

**Sikap Pelanggan terhadap Pelayanan Publik
Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Surabaya**

Oleh : Moch. Eka Rizky Dharmawan (071211533038) - BC

ekarizky94@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Sikap Pelanggan terhadap Pelayanan Publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya yang terdiri dari penyedia layanan publik, prosedur layanan, dan sikap pelayanan publik. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan PDAM Kota Surabaya yang menerima pelayanan pada PDAM Kota Surabaya. Sedang teknik sampling menggunakan kelompok non probability sampling dan teknik pengambilan yang digunakan adalah sampling purposive dengan menggunakan rumus Slovin sehingga didapat jumlah responden sebanyak 100 pelanggan. Dan pengambilan data menggunakan kuisioner dengan skala Likert. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22 dengan pendekatan analisa kuantitatif deskriptif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa penyedia layanan publik, prosedur layanan, dan sikap pelayanan publik sebagai indikator sikap pelanggan terhadap layanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya termasuk dalam katagori baik (antara 2.51 – 3.25). Hal ini dapat dilihat dari skala nilai yang didapat yaitu variabel penyedia layanan publik memiliki nilai mean sebesar 3,0850 dalam kondisi baik, variabel prosedur layanan memiliki nilai mean sebesar 3,0929 dalam kondisi baik, dan variabel sikap pelayanan publik memiliki nilai mean sebesar 3,0551 dalam kondisi baik.

Kata Kunci : Sikap Pelanggan, Pelayanan Publik, Penyedia Layanan Publik, Prosedur Layanan, Sikap Pelayanan Publik.

PENDAHULUAN

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana sikap pelanggan terhadap pelayanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. PDAM Kota Surabaya merupakan perusahaan daerah (BUMD) yang melayani masyarakat Kota Surabaya. PDAM Kota Surabaya merupakan perusahaan daerah sebagai penyalur air bersih yang digunakan oleh 90,02% masyarakat Surabaya (Sumber : Humas PDAM Kota Surabaya). PDAM Kota Surabaya merupakan salah satu perusahaan pemerintahan yang dibentuk oleh negara dimana mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan atas kebutuhan publik tiap warga negara dengan baik.

Penelitian ini penting untuk diteliti karena adanya stigma negatif bahwa institusi pemerintah seperti BUMN (BUMD) identik dengan *mismanagement* dan inefisiensi (Muhammad, 2010), termasuk memberikan pelayanan yang belum sesuai dengan standar pelayanan (Wulandari, 2012). Sejalan dengan hal tersebut, Beckett (2010) mengkritisi sebuah mantra "*The Government Should Run Like a Bussiness*" dan menyoroti bahwa pemerintah (dalam hal ini adalah PDAM Surya Sembada Kota Surabaya) adalah bisnis masyarakat. Meskipun *profit oriented*, institusi pemerintah harus memberikan pelayanan publik yang menguntungkan publik. PDAM Kota Surabaya merupakan BUMD yaitu Badan Usaha Milik Daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Surabaya. Pelayanan air minum kepada masyarakat tidak hanya terbatas pada daerah administratif kota Surabaya saja, melainkan juga masyarakat daerah Kabupaten Pasuruan, Sidoarjo, dan Gresik (Sumber : pdam-sby.go.id). Signifikansi pemilihan PDAM Kota Surabaya karena PDAM Kota Surabaya meraih berbagai macam penghargaan. Salah satunya yaitu pada tahun 2016, PDAM Kota Surabaya mendapatkan penghargaan sebagai TOP BUMN 2016.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 14 tahun 1987 tentang desentralisasi tanggung jawab pemerintah pusat disebutkan bahwa tanggung jawab untuk menyediakan suplai air bersih adalah pada pemerintah daerah. PDAM Kota Surabaya sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola sistem penyediaan air bersih serta melayani seluruh warga Kota Surabaya tanpa prioritas tertentu. PDAM Kota Surabaya bertanggung jawab pada operasional sehari-hari, perencanaan aktivitas, persiapan dan implementasi proyek, serta bernegosiasi dengan pihak swasta untuk mengembangkan layanan kepada masyarakat.

