut menjadi pemakai produk atau jasa dari perusahaan.



BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Logo PDAM Kota Makassar



Gambar 4. Logo PDAM Kota Makassar

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Arti Logo:

1. 5 Lengkungan sebagai 5 simbol Misi Perusahaan
2. Tetesan Air sebagai simbol dari Visi Perusahaan

3. Bentuk Oval sebagai Fungsi dan Tugas PDAM Kota Makassar yang dinamis serta senantiasa bekerja profesional dalam pengelolaan air bersih untuk masyarakat Kota Makassar

3.2 Sejarah PDAM Kota Makassar

Seiring berjalannya waktu Perusahaan Daerah Air Minum wilayah Kota Makassar, selalu mengalami sebuah perubahan dan berkembang secara bertahap, bermula sejak tahun 1924 dengan dibangunnya Instalasi Pengolahan Air (IPA) I Ratulangi dibangun oleh pemerintah Hindia Belanda dengan nama Waterleidjding Bedrijf yang memiliki kapasitas produksi terpasang terbesar 50 l/d, kemudian pada masa pendudukan Jepang tahun 1937 diperluas menjadi 100 l/d. Air mentah diambil dari Perairan Jeneberang yang berada 7 km pada sebelah selatan kota, dipompa lewat saluran tertutup ke Instalasi Ratulangi.

3.2.1 Instalasi Pengolahan Air I Ratulangi



Gambar 5. IPA I Ratulangi

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Jl. DR. Ratulangi No. 3

Dibangun pada tahun 1924 oleh Belanda

Kapasitas produksi terpasang 50 l/d

Intake Sungguminasa Kab. Gowa

Sumber Air Baku: Sungai Jeneberang.

Pada tahun 1976 PDAM mengalami perubahan status, dari “Dinas Air Minum” menjadi “Perusahaan Air Minum Kodya Ujung Pandang” sesuai dengan Perda No. 21/P/II/1976, dengan kapasitas produksi terpasang PDAM mengalami penurunan 50 l/d, karena cukup umur.

3.2.2 Instalasi Pengolahan Air (IPA) II PANAIKANG



Gambar 6. IPA II Panaikang

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Jl. Urip Somohardjo No. (442335)

Kapasitas produksi terpasang 1000 l/d

Intake: Jl. Abdullah Dg. Sirua

Sumber Air Baku: Sungai Lekopanccing Kab. Maros

Melayani Zone di daerah Makassar:

1,2,11,12,17,24,25,26,27,29,30,31,32,33,36,37,39,40,41,42

Ground Reservoir: 10.000

Dalam pemenuhan kebutuhan air penduduk Kota Makassar yang semakin bertambah, dari itu pada tahun 1977 dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) II Panaikang dengan tingkat kapasitas tahap awal 500 l/d. Sumber Air baku yang dimana diambil langsung dari Bendung Lekopancing Sungai Maros sejauh 29,6 Km dari Kota Makassar, selanjutnya pada tahun 1989 kapasitas IPA Panaikang telah diperluas menjadi 1000 l/d di ambil dari perairan jeneberang. Sekarang sudah terpasang 1300 L/D dan yang terpakai 1250 L/D.

3.2.3 Instalasi Pengolahan Air III Antang Jl. Antang Raya



Gambar 7. IPA III Antang

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Jl. Antang Raya

Kapasitas produksi terpasang 90 l/d

Intake Sal. Air baku IPA II

Melayani Zone 34

Ground Reservoir : 106,5 m³

Pada tahun 1985 lewat paket pembangunan Perum Perumnas dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) III Antang dengan kapasitas pertama 20 l/d, selanjutnya pada tahun 1992 dibangun IPA Antang 2 dengan itu total kapasitas IPA Antang menjadi 40 l/d, dari 2 (dua) Instalasi Pengolahan Air.

Dalam pemenuhan kebutuhan air bersih terkhusus pada wilayah pelayanan IPA Antang dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat, maka di tahun 2003 PDAM Kota Makassar memperluas kapasitas pembuatan IPA Antang dari 40 liter/d menjadi 90 liter/d. Sekarang sudah terpasang 95 L/D dan terpakai 90 L/D.

3.2.4 Instalasi Pengolahan Air (IPA) IV Maccini Sombala



Gambar 8. IPA IV Maccini Sombala

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Kapasitas Produksi Terpasang 200 l/d

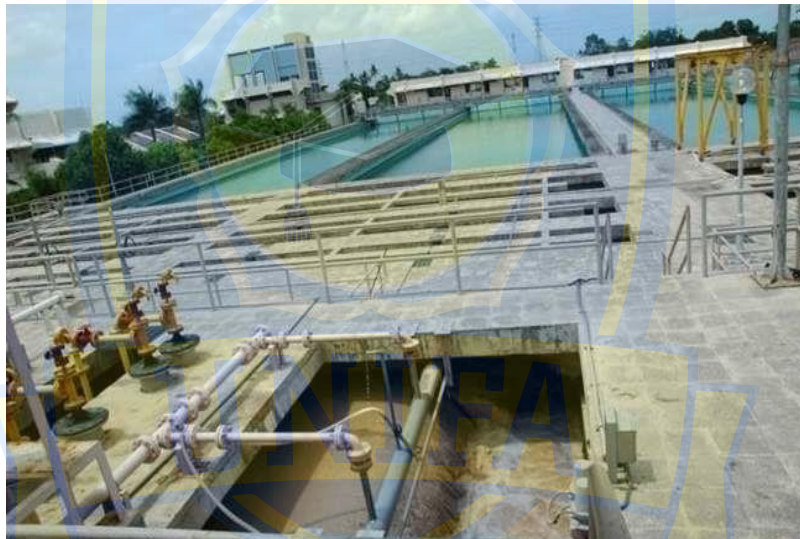
Intake: Melengkeri

Sumber Air Baku: Sungai Jeneberang

Ground Reservoir: 400 m³

Pada tahun 1993 melalui serangkaian bantuan pemerintah pusat, Instalasi Pengolahan Air (IPA) IV Maccini Sombala dibangun dengan tingkat kapasitas terpasang 200 L/D, sudah terpasang 300 L/D dan sudah terpakai 280 L/D. Sumber air baku Perairan Jeneberang.

3.2.5 Instalasi Pengolahan Air V Somba Opu



Gambar 9. IPA V Somba Opu

Sumber: pdamkotamakassar.co.id

Jl. Poros Malino (Batang Kaluku) Kab. Gowa

Kapasitas produksi terpasang 1000 l/d

Intake Dam Bili-Bili

Sumber Air Baku : Dam Bili-Bili

Melayani Zone: 3,4,5,6,7,8,9,13,14,15,16,18,19,20,21,22,23,28,35,43,

Ground Reservoir : 12.000 m³

Pada tahun 1996 pembangunan instalasi baru yaitu Instalasi Penjernihan Air (IPA) V Somba Opu yang berlokasi pada Kelurahan Tompobalang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa, akan tetapi belum dapat difungsikan. Pada tahun 2000 pengoperasian Instalasi Penjernihan Air (IPA) V Somba Opu di Kelurahan Gowa dengan kapasitas produksi 1000 L/D yang air bakunya dari bendungan bili-bili sejauh ± 16 km. IPA V Somba Opu melayani ± 50.000 pelanggan tersebar di wilayah Kota Makassar.

3.3 Visi Dan Misi PDAM Kota Makassar

PDAM Kota Makassar memiliki visi dan misi sebagai berikut:

3.3.1 Visi

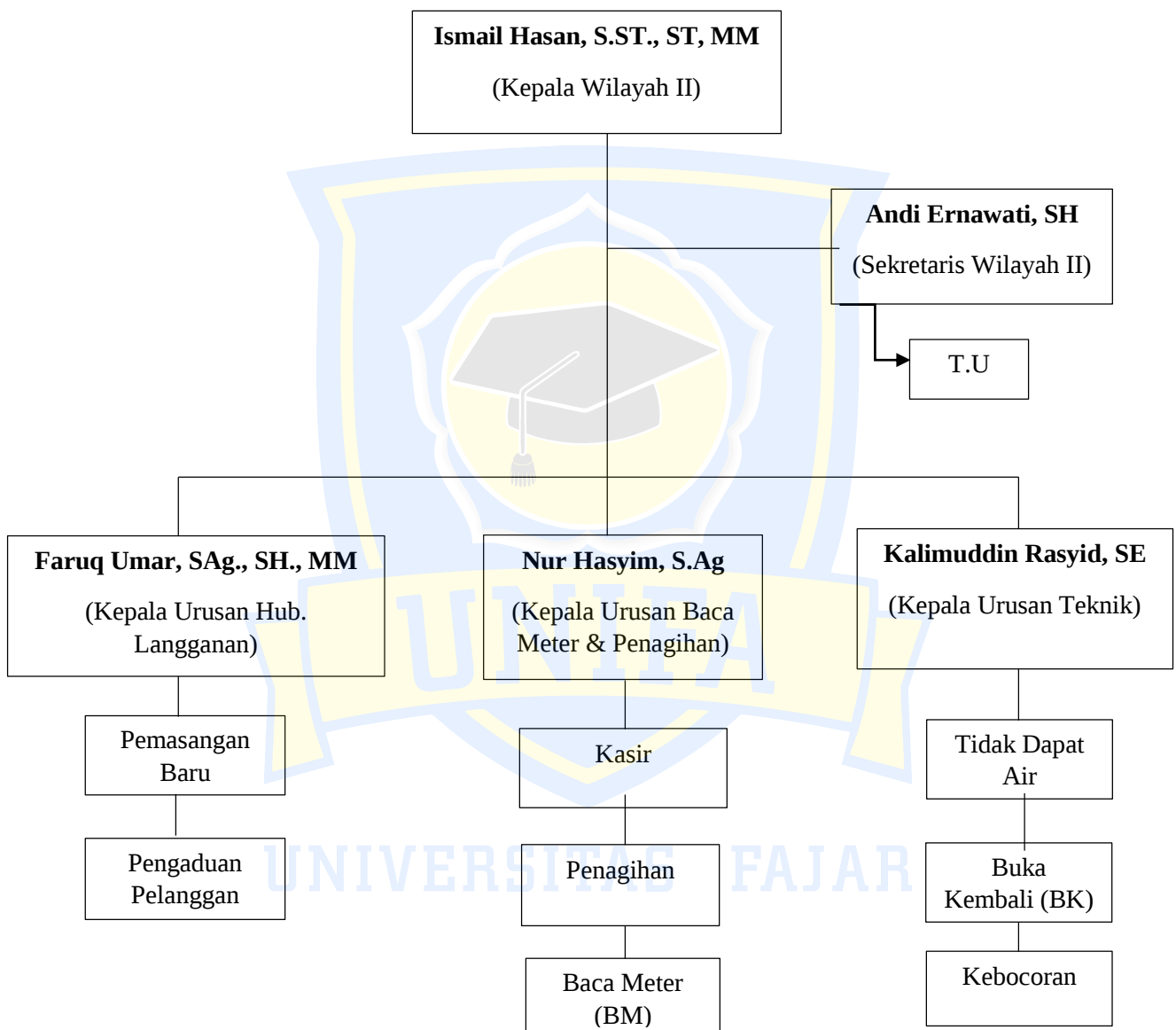
Menjadi Perusahaan Daerah Air Minum yang SEHAT, UNTUNG & TERKEMUKA di Indonesia yang TERBAIK, MANDIRI & PROFESIONAL dan berwawasan global.

3.3.2 Misi

1. Memberi pelayanan air minum yang sesuai standar kesehatan dengan tersedianya air baku yang optimal.
2. Menyediakan air minum yang memiliki kualitas, Kuantitas serta Kontinuitas.
3. Memenuhi segala cakupan layanan air minum secara maksimal kepada masyarakat.
4. Menjadikan perusahaan yang profesional dengan sumber daya yang kompetensi dan berdaya saing global.
5. Memenuhi kinerja keuangan yang mandiri dan produktifitas yang efisien dan efektif juga berdaya saing global.

3.4 Struktur Organisasi PDAM Wilayah II Kota Makassar

PDAM Wilayah II Kota Makassar mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 10. Tabel Struktur Organisasi PDAM Wilayah II

Sumber: Sekretariat PDAM Wilayah II

3.5 Uraian Tugas dan Fungsi Susunan Organisasi PDAM Wilayah II Kota

Makassar

Adapun uraian tugas dan fungsi susunan organisasi PDAM Wilayah II sebagai berikut:

1. Kepala Wilayah

1. Wilayah Pelayanan, bertugas untuk mengerjakan dan handle pekerjaan pada bidang kesekretariatan, pelayanan dan pengaduan langganan, distribusi serta kehilangan air juga penagihan dan baca meter.
2. Wilayah pelayanan, memiliki fungsi sebagai berikut.
 - a) Menyusun rencana kerja sesuai dengan tugas pokok serta sesuai dengan fungsinya.
 - b) Melakukan koordinasi serta pengawasan terhadap pengerjaan tugas-tugas kesekretariatan dan pelayanan.
 - c) Menyusun rencana dalam pelaksanaan kegiatan serta koordinasi, pengendalian aktivitas Sekretariat, Serta urusan Pelayanan Langganan, Distribusi dan Kehilangan Air, Baca Meter dan Penagihan.
 - d) Mempersiapkan rencana serta pembagian tugas secara individu ataupun berkelompok dalam penanganan pelayanan teknis sesuai wilayah kerja yang telah ditentukan.

- e) Mempersiapkan bahan dalam perumusan kebijaksanaan teknis penyediaan sarana serta prasarana air bersih di lingkungan perumahan ataupun permukiman.
- f) Mempersiapkan bahan bimbingan serta pengendalian teknis dalam peningkatan kualitas pelayanan air bersih melalui pelatihan teknis.
- g) Melaksanakan pelayanan terhadap pemasangan baru, pekerjaan perbaikan pipa, tutup serta buka aliran pelanggan dalam wilayah yang ditugaskan.
- h) Pelaksanaan pengawasan, pengendalian ataupun pengecekan terhadap jaringan air bersih di lingkungan perumahan ataupun permukiman.
- i) Mengawasi penyeteroran pendapatan air dan non air juga pengarsipannya.
- j) Mengawasi pengerjaan pembacaan meter & penagihan.
- k) Menyusun laporan dari hasil pengerjaan tugas.