Peran PR di sektor pemerintah telah muncul untuk melakukan manajemen komunikasi baik internal maupun eksternal, dan manajemen reputasi di kalangan masyarakat lokal,

nasional, dan internasional. L'etang (2009) mengidentifikasi PR sebagai pendudukan yang bertanggung jawab atas pengelolaan atau peningkatan hubungan dan reputasi organisasi yang meliputi isu manajemen, urusan publik, komunikasi perusahaan, hubungan pemangku kepentingan, komunikasi risiko, dan tanggung jawab sosial perusahaan (hal.609). Selanjutnya, L'etang (2009 : 609) menyoroti signifikansi PR di sektor pemerintah terutama dalam proses komunikasi publik yang terlihat dan tak terlihat.

Penyebaran informasi pemerintah cenderung dilakukan melalui komunikasi publik. Padahal, komunikasi publik telah dianggap sebagai salah satu cara komunikasi (Glenny, 2008) yang fokus pada penyaluran informasi dari pemerintah ke publik. Umpan balik tampaknya kurang signifikan yang menyebabkan ketidakpercayaan publik dan sinisme terhadap pemerintah. Hal ini sesuai yang dijelaskan diatas bahwa ada sigma negatif masyarakat terhadap instansi pemerintah. Kendala lain dalam komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah adalah transparansi. Padahal, transparansi mampu menghasilkan kredibilitas pemerintah. Fairbanks, Powland, & Rawlins (2007) menggarisbawahi bahwa transparansi dalam institusi pemerintah berkaitan dalam menciptakan keterbukaan dalam hirarki. Dari permasalahan tersebut, dewasa ini pemerintah telah merilis peraturan keterbukaan informasi yang menggarisbawahi hak-hak warga negara untuk mendapat informasi publik tentang informasi publik (UU keterbukaan informasi publik, 2008). Praktik PR di instansi pemerintah mengacu pada Humas Pemerintah yang bertujuan untuk melihat dari mata masyarakat (Juwarno, 2011). Dalam konteks GPR, istilah masyarakat mengacu pada warga negara. Dengan demikian, GPR terkait erat dengan kewarganegaraan, di mana pemerintah tidak diperbolehkan melakukan diskriminasi. Dengan demikian, Liu & Horsley (2007) menyoroti perbedaan antara GPR dan Corporate Public Relations (CPR). Baik GPR maupun CPR memerlukan komunikasi simetris dua arah untuk membangun dan memelihara hubungan dengan masyarakatnya.

Selain itu, Lee (2011) mengidentifikasi beberapa poin penting di GPR, yaitu informasi publik, respons publik, dan penjangkauan publik. Pertama, informasi publik penting karena GPR menangani distribusi informasi ke publik dan media untuk menyelenggarakan pelaporan publik. Informasi publik juga memfasilitasi transparansi yang berkontribusi terhadap kredibilitas pemerintah dan pembangunan kepercayaan. Setuju dengan hal ini, Cutlip, Center, & Broom (2009) menyoroti tugas utama PR di lembaga pemerintah adalah mensosialisasikan program dan kebijakan pemerintah untuk mendapatkan penerimaan publik.

Penelitian ini melihat proses komunikasi berdasarkan teori S-O-R yang merupakan kependekan dari stimulus-organisme-respon. Ini dikarenakan objek dari penelitian ini adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen respon yang berupa sikap, opini, perilaku, afeksi dan konasi (Effendy, 2003:254). Menurut Gulo (2002:67), respon dalam organisasi atau perusahaan adalah suatu reaksi atau jawaban publik yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus yang diberikan oleh organisasi. Penelitian ini berfokus pada sikap publik terhadap pelayanan PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. Menurut Lummos (2007:35), sikap merupakan respon individu terhadap suatu objek. Sikap yang diberikan tentunya dapat menerima atau menolak, dapat positif atau negatif terhadap objek tersebut.