2. Sekretariat Wilayah

Sekretariat mempunyai tugas:

- a) Menyiapkan data/dokumen untuk pengembangan kebijakan teknis dan program penganggaran, termasuk layanan kesekretariatan, layanan berlangganan, distribusi dan drainase air, pembacaan meter dan penagihan, atau bisnis manajemen.
- b) Penerimaan serta penyampaian surat masuk ataupun surat keluar.

- c) Unit penyimpanan dokumen / unit kerja.
- d) Menerima serta mendistribusikan laporan pengaduan.
- e) Mengerjakan pelaporan administrasi kepegawaian serta perlengkapan alat Unit/Satuan Kerja.
- f) Memperhatikan ketersediaan kebutuhan alat tulis di kantor, bahan cetakan, perlengkapan komputer serta kebutuhan lainnya.
- g) Memelihara serta menjaga ketentraman, kenyamanan & kebersihan lingkungan kantor.
- h) Penyusunan laporan dari hasil pengerjaan tugas.

3. Urusan Hubungan Langganan

- a) Membuat aktivitas rencana kerja sesuai tugas pokok serta fungsinya.
- b) Mencatat semua permohonan sambungan baru serta membuat administrasi langganan.
- c) Menulis seluruh permohonan sambung langganan serta menyelenggarakan segala administrasi di lapangan.
- d) Memproses, menulis serta melaporkan perubahan data dari pelanggan seperti wilayahnya, status, nama, alamat, perpindahan aliran, tutup & buka langganan dan atau perubahan lainnya.
- e) Mengelola informasi pelanggan, secara langsung atau tidak langsung, tentang pelanggaran terkait pemutusan atau pembukaan kembali koneksi pipa pelanggan.
- f) Memproses surat sanksi dari pelanggaran yang diperbuat pelanggan baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

- g) Melayani serta mencatat pelayanan pada terminal air, hidran umum serta pelayanan lainnya.
- h) Atur tugas keluhan pelanggan serta implementasi tindakan peningkatan teknis terkait dengan keluhan pelanggan terkait dengan kebijakan / layanan PDAM.
- i) Menyusun laporan dari hasil pengerjaan tugas.

4. Urusan Baca Meter & Penagihan

Urusan Baca Meter & Penagihan Mempunyai Tugas:

- a) Membuat aktivitas rencana kerja sesuai tugas pokok serta fungsinya.
- b) Melaksanakan pembagian tugas secara perorangan ataupun berkelompok dalam penanganan pelayanan teknis yang sesuai wilayah kerja yang telah ditentukan.
- c) Membuat jadwal, rute dan teknik pencatatan baca meter sesuai zona dserta kode jalan dan juga cara penagihan serta pembayaran rekening pemakaian air.
- d) Melaksanakan aktivitas penagihan rekening yang lancar serta tunggakan penggunaan air pelanggan.
- e) Menjalankan aktivitas dalam meningkatkan efektivitas urusan baca meter serta penagihan penggunaan air terkait dengan peningkatan pendapatan.
- f) Membuat laporan harian, bulanan, triwulan, dan tahunan tentang kinerja penjualan akun air dan non-air.
- g) Menyusun laporan dari hasil pengerjaan tugas.

5. Urusan Teknik

- a) Membuat rencana kerja sesuai dengan tugas pokok serta fungsinya.
- b) Melakukan pembagian tugas perorangan ataupun berkelompok dalam penanganan pelayanan sesuai wilayah kerja yang ditentukan.
- c) Melakukan kegiatan pemantauan, serta penanggulangan terkait pekerjaan bagian teknik pelayanan PDAM.
- d) Mengontrol, mengawasi & melakukan perawatan terjadwal pada pipa jaringan air bersih di lingkungan perumahan & pemukiman sesuai wilayah kerja yang ditentukan.
- e) Mengerjakan penanggulangan mengenai pengaduan masyarakat dan pelanggan yang tidak mendapatkan air.
- f) Melakukan pengawasan serta penindakan terhadap penggunaan dan pemanfaatan air yang ilegal sesuai wilayah kerja yang telah ditentukan.
- g) Mengadministrasikan serta memelihara barang/alat perlengkapan kerja dan bagian pergudangan Unit/Satuan Kerja.
- h) Menyusun laporan dari hasil pengerjaan tugas.

BAB IV

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan MBKM

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan magang adalah sebagai berikut.

4.1.1 Lokasi Pelaksanaan MBKM

Dalam pelaksanaan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Penulis melaksanakan magang di Kantor PDAM Wilayah II Kota Makassar, di Jl. Tamalanrea Raya No.26, BTP, Kec.Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90245

4.1.2 Waktu Pelaksanaan MBKM

Penulis melaksanakan magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dalam waktu 4 bulan terhitung awal masuk sejak 18 Oktober 2021 hingga selesainya 11 Februari 2022.

4.1.3 Jadwal Waktu MBKM

Penulis menjalankan aktivitas dimulai dari hari Senin - Jumat sesuai jadwal waktu kerja Pegawai di PDAM. Adapun ketentuan jam kerja magang yang sesuai aturan yang telah ditentukan dari perusahaan dimana setiap mahasiswa yang melakukan praktik di PDAM dari universitas manapun melakukan jam kerja sebagai berikut:

Hari/Waktu: Senin- Jumat / 08.00-12.00

4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan

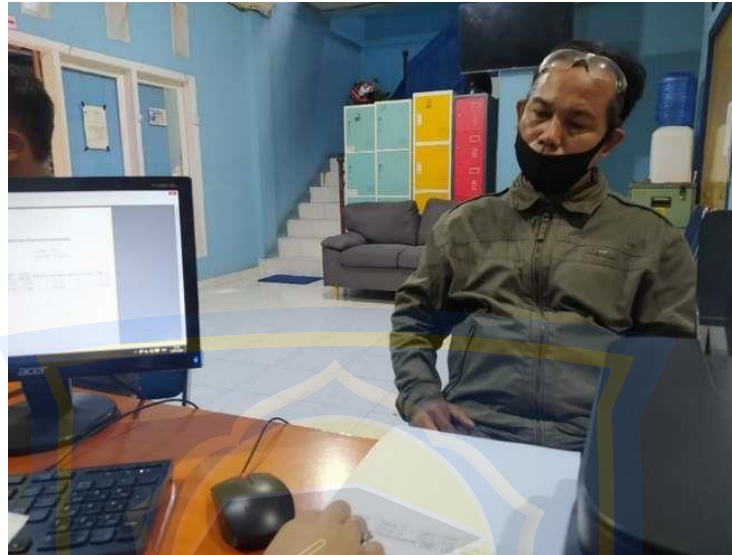
4.2.1 Tugas Utama

Selama menjalankan program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) selama 4 bulan di Kantor PDAM Wilayah II, penulis diberikan tugas utama yaitu Pelayanan Pengaduan Pelanggan yang dimana pelayanan ini penulis kerjakan berupa pelayanan langsung, pelayanan langsung ini merupakan pelayanan yang dilakukan penulis dengan menangani pelanggan secara langsung dan berinteraksi langsung dengan menanyakan apa-apa yang ingin dibantu dan apa yang ingin di adukan oleh pelanggan.