Menurut Ratminto & Atik Septi Winarsih (2005) pelayanan publik atau pelayanan umum didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang – undangan. Hal ini sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/Kep/M.PAN/7/2003 mengenai pelayanan publik. *Public relations* (PR) adalah salah satu divisi organisasi bisnis yang memiliki tanggung jawab dalam menjalin relasi dan komunikasi yang baik. Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik sebagai berikut: Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Tujuan dari pelayanan publik adalah memuaskan keinginan masyarakat atau pelanggan pada umumnya. Hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat.

Menurut Moenir (88-127 : 2001), agar pelayanan publik berjalan dengan baik maka diperlukan beberapa faktor pendukung, yaitu kesadaran, aturan, organisasi, pendapatan, kemampuan keterampilan, dan sarana pelayanan. Dengan demikian, pada hakikatnya, lemahnya pelayanan publik bermuara pada dua faktor utama, yaitu faktor manusia sebagai faktor utama, dan faktor sistem, karena untuk perbaikannya diperlukan perbaikan terhadap kedua unsur tersebut. Sebagai fungsi pemerintah maka pelayanan publik tidak hanya semata bersifat “*profit oriented*” melainkan lebih beorientasi sosial, yaitu penguatan dan

pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu penentuan dari proses pelayanan publik tidak bisa dilakukan dengan pendekatan bisnis, tetapi pendekatan yang paling tepat adalah pendekatan sosial (*social approach*), karena yang paling tahu akan baiknya pelayanan yang diberikan adalah masyarakat.

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini berfokus pada sikap pelanggan terhadap pelayanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi penyedia layanan publik, prosedur pelayanan dan sikap pelayanan publik.

PEMBAHASAN

Selanjutnya peneliti akan memaparkan temuan data dan analisis berdasarkan hasil indepth interview dengan humas PDAM Kota Surabaya. PDAM atau Perusahaan Daerah Air Minum merupakan salah satu unit usaha milik daerah, yang yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat eksekutif maupun legislatif daerah. Berdirinya PDAM Kota Surabaya merupakan salah satu peninggalan jaman Belanda, dimana kemudian PDAM Kota Surabaya dirubah statusnya dan dibentuk menjadi BUMD berdasarkan PD (Peraturan Daerah) No.7 tahun 1976 tanggal 30 Maret 1976. Selain itu pembetulan tersebut disahkan dengan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Timur tanggal 06 November 1976 No. II/155/76 serta telah diundangkan dalam Lembaga Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya tahun 1976 seri C pada tanggal 23 November 1976 No.4/C.

Pada PDAM Kota Surabaya, divisi *public relations* disebut dengan bagian Humas (Hubungan Masyarakat). Humas PDAM Kota Surabaya setiap hari melakukan kegiatan kehumasan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi humas di perusahaan. Humas PDAM Kota Surabaya diletakkan di bawah sekretaris perusahaan dan berdekatan dengan posisi direksi perusahaan. Jenis - jenis pelayanan PDAM bagi pelanggan meliputi pasang baru, gangguan air, pembayaran / denda, pipa bocor, pengaduan rekening, pasang meter.