Pelayanan Pengaduan Pelanggan merupakan aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh pekerja bagian Hubungan Langganan divisi Pengaduan Pelanggan di PDAM, pada divisi ini pekerja hanya berurusan dengan pelanggan saja dan harus menguasai 2 aplikasi yang sering digunakan dalam pelayanan yakni aplikasi “Info dan BSHPD”. Setiap keluhan dari pelanggan cara penanganannya hampir sama semua baik itu masalah kebocoran, TDA, Tera Meter, Air Bau yaitu dengan cara mendengar keluh kesah pelanggan dan memberi solusi kemudian membuat surat permohonan untuk tindak lanjutan.

Berikut merupakan pelayanan yang dilakukan penulis selama menjalankan program magang MBKM:

Pelayanan Pengaduan Pelanggan



Gambar 11. Pelayanan Pengaduan Pelanggan

Pada tugas utama ini penulis diberi kesempatan dan kepercayaan untuk menangani pelanggan yang datang ke kantor untuk melakukan pengaduan tentang masalah air atau masalah yang terjadi pada angka meteran air pelanggan, penulis mengambil dan melakukan pekerjaan utama ini apabila pegawai yang menangani pengaduan ini sedang tidak di tempat atau memberi izin kepada penulis untuk belajar menangani pelanggan-pelanggan tersebut.

Dalam hal pekerjaan pelayanan pengaduan pelanggan, pada awal proses mempraktekkan kegiatan ini penulis tentunya didampingi oleh pegawai di kantor untuk melakukan prosedur pelayanan yang baik dan benar dan juga menghindari kesalahan-kesalahan yang memicu pelayanan yang mengambil waktu pelanggan yang lama dan kesalahan lainnya.

Adapun berbagai macam pengaduan dari pelanggan yang dilayani oleh penulis dan cara menanganinya, berikut beberapa contohnya:

1. Kebocoran

Ada beberapa jenis-jenis kebocoran pada pipa saluran air pelanggan yakni sebagai berikut:

- a) Bocor Pipa SR (Pipa masuk kedalam rumah pelanggan dari pipa jaringan)
- b) Bocor Pipa Jaringan: Pipa jaringan ini merupakan pipa yang mengaliri air dari pipa induk ke rumah-rumah pelanggan.
- c) Bocor Pipa Induk: Pipa induk ini merupakan pipa inti atau pipa-pipa besar (yang ada di jalan poros).

Cara menangani keluhan pelanggan jenis kebocoran yaitu pada tahap awal apabila pelanggan datang melakukan pengaduan pertama-tama kita bertanya mengenai masalahnya apa yang terjadi, kemudian memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menjelaskan secara detail apa yang menjadi pengaduan/keluhan dari pelanggan, jika pelanggan mengeluh mengenai airnya yang bau atau keruh, itu tandanya bahwa pipa-pipa saluran air pelanggan sedang mengalami kebocoran.

Apabila pelanggan selesai menjelaskan kita memberi solusi dan menjelaskan bahwa apabila air bapak/ibu mengalami air bau dan air keruh kemungkinan pipa air bapak/ibu mengalami kebocoran yang mengakibatkan airnya tercampur dengan tanah atau kotoran lainnya

sehingga air menjadi keruh dan berbau, setelah itu kita menginput pengaduan tersebut untuk pekerjaan perbaikan.

Dalam penginputan keluhan pelanggan masalah kebocoran, pertama-tama kita membuka aplikasi khusus pelayanan PDAM yaitu di aplikasi BSHPD, pada aplikasi BSHPD ada pilihan pelayanan kita klik bagian tersebut kemudian pilih pengaduan kemudian klik bagian pengaduan lainnya, pada bagian ini sudah ada tersedia banyak pilihan jenis pengaduan, karena yang kita layani masalah kebocoran maka kita klik kebocoran, kemudian entry kita masukkan No. SL/ No. Pelanggan untuk pengecekan alamat dan meminta nomor telepon dari pelanggan untuk di input dan memilih pekerja bagian teknik, setelah itu pada bagian tersebut tersedia kolom pengisian pengaduan pada kolom tersebut kita mengisi pengaduan dari pelanggan misalkan pengaduan masalah kebocoran tadi jadi kita ketik “BOCOR” dan apabila semuanya sudah jelas penulis langsung membuatkan SPK (Surat Perintah Kerja) Berita Acara Pengaduan kemudian di print untuk tindak lanjutan perbaikan ke lapangan.

Berikut merupakan contoh SPK kebocoran untuk pekerjaan lapangan:

**PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR**
Di Ranting No. 3

SURAT PERINTAH KERJA (SPK)
No : 0166/SPK PENGADUAN/02/III/2022

Kepada :
1. PETUGAS WILAYAH II

Supaya segera melaksanakan pekerjaan **BOCOR** Terhadap Langgan

Tersebut dibawah ini :

PELANGGAN	: AIR
NOMOR	: 201204327
NAMA	: DANIEL PARINDING, SE
ALAMAT	: TAMALANREA RAYA BLOK D NO.8 (SAMP TOKO SURABAYA
WILAYAH	: 02
KELURAHAN	: Tamalanrea
CABANG	: 1
KELURAHAN	: Tamalanrea
RAYON	: 023809-TAMALANREA RAYA
ZONA	: 38-Zone 38
NO.HP	: 081245444542
KETERANGAN	: air berbau

Demikian agar dimaklumi dan selanjutnya ditaporkan kembali / berita acara kepada yang memberi perintah.

Makassar, 28 Maret 2022
Perumda Air Minum
Kota Makassar

Ismail Hasan, S.ST, ST.MM
Kepala Wilayah 02

Gambar 12. SPK Kebocoran

2. Air Bau/ Kotor

Penyebab dari Bau atau Kotornya air pelanggan karena adanya indikasi kebocoran dari pipa jaringan masuk kedalam rumah pelanggan yang mengeluh tentang air bau atau kotor. Pada jenis keluhan pelanggan ini cara penanganannya sama saja pada bagian kebocoran. Karena penyebab air bau/kotor karena adanya kebocoran begitupun sebaliknya.

Caranya yaitu menyambut pelanggan dan mempersilahkan untuk menjelaskan segala permasalahan atau keluhan kesahnya. Apabila pelanggan selesai menjelaskan kita memberi solusi dan menjelaskan bahwa apabila air bapak/ibu mengalami air bau dan keruh/kotor kemungkinan pipa air

bapak/ibu mengalami kebocoran yang mengakibatkan airnya tercampur dengan tanah atau kotoran lainnya sehingga air menjadi keruh dan berbau, setelah itu kita menginput pengaduan tersebut untuk pekerjaan perbaikan.

Dalam penginputan keluhan pelanggan masalah Air Bau dan Kotor, pertama-tama kita membuka aplikasi khusus pelayanan PDAM yaitu di aplikasi BSHPD, pada aplikasi BSHPD ada pilihan pelayanan kita klik bagian tersebut kemudian pilih pengaduan kemudian klik bagian pengaduan lainnya, pada bagian ini sudah ada tersedia banyak pilihan jenis pengaduan, karena yang kita layani masalah Air berbau maka kita klik Air bau atau kotor, kemudian entry kita masukkan No. SL/ No. Pelanggan untuk pengecekan alamat dan meminta nomor telepon dari pelanggan untuk di input dan memilih pekerja bagian teknik yang akan ke lapangan, setelah itu pada bagian tersebut tersedia kolom pengisian pengaduan pada kolom tersebut kita mengisi pengaduan dari pelanggan misalkan pengaduan masalah kebocoran tadi jadi kita ketik “AIR BAU/KOTOR” dan apabila semuanya sudah jelas penulis langsung membuat SPK (Surat Perintah Kerja) Berita Acara Pengaduan kemudian di print untuk tindak lanjut perbaikan ke lapangan.

3. TDA

Pelanggan melakukan pengaduan TDA (Tidak Dapat Air) ini biasanya karena air pelanggan yang tidak lancar atau bahkan sama sekali tidak mendapatkan air.

Cara menangani keluhan pelanggan jenis TDA yaitu pada tahap awal apabila pelanggan datang melakukan pengaduan pertama-tama kita bertanya mengenai masalahnya apa yang terjadi, kemudian memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menjelaskan secara detail apa yang menjadi pengaduan/keluhan dari pelanggan.

Apabila pelanggan selesai menjelaskan bahwa airnya yang sudah 3 hari bahkan seminggu tidak lancar, kita kembali menanyakan bagaimana kondisi air dari tetangga-tetangga bapak/ibu apakah juga sama seperti yang dialami pada air bapak/ibu? Apabila ternyata pada kompleks mereka kondisi airnya sama kita kemudian memberi solusi dan menjelaskan bahwa apabila terjadi hal seperti itu kemungkinan kondisi tanah di area tersebut mengalami kekeringan atau airnya memang tidak banyak, atau jika hanya rumah bapak/ibu yang mengalami hal tersebut itu juga bisa jadi karena adanya kebocoran pada pipa bapak/ibu.

Dalam penginputan keluhan pelanggan masalah kebocoran, pertama-tama kita membuka aplikasi khusus pelayanan PDAM yaitu di aplikasi BSHPD, pada aplikasi BSHPD ada pilihan pelayanan kita klik bagian tersebut kemudian pilih pengaduan kemudian klik bagian pengaduan lainnya, pada bagian ini sudah ada tersedia banyak pilihan jenis pengaduan, karena yang kita layani masalah TDA maka kita klik TDA, kemudian entry kita masukkan No. SL/ No. Pelanggan untuk pengecekan alamat dan meminta nomor telepon dari pelanggan untuk di input dan memilih pekerja bagian teknik, setelah itu pada bagian tersebut tersedia kolom pengisian

pengaduan pada kolom tersebut kita mengisi pengaduan dari pelanggan yaitu kita ketik “TIDAK DAPAT AIR” dan apabila semuanya sudah jelas penulis langsung membuat SPK (Surat Perintah Kerja) Berita Acara Pengaduan kemudian di print untuk tindak lanjutan perbaikan ke lapangan.

Berikut merupakan contoh SPK Tidak Dapat Air untuk pekerjaan lapangan:

PDAM
PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR
Dr. Ratulangi No. 3

SURAT PERINTAH KERJA (SPK)
No : 0167/SPK PENGADUAN/02/III/2022

Kepada :
1. PETUGAS WILAYAH II

Supaya segera melaksanakan pekerjaan **TIDAK DAPAT AIR** Terhadap Langanan
Tersebut dibawah ini :

PELANGGAN : AIR
NOMOR : 202002539
NAMA : APRIANA NUR
ALAMAT : IR.SUTAMI 38 PERUM AKASIA BLOK D1 NO.30
WILAYAH : 02
KELURAHAN : Bira
CABANG : 1
KELURAHAN : Bira
RAYON : 023001-IR.SUTAMI
ZONA : 30-Zone 30
NO.HP : 085242685454

KETERANGAN
tda

Demikian agar dimaklumi dan selanjutnya dilaporkan kembali / berita acara kepada
yang memberi perintah.

Makassar, 28 Maret 2022
Perumda Air Minum
Kota Makassar

Ismail Hasan, S.ST.ST.MM
Kepala Wilayah 02

Gambar 13. SPK Tidak Dapat Air

4. Permintaan Permohonan Tutup Sementara

Pelanggan melakukan permintaan permohonan tutup sementara apabila rumah kosong atau tidak ditinggali, atau keluar kota/daerah dalam jangka waktu yang lama. Atau dalam hal kondisi aliran air minum pelanggan yang tidak mampu memenuhi kebutuhan pelanggan maka dari itu pelanggan dapat melakukan permohonan tutup sementara juga apabila kondisi air yang tidak lancar atau bahkan tidak ada sama sekali. Hal ini dapat mengurangi tagihan air dari pelanggan apabila melakukan permohonan tutup sementara, pelanggan tidak lagi melakukan pembayaran tagihan bulanan tetapi dengan syarat melakukan wajib lapor setiap 6 bulan sekali dan apabila pelanggan ingin melakukan buka kembali, sudah tidak dikenakan biaya pembukaan kembali.

Cara penanganan pelanggan pada penutupan sementara yaitu apabila pelanggan datang melakukan pengaduan, seperti biasa kita menanyakan apa yang menjadi kendala pelanggan, jika pelanggan mengatakan ingin melakukan penutupan sementara, kita kembali memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menjelaskan secara detail alasan dari penutupannya, ada banyak alasan dari penutupan sementara pada aliran air pelanggan salah satunya karena rumahnya sedang tidak ditinggali atau rumah sedang kosong, agar tidak dikenakan biaya bulanan maka pelanggan memilih melakukan penutupan. Apabila semuanya sudah jelas maka kita langsung membuatkan surat penutupan sementara. Adapun data-data yang dibutuhkan dalam permohonan tutup sementara ini yaitu:

- 1) Nama pelanggan
- 2) Alamat
- 3) Zone/No. SL
- 4) Foto Copy KTP (di copy langsung ke lembar permohonan)
- 5) No. HP Pelanggan
- 6) Tanda Tangan Pelanggan, seperti pada gambar berikut:

PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR
WILAYAH PELAYANAN II
Jalan Tamalanrea Raya Blok H No. 26
Telepon : (0411) - 590060 / 599988
Makassar

Kepada Yth.
Kepala Wilayah Pelayanan II
PDAM Kota Makassar
di -
MAKASSAR

Perihal: **PERMOHONAN TUTUP SEMENTARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SYAMSIAH
Alamat : P. KEMERDEKAAN 18 NO. 02
Zone / No. SL : 39 / 200211622

Adalah pelanggan PDAM Kota Makassar, dengan ini mengajukan permohonan Tutup Sementara Berlangganan Air PDAM Kota Makassar **ATAS PERMINTAAN SENDIRI** dengan harapan kiranya pada waktu yang akan datang dapat di buka kembali setelah ada penyampaian dari kami sebagai pelanggan.