Responden sampel penelitian sikap pelanggan terhadap pelayanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya karakteristik berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang atau 32%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang atau 68%. Dengan karakteristik usia yang berusia 17 – 27 Tahun berjumlah 11 orang atau 11 %, berusia di antara 28 – 38 tahun berjumlah 33 orang atau 33 %, berusia di antara 39 - 50 tahun berjumlah 45 orang atau 45 %, berusia 51 – 60 Tahun sebanyak 8 orang atau 8 % dan yang berusia di atas 60 tahun berjumlah 3 orang atau 3 %. Pada karakteristik pendidikan, yang berpendidikan SMP sederajat berjumlah 7 orang atau 7 %, berpendidikan SMA sederajat berjumlah 43 orang atau 43 %, berpendidikan S1/D4/ sederajat berjumlah 39 orang atau 39 %, yang berpendidikan S2 berjumlah 9 orang atau 9 %, dan pendidikan lainnya sebanyak 2 orang atau 2 %. Pada karakteristik penghasilan, yang berpenghasilan <Rp 1.000.000 berjumlah 3 orang atau 3%, berpenghasilan Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000 berjumlah 34 orang atau 34%, berpenghasilan Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 berjumlah 48 orang atau 48 %, berpenghasilan Rp 5.000.000 - Rp 7.000.000 berjumlah 12 orang atau 12 %, yang berpenghasilan >Rp 7.000.000 berjumlah 3 orang atau 3%. Pada karakteristik jenis pelayanan, yang pernah mendapatkan pelayanan pasang baru berjumlah 17 orang atau 17%, yang mendapatkan pelayanan gangguan air berjumlah 38 orang atau 38%, yang mendapatkan pelayanan pembayaran / denda berjumlah 26 atau 26%, yang mendapatkan pelayanan pipa bocor berjumlah 8 orang atau 8%, yang mendapatkan pelayanan pengaduan rekening berjumlah 4 orang atau 4%, yang mendapatkan pelayanan ganti meter 3 orang atau 3% dan mendapat pelayanan lainnya sejumlah 4 orang atau 4%.

Setelah dilakukan analisis statistik yang meliputi analisis distribusi jawaban responden, analisis validitas dan reliabilitas, serta analisis deskriptif, maka dapat membuktikan kebenaran apa yang telah disampaikan oleh Moenir (88-127 : 2000), agar pelayanan publik berjalan dengan baik maka diperlukan beberapa faktor pendukung, yaitu kesadaran, aturan, organisasi, pendapatan, kemampuan keterampilan, dan sarana pelayanan. Pendapat ini didukung oleh Bharata, 2004:11, bahwa terdapat empat unsur penting dalam proses pelayanan publik, yaitu penyedia layanan, penerima layanan, jenis layanan dan kepuasan pelanggan.

Davis (2010) menyebutkan bahwa tujuan utama dari *publik relations* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap, dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini juga mengemukakan hal-

hal yang menyangkut sikap pelanggan terhadap pelayanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya yang terdiri dari variabel - variabel penyedia layanan publik, prosedur layanan, dan sikap pelayanan publik sehingga sikap publik tersebut bisa digunakan sebagai input perusahaan untuk suatu perubahan dan pengembangan.

Hasil pengujian deskriptif statistik menunjukkan, bahwa rata-rata variabel penyedia layanan publik yang diamati memiliki nilai mean sebesar 3,0850 dan dengan nilai pembulatan 3,0 termasuk dalam katagori baik, begitu juga dengan rata-rata variabel prosedur layanan yang diamati memiliki nilai mean sebesar 3,0929 dengan nilai pembulatan 3,0 termasuk dalam katagori baik, sedangkan rata-rata variabel sikap pelayanan publik yang diamati adalah sebesar sebesar 3,0551, dengan nilai pembulatan 3,0 juga termasuk dalam katagori baik.

Pada empat sub variabel penyedia layanan, yang mendapat dukungan terbanyak adalah sub variabel ke 2 (dua) yaitu petugas pelayanan PDAM Kota Surabaya memiliki kompetensi dalam pelayanan publik. Dilihat dari jumlah yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 91%, 91 orang menyatakan bahwa petugas PDAM Kota Surabaya memiliki kompetensi dalam memberikan pelayanan publik. Hasil dari jawaban responden tersebut sesuai dengan kompetensi yang terdapat pada teori pelayanan publik. Kompetensi merupakan poin penting yang wajib dimiliki oleh petugas pemberi pelayanan publik. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima layanan. Kompetensi petugas pemberi pelayanan publik juga terdapat standar dalam memberikan pelayanan publik. Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan (Rahmayanty, 2010: 89-90). Kompetensi petugas pemberi layanan publik sesuai dengan pendapat Moenir (2005:197) menyatakan bahwa agar layanan dapat memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka pemberi layanan dalam hal ini petugas, harus dapat memenuhi empat persyaratan pokok, yaitu tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan, waktu penyampaian dan ramah.