Demikian Permohonan kami, atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Makassar, 03 - 01 - 2022

Yang Bermohon

[Signature]
Rika Kurniawati
No. Hp : 0895 168 64738

PROVINSI SULAWESI SELATAN
KOTA MAKASSAR
NIK : 7371117112460046

Nama : SYAMSIAH
Tempat/Tgl Lahir : MAKASSAR, 31-12-1988
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : J. P. KEMERDEKAAN No. 18
L.R. No. :
RT/RW : 002 / 021
Kecamatan : PIRI
Kantor : SURONGKALAYA
Agama : ISLAM
Status Perkawinan : KAWIN
Pendidikan : S1
Kewarganegaraan : WNI
Berlaku Hingga : 31-12-2017

NOTE:
Rekening masih terbit 1 bulan berikutnya (HARAP DI LUNASI)
Wajib melapor setiap 6 bulan, terhitung dari tanggal permohonan

Gambar 14. Surat Permohonan Tutup Sementara

Ada beberapa kebijakan yang dilakukan dalam menangani keluhan pelanggan PDAM Wilayah II Kota Makassar yakni:

- 1) PDAM Wilayah II Kota Makassar menerima dan mendengarkan segala keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.
- 2) Mencatat inti dari keluhan pelanggan agar cepat tertangani.
- 3) PDAM Wilayah II Kota Makassar mengupayakan keluhan pelanggan agar cepat terselesaikan.
- 4) Memberitahu kepada pelanggan langkah PDAM dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- 5) Memberitahu pelanggan siapa saja yang akan menangani dan menuju lokasi.

4.2.2 Tugas Tambahan

Selama menjalankan program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di PDAM Wilayah II Kota Makassar, penulis tidak hanya melakukan Pelayanan Pengaduan Pelanggan sebagai tugas utama akan tetapi masih banyak tugas-tugas tambahan yang penulis kerjakan. Dalam tugas tambahan ini penulis hanya melakukan tugas yang diberikan dari pegawai sebagai bantuan untuk mengerjakan pekerjaan tersebut yakni pada pekerjaan bagian administrasi.

Adapun tugas tambahan pada pekerjaan bagian administrasi yang penulis kerjakan sebagai berikut:

1. Pengisian Daftar Permintaan Barang (DPB) Material

PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR Jalan Dr. Ratulangi No. 3 Telp. (0411) 876777		DAFTAR PERMINTAAN BARANG		DPB No. 202287
Bagian/Wil. : Uluwatu II		Unitas :		Tanggal : 9 Nov 2021
A. DASAR		SPK dari : No. Tgl.		
B. DIPERLUKAN				
1. Untuk :		a. pemasangan baru : Kebocoran		
		b. Instalasi : Komp. Wessabbe Blok B.1		
		c. Pemeliharaan/Pemeliharaan :		
		d. Lain-lain :		
2. Barang-barang sebagai berikut				
NO	JENIS / NAMA BARANG	UKURAN	SATUAN	BANYAK
1	Pipa HDPE	3/4	Meter	10
2	Double Nipple Gi	1/2	Buah	2
3	Double Nipple Gi	3/4	Buah	1
4	Socket Gi 3/4	3/4	Buah	1
5	Varlop Kne Gi	1/2 x 3/4	Buah	3
6	Water Meter	3/4	Buah	1
7	Isolasi Pipa		Roll	2
PENANGGUNG JAWAB GUDANG				
Kasie.	Staf Gudang	Kabag/Kawil.	Kasie/Kaur.	(Yang meminta)

Gambar 15. Lembar DPB

Pada tugas ini penulis diberi kesempatan dan kepercayaan untuk mengisi Daftar Permintaan Barang (DPB) yang digunakan untuk pengambilan barang material di gudang yang akan dibawa ke lokasi untuk melakukan pekerjaan dari pengaduan pelanggan seperti kebocoran, Tidak Dapat Air (TDA), Tidak Lancar (TL), ganti meter rutin, tutup sementara, dan pemasangan baru. Pengisian DPB ini merupakan tindak lanjut pengambilan barang material setelah pembuatan SPK dari bagian pelayanan pengaduan sebelum ke lapangan.

Uraian dari pekerjaan Pengisian Daftar Permintaan Barang (DPB) yaitu pertama-tama pegawai yang akan melakukan pekerjaan dilapangan mengambil

surat permohonan dan Surat Perintah Kerja (SPK) yang diberikan oleh pegawai bagian pengaduan kemudian lanjut mengambil DPB untuk pengambilan Barang Material yang akan di bawah ke lapangan, di sini penulis bertanya kepada petugas lapangan yang ingin mengambil barang material, yakni sebagai berikut:

- 1) “Penanganan masalah apa Pak”?

Pekerja lapangan memberitahu “kebocoran” Apabila itu masalah kebocoran, seperti gambar yang tertera di atas pada *Gambar 15*.

- 2) “Lokasi penanganannya dimana Pak”?

Pekerja lapangan memberitahu “Kompleks Wassabbe blok B.1”

- 3) “Apa-apa saja barang material yang dibutuhkan dalam penanganan masalah tersebut”?

Pekerja lapangan kemudian memberi tahu semua barang material yang dibutuhkan untuk penanganan kebocoran tersebut seperti barang: “Pipa HDPE $\frac{3}{4}$ 1 meter, Double Nepple GI stengah 2 buah, Double Nepple GI $\frac{3}{4}$ 1 buah, Socket GI $\frac{3}{4}$ 1 buah, Varlop Knie stengah kali $\frac{3}{4}$ 3 buah, Water Mour $\frac{3}{4}$ 1 buah, Isolasi Pipa 2 roll”. Seperti itulah contoh sebagian dari nama-nama barang material yang dibutuhkan dalam penanganan pelayanan pengaduan pelanggan di lapangan seperti pada *Gambar 15*.

- 4) Kemudian meminta pegawai yang menangani masalah tersebut untuk menandatangani DPB.
- 5) Terakhir penulis menggabungkan SPK dan DPB menjadi dua rangkap menggunakan klip kertas, tidak lupa juga penulis mengisi tanggal dari pembuatan DPB tersebut.

A woman with long dark hair, wearing a blue lab coat over a maroon shirt, is seated at a desk. She is looking at a computer monitor and has her right hand on a mouse. The desk is cluttered with papers, a keyboard, and other office supplies. The background is a plain, light-colored wall.

3. Pengisian Daftar Pengambilan Lembar Tagihan Pelanggan (Invoice)

[illegible]

66

4. Penulisan Surat Perintah Kerja (SPK) Tutup langganan

Surat Perintah Kerja (SPK) Tutup langganan

Untuk melaksanakan PENUTUPAN METER AIR sbb :

a. Nama : Rajenah
b. Alamat : P. Kemerdekaan IV L.R. 9 No 49
c. No. SL : 199701959
d. Zone/Ilm : 33
e. Gol Tarif :

a. Jumlah Tunggakan/Pembayaran = Rp. 1.199.200

CATATAN

Tanggal Pelaksanaan : _____

JUMLAH KET

Gambar 20. Surat SPK Tutup Langganan yang Ditulis Oleh Penulis

Pada Tugas tambahan ini Penulis di berikan tugas tambahan yaitu membuat dan mengisi Surat Perintah Kerja (SPK) Tutup langganan, dimana Surat Perintah Kerja ini akan diberikan kepada Pekerja Lapangan bagian Penagihan yang nantinya akan di bawah langsung ke lapangan untuk melakukan penagihan dan penutupan meter air, hal ini terjadi disebabkan karena banyaknya tunggakan dari pelanggan yang tidak melakukan pembayaran.

Uraian Tugas dari pekerjaan penulisan surat ini yaitu pertama penulis menulis identitas pelanggan yang berisi nama pelanggan, alamat pelanggan, No. SL pelanggan dan kemudian mengisi jumlah tunggakan yang tertera di Lembaran Informasi Tagihan Pelanggan seperti pada *Gambar 17*.



Gambar 21. Penulis Sedang Melakukan Penulisan SPK Tutup Langganan

4.3 Pembuatan Banner Info Pembayaran Online dan Info Pengaduan Pelanggan (Proyek)

Pembuatan Banner Info Pembayaran Online dan Info Pengaduan Pelanggan ini merupakan proyek dalam magang program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pada tugas ini penulis mengambil proyek pembuatan banner dikarenakan penulis melihat bahwa masih banyak pelanggan yang tidak mengetahui akan adanya pembayaran melalui Bank dan pembayaran melalui Aplikasi online dan kebetulan pada kantor tempat penulis magang di PDAM Wilayah II belum ada informasi mengenai hal tersebut yang tertera di dalam maupun di luar kantor tersebut, maka dari itu penulis berinisiatif untuk membuat banner proyek ini untuk di pajang di dalam kantor tepat di samping bagian depan kasir pembayaran agar pelanggan dapat melihat secara langsung mengenai informasi pembayaran tersebut. Alasan utama

penulis melakukan proyek ini agar pelanggan yang rumahnya jauh dari kantor tidak perlu jauh-jauh lagi datang ke kantor hanya untuk melakukan pembayaran, namun dengan adanya proyek ini setelah pelanggan melihat info tersebut dapat mengetahui akan adanya pembayaran melalui bank dan aplikasi online sehingga pelanggan boleh melakukan pembayaran tagihan air melalui bank dan aplikasi online yang telah bekerja sama dengan perusahaan PDAM.

Dalam proses pembuatan proyek banner ini, penulis melakukan pengeditan banner sendiri di laptop namun sedikit dibantu oleh teman. Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan banner ini yaitu hanya menggunakan 1 aplikasi saja yakni *Aplikasi Corel Draw X7*, aplikasi ini merupakan aplikasi gambar yang sangat baik untuk digunakan dalam pembuatan banner karena banyaknya tool dan fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi ini dapat memudahkan kita dalam pembuatan banner.

Adapun Aplikasi online dan Bank yang menerima pembayaran air PDAM dan informasi pengaduan pelanggan online yakni sebagai berikut:

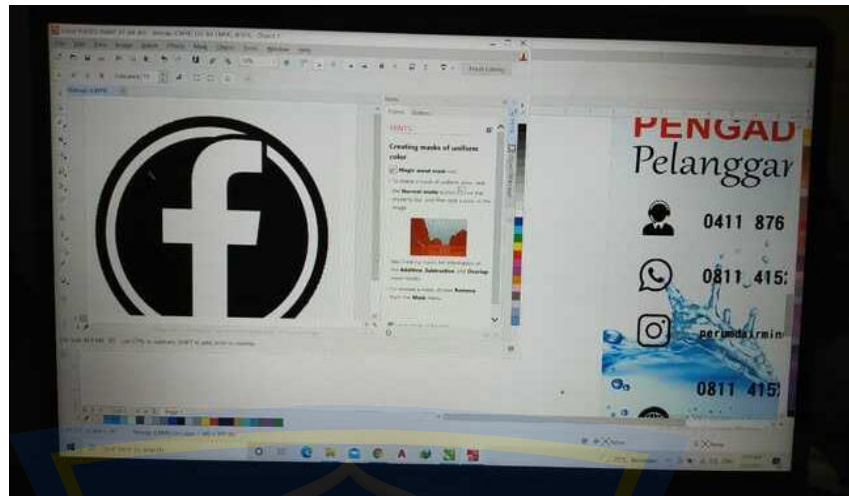
1. Info Pembayaran Online
 - a. Bank Mega Syariah
 - b. Bank Sulselbar
 - c. BNI (Bank Negara Indonesia)
 - d. Alfamart
 - e. Indomaret
 - f. Pos Indonesia
 - g. Bukalapak

- h. Tokopedia
- i. Gopay by Gojek
- 2. Info Pengaduan Pelanggan
 - a. Call Center: 0411 876 777
 - b. Whatsapp: 0811 4152 888
 - c. Instagram: perumdairminum.kotamakassar
 - d. Facebook: Perumdaairminum Makassar
 - e. Web: www.pdamkotamakassar.co.id

Adapun gambar banner dan proses pembuatan banner yang penulis telah kerjakan yakni sebagai berikut:



Gambar 22. Proyek Banner



Gambar 23. Proses Pembuatan Banner

4.3 Kendala dan Solusi Selama Proses Magang Berlangsung

4.3.1 Kendala

Selama menjalankan magang di PDAM Wilayah II Puji Tuhan tidak terlalu banyak kendala yang dihadapi oleh penulis, semua berkat bimbingan yang baik dari pegawai di kantor. Namun demikian ada saja sedikit kendala yang dihadapi penulis selama melakukan magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) diantaranya sebagai berikut:

1. Meski penulis mengambil jurusan Ilmu Komunikasi, Penulis masih kesulitan dalam berbahasa yang baku dan kurangnya kosa kata yang di kuasai penulis.
2. Penulis mengalami kesulitan dalam mengoperasikan Aplikasi khusus pelayanan PDAM dan masih kurang tahu membedakannya untuk pelayanan.

4.3.2 Solusi Yang Dilakukan

1. Penulis banyak latihan dirumah dan juga memperhatikan cara pegawai mempraktekkan cara pelayanan untuk penulis tiru nantinya.
2. Penulis meminta pendampingan kepada pegawai kantor dalam mempelajari aplikasi yang digunakan dalam pelayanan di PDAM yakni aplikasi Info (Loket Si PDAM Pintar), yang digunakan untuk mencari informasi mengenai pelanggan PDAM. Kedua BSHPD, aplikasi ini digunakan untuk pelayanan terhadap pengaduan pelanggan.

4.4 Temuan Hal-Hal Baru

Ada beberapa hal temuan baru yang didapatkan penulis selama melaksanakan praktik magang di PDAM Wilayah II Kota Makassar diantaranya:

1. Pelayanan Pelanggan

Dalam aktivitas pelayanan pengaduan pelanggan penulis melayani pelanggan dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda yang sebelumnya penulis tidak pernah melakukan hal tersebut baik di kampus maupun diluar kampus.