Sebaliknya, dari keempat sub variabel penyedia layanan, responden yang tidak mendukung terbanyak ada pada sub variabel ke 3 (tiga) yaitu petugas terampil dalam memberikan pelayanan. Hal ini bias dilihat dari jumlah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19 %. Hasil dari sub variabel keempat tidak sesuai dengan teori pelayanan publik. Karena pada pelayanan publik, petugas harus terampil dalam memberikan pelayanan. Pelayanan publik harus memiliki inovatif yakni pembaharuan yang dilakukan terus menerus untuk menghadapi lingkungan yang dinamis, berubah dan

berkembang, berorientasi kepada hasil kerja yang optimal, dan dilakukan secara professional, menggunakan tenaga kerja professional, terampil dan menggunakan teknologi modern yang tepat guna. Seorang profesional dalam dunia pelayanan publik seharusnya menguasai kebutuhan masyarakat dan mengetahui cara memuaskan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pada sub variabel prosedur layanan tersebut, yang mendapat dukungan terbanyak adalah sub variabel ke 6 (dua) yaitu persyaratan dalam prosedur pelayanan sesuai dengan kebutuhan layanan. Hal ini bisa dilihat dari jumlah yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 89 orang atau 89 %. Prosedur pelayanan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rahmayanty (2010: 89-90) dan Surjadi (2009: 46). Dimana terdapat sub variabel waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, pelayanan harus cepat dan tepat serta pelayanan akurat. Produk pelayanan tidak boleh salah, harus ada kepastian, kekuatan hukum, tidak meragukan keabsahannya dan pelayanan harus berkualitas. Produk pelayanannya tidak seadanya sesuai dengan keinginan pelanggan, memuaskan, berpihak, dan untuk kepentingan pelanggan. Sebaliknya, responden yang tidak mendukung terbanyak ada pada sub variabel ke 2 (dua) yaitu terdapat kejelasan tata cara pelayanan. Hal ini bisa dilihat dari jumlah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19 %. Hasil tersebut tidak sesuai dengan asas – asas pelayanan publik menurut Ratminto dan Winarsih, 2006:245 yaitu dalam asas pelayanan publik terdapat kejelasan tatacara pelayanan. Dimana tatacara pelayanan harus didesain sesederhana mungkin dan dikomunikasikan kepada masyarakat pengguna jasa pelayanan.

Pada sub variabel sikap pelayanan publik tersebut, yang mendapat dukungan terbanyak adalah sub variabel ke 6 (enam) yaitu petugas berpenampilan rapi dan bersih sesuai dengan standar pelayanan dan 7 (tujuh) yaitu petugas bersikap peduli dalam memberikan pelayanan. Hal ini bisa dilihat dari jumlah yang menyatakan setuju dan sangat setuju pada sub variabel 6 (enam) dan 7 (tujuh) sebanyak 90 orang atau 90 %. Hasil dari sikap pelayanan publik sesuai dengan standar pelayanan yang petugas pemberi layanan yang dikemukakan Kasmir (2005: 18-21) yaitu terdapat dasar - dasar pelayanan terdapat sepuluh hal yang harus diperhatikan agar dapat membuat penerima layanan menjadi aman, nyaman, dan menyenangkan, meliputi berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih dan bersikap peduli kepada pelanggan dengan sikap tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan sikap pembicaraan. Petugas pelayanan publik harus mempunyai sikap yang sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono (1997:14) dimana dalam pelayanan publik, sikap yang harus dimiliki adalah daya tanggap (*responsiviness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan

memberikan pelayanan dengan tanggap serta empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Sebaliknya, responden yang tidak mendukung terbanyak ada pada sub variabel ke 3 (tiga) yaitu petugas menyampaikan permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dialami. Hal ini bisa dilihat dari jumlah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 32 orang atau 32 %. Sub variabel ini berhubungan dengan sub variabel petugas pelayanan bersikap komunikatif dalam memberikan pelayanan yang mendapat nilai tinggi, sehingga kedepannya, petugas hendaknya memperbaiki sikap pelayanan publik dengan menambah pelayanan dengan bersikap meminta maaf menunjukkan sikap lebih empati terhadap pelanggan atas kenyamanan yang dialami pelanggan. Petugas harus memberikan pelayanan dengan tanggap serta empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Empati dapat dilakukan dengan cara mengucapkan permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dialami.