2. Prosedur Pelayanan Di PDAM

Mengenai hal ini penulis dapat mengetahui tahap-tahap pelayanan di PDAM mulai dari pelanggan datang melakukan pengaduan hingga pelayanan untuk pekerjaan langsung ke lapangan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melaksanakan magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di kantor PDAM Wilayah II Kota Makassar, selama 4 bulan penulis banyak belajar mengenai cara pelayanan pengaduan pelanggan dan cara menangani masyarakat dari berbagai macam pribadi dan berbagai macam latar belakang yang berbeda-beda. Juga terkait bagaimana sikap dan respon yang harus di lakukan sebagai pelayan untuk masyarakat.

Sangat penting dalam pelayanan seperti yang penulis pelajari dari pelayanan di PDAM Wilayah II yaitu disarankan untuk tidak memotong pembicaraan seseorang atau pelanggan juga wajib mendengarkan dahulu lebih jelas apa yang menjadi keluhan dari pelanggan kemudian baru memberi solusi atau pelayanan. Sabar juga sangat penting dalam suatu pelayanan, apapun yang menjadi keinginan pelanggan selama itu masih dalam positif dan sesuai prosedur yang berlaku kita wajib untuk mengikuti, karena seperti pepatah yang biasanya mengatakan bahwa pelanggan adalah raja, dan itu memang di terapkan pada pelayanan di PDAM.

Bahasa yang baku dan kosa kata yang benar penting di kuasai dalam pelayanan seperti pelayanan di PDAM, karena bahasa yang baku juga mempengaruhi seseorang terlihat lebih profesional dalam pelayanan dan lebih baik

didengar oleh pelanggan. Penulis juga belajar bahwa dalam pelayanan juga baiknya kita tidak panikan karena kita tidak pernah tahu seperti apa pelanggan yang akan kita hadapi, karena tidak jarang ada pelanggan yang suka memberi nada tinggi atau marah-marah saat pengaduan.

Dalam melaksanakan kegiatan magang penulis menjalankan aktivitas dan belajar bekerja dengan profesional dan belajar bertanggungjawab atas suatu pekerjaan yang sedang dikerjakan. Namun selama menjalankan aktivitas tersebut tentunya penulis banyak mengalami kendala dan tantangan yang dapat membangun penulis untuk menjadi lebih baik lagi dan lebih profesional dalam mengerjakan pekerjaan di masa yang akan datang.

Kendala dan tantangan itu dapat diatasi penulis berkat bantuan, kritikan, saran, bimbingan, serta masukan dari para pegawai-pegawai di kantor dalam menyelesaikan suatu aktivitas.

5.2 Saran

Dari laporan ini penulis memiliki beberapa saran kepada pihak Universitas Fajar dan juga kepada pihak di PDAM Wilayah II Kota Makassar sebagai berikut:

1. Saran Untuk Pihak Universitas Fajar

Setelah menjalankan magang program MBKM penulis sadar bahwa praktik itu sangat berperan penting dalam dunia kerja. Oleh karena itu penulis berharap kepada pihak kampus Universitas Fajar Makassar agar dalam perkuliahan diperbanyak praktik dibandingkan teori terutama pada mata kuliah Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relations.

Penulis berharap pada mata kuliah ini agar diperbanyak kuliah praktiknya seperti mengadakan *Talkshow* atau *Event* tentang *public speaking* yang melibatkan dominan mahasiswa dalam kegiatan tersebut agar mahasiswa boleh lebih siap lagi dan lebih terlatih apabila ada aktivitas yang harus dilakukan seperti pada saat melakukan magang mahasiswa bisa lebih percaya diri dan agar mahasiswa dapat menerapkan dalam pelayanan diluar kampus dan seperti pada tugas utama penulis ada kegiatan yang harus melakukan speaking langsung serta melayani orang-orang dalam setiap harinya.

2. Saran Untuk Pihak PDAM Wilayah II Kota Makassar

Penulis juga memberi saran kepada pihak di Kantor Pelayanan Wilayah II PDAM Kota Makassar agar dalam pelayanan kepada masyarakat memberlakukan SOP (Standar Operasional Prosedur) seperti pegawai berdiri pada saat menyambut pelanggan baik pada bagian pengaduan pelanggan, buka kembali dan bagian pembayaran. Penulis juga meminta agar dapat meningkatkan kinerja terhadap mahasiswa yang melakukan magang di kantor PDAM serta perlunya sosialisasi dan bimbingan yang lebih terhadap mahasiswa mengingat pentingnya pengenalan dunia kerja bagi penerus. Bimbingan yang dilakukan pada penulis mohon dipertahankan atau bahkan ditingkatkan karena apa yang penulis telah terima selama kegiatan ini amatlah berbeda dengan apa yang telah penulis terima dibangku perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Argaheni, N.B., dkk. (2022). *Komunikasi Konseling*. Penerbit Global eksekutif teknologi.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Penerbit Andi.
- Christina, P. W. S. (2020). *Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web Pada Lpd Desa Pesaban*.
- Dwiyanto, A. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik: Peduli Inklusif Dan Kolaborasi*. UGM Press.
- Dewa, B. P., & Setyohadi, B. (2017). *Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management dalam Melihat Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Marketplace Di Indonesia*. *Telematika: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*.
- Fullchis Nurtjahjani, M. M., & Trivena, S. M. (2018). *Public Relation, Citra dan Praktek: Public Relation, Citra dan Praktek (Vol. 1)*. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Mu'ah, S. E. (2021). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Jawa.
- Nurtjahjani, F., & Trivena, S. M. (2018). *Public Relations Citra & Praktek*. Malang: press.polinema.ac.id.
- Natasya, P., & Marlius, D. (2021). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang*.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: deepublish.co.id.
- Purba, B., dkk. (2020). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. kitamenulis.id.

- Rahmadana, M. F., Mawati, A. T., Siagian, N., Perangin-angin, M. A., Refelino, J., Tojiri, M. Y., ... & Bahri, S. (2020). *Pelayanan Publik*. Yayasan Kita Menulis.
- Risdayanti, H. (2016). *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- SARI, R. P. (2019). *Aplikasi Layanan Permohonan Pengaduan Perizinan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palembang Berbasis Web* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Sa'adah , L., & Indriyani, S. (2021). *Penerapan Strategi Customer Relations Management Pada CV.Zam-Zam*. Jombang.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar public relations teori dan praktik*. Deepublish.
- Silviani, I. (2020). *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Scorpindo Media Pustaka.
- Silvia, F. (2018). *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II* (Doctoral dissertation, FIS).
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). *Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Waringkusuma, D. J. (2017). *Peran Humas dalam Penanganan Keluhan Pelanggan (Complaint Handling) pada Perusahaan Daerah Airminum (PDAM) Kota Makassar*.
- Wibowo, F. A. (2019). *Aplikasi Laporan Keuangan Pada Koperasi PDAM Tirta Musi Palembang Berbasis Website* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).



DOKUMENTASI



Gambar: Aktivitas Penulisan Data Tagihan Pelanggan



Gambar: Pengarsipan Dokumen Bersama Mahasiswa KKLP dari UMI



***Gambar: Foto Bersama Pegawai di Kantor serta Foto Bersama Mahasiswa KKL
dari Kampus UMI***

UNIVERSITAS FAJAR



Gambar: Pemberian Plakat Kepada Pihak di PDAM Wilayah II

UNIVERSITAS FAJAR