Pada pedoman tatalaksana pelayanan umum, terdapat prinsip akuntabilitas pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan, prinsip keterbukaan dan transparansi. Dimana pelayanan publik harus bersifat memberi pelayanan terbuka, informasi yang jelas dan akurat serta dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan. Prinsip pelayanan publik tersebut disesuaikan dengan KIP. Yaitu teori Keterbukaan Informasi Publik. KIP ini juga merupakan pedoman bagi pemberi dan penerima pelayanan publik. UU KIP dapat dijadikan pegangan dalam pemberian informasi dalam pelayanan publik. Komisi Informasi sebagai lembaga intermediary harus mampu memosisikan dirinya sebagai 'wasit' yang adil. Sebagai lembaga independen yang menjalankan imperatif undang-undang, Komisi Informasi harus berada di posisi 'tengah' yang netral. Komisi Informasi perlu memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip demokrasi, seperti transparansi, akuntabilitas, dan semangat egalitarian. Dalam konteks *governability*, Komisi Informasi sebagai aparatus pelaksana UU KIP tentu harus pro-aktif mengupayakan tersingkapnya informasi secara objektif atas kasus-kasus krusial sekaligus strategis. Upaya ini tentu bukan saja akan memberikan kejelasan informasi pada publik atas suatu kasus, namun sekaligus turut membantu memberikan pilihan langkah yang jelas bagi pemerintah dalam mengambil suatu kebijakan secara adil dan transparan.

Publik relations (PR) adalah salah satu divisi organisasi bisnis yang memiliki tanggung jawab dalam menjalin relasi dan komunikasi yang baik. PR berperan dalam membentuk dan menjalankan komunikasi yang efektif kepada para stakeholder dan salah satunya adalah PR bertugas dalam menangani segala respon dari pelanggan. Hal ini sesuai

dengan pendapat Charles S. Steinberg (dalam Suhandang, 2004:53) dimana *public relations* atau humas memiliki tujuan untuk menciptakan sikap dari publik yang menyenangkan tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh badan atau perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan fungsi, kegiatan *public relations* bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku publik dengan menumbuhkan penerimaan dan pengertian dari publik. *Public relations* dapat mempengaruhi dan merubah sikap, sifat publik/pelanggan terhadap perusahaan dengan melakukan peran dan strategi kehumasan dengan pendekatan serta menjalin hubungan yang baik. Dalam menjalankan tugasnya, PR membutuhkan strategi komunikasi sebagai pedoman operasional maupun teknis. Strategi komunikasi meliputi strategi dalam hal perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang efektif.

Tugas humas atau *public relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti dan muncul suasana yang menyenangkan interaksi perusahaan dengan publik (Suhandang, 2004:73). Dengan pendapat yang dikemukakan tersebut, *public relations* akan selalu membangun komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini akan menimbulkan sikap publik, karena sikap merupakan efek dari adanya proses komunikasi. Melalui komunikasi, organisasi bisnis dapat menyampaikan maksud dan tujuan organisasi bisnis tersebut serta mampu menerima respon dari pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkannya. Selain itu, *public relations* merupakan peran penting bagi pembentukan sikap publik, karena *public relations* merupakan perwakilan perusahaan sehingga publik dapat mengambil sikap dari penilaiannya terhadap *public relations* perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana sikap pelanggan terhadap pelayanan publik pada PDAM Surya Sembada Kota Surabaya terdiri dari variabel penyedia layanan publik, prosedur layanan, dan sikap pelayanan publik. Sikap pelanggan mendukung terhadap pelayanan publik pada variabel penyedia layanan publik, variabel prosedur layanan dan variabel sikap pelayanan publik PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil variabel penyedia layanan publik mempunyai *Mean* sebesar 3,0850, variabel prosedur layanan mempunyai *Mean* sebesar 3.0929 dan variabel sikap pelayanan publik *Mean* sebesar 3.0551. Dimana dibulatkan dengan nilai pembulatan 3,0 yang masuk dalam kategori baik (2,51 – 3,25).

Pada variabel penyedia layanan publik, yang mendapat dukungan terbanyak adalah sub variabel ke 2 (dua) yaitu petugas pelayanan PDAM Kota Surabaya memiliki kompetensi dalam pelayanan publik. Sedangkan sub variabel yang mendapat dukungan paling sedikit pada sub variabel ke 3 (tiga) yaitu petugas terampil dalam memberikan pelayanan. Pada variabel prosedur pelayanan, sub variabel yang mendapat dukungan terbanyak terdapat pada sub variabel ke 6 (dua) yaitu persyaratan dalam prosedur pelayanan sesuai dengan kebutuhan layanan. Sedangkan sub variabel yang mendapat dukungan paling sedikit dengan angka tidak setuju tinggi menurut responden terdapat pada sub variabel ke 2 (dua) yaitu terdapat kejelasan tata cara pelayanan. Pada variabel sikap pelayanan publik, sub variabel yang mendapat dukungan terbanyak terdapat pada yang mendapat dukungan terbanyak adalah sub variabel ke 6 (enam) yaitu petugas berpenampilan rapi dan bersih sesuai dengan standar pelayanan dan 7 (tujuh) yaitu petugas bersikap peduli dalam memberikan pelayanan. Sedangkan sub variabel yang mendapat dukungan paling sedikit dengan angka tidak setuju tinggi menurut responden terdapat pada sub variabel ke 3 (tiga) yaitu petugas menyampaikan permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dialami. Pada sub variabel yang mendapat angka tidak setuju tinggi dapat dijadikan evaluasi dan perbaikan kedepannya supaya dapat meningkatkan pelayanan publik sehingga dapat meningkatkan citra PDAM Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. 2004 *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Beckett, J. 2000. “The ‘Government should run like a business’ mantra”, *The American Review of Public Administration*, vol. 30, pp. 185-207.
- Cutlip, S.M., Center, A. H., Broom, G. 2009. *Effective Public Relations*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Davis, Keith. 2010. *Organizational Behavior – Human Behavior at Work 13th Edition*. New Delhi : Mcgraw Hill Company.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Fairbanks, J., Powland, K. D., & Rawlins, B. L. 2007. “Transparency in government communication”. *Journal of Public Affairs*, vol. 7, pp.23–37.
- Glenny, L. 2008. “Perspectives of communication in the Australian public sector”. *Journal of Communication Management*, Vol. 12, no. 2, pp. 152-168.
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Grasindo

Juwarno, T. 2011. Through the eyes of the public (PR for Public Sector). Paper presented in Government Public Relations discussion, Bali.

Kasmir. 2005. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

L'etang, J. 2009. "Public Relations and diplomacy in a globalized world: An issue of public communication". *American Behavioral Scientist*, vol. 53, pp. 607-628.

Lee. 2011. *The Practice of Government Public Relations*. CRC Press.

Liu, B, F., & Horsley, S. 2007. "The government communication decision wheel: Toward a Public Relations model for the public sector". *Journal of Public Relations Research*, vol. 19, no. 4, pp. 377-393.

Lumolos, J. 2007. Sikap Pemilih terhadap Pasangan Calon Kepala Daerah Menjelang Pilkada Langsung di Kota Bitung. *Jurnal Penelitian Politik*, Vol.4 No.1. Bogor: LIPI Press

Moenir, H.A.S. 2001 *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara

Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Belajar

Suhandang, Kustandang. 2004. *Pengantar Jurnalistik : Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung : Nuansa

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

www.pdam-sby.go.id

<http://perpamsi.or.id/berita/view/2016/05/05/218/surya-sembada-kota-surabaya-raih-top-bumd-2016>