



PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)
BIDANG AIR MINUM MELALUI PROGRAM
CENTER OF EXCELLENCE (COE)



MODUL PELAYANAN PELANGGAN

TAHUN 2018



KEMENTERIAN PEKERJAAN UMUM DAN PERUMAHAN RAKYAT
DIREKTORAT JENDERAL CIPTA KARYA
DIREKTORAT PENGEMBANGAN SISTEM PENYEDIAAN AIR MINUM

Jalan Pattimura Nomor 20 - Kebayoran Baru - Jakarta Selatan 12110 Telp: (021) 72796823 Fax: (021) 72796905

MODUL PELAYANAN PELANGGAN

BUKU 1

PELAYANAN PELANGGAN

Program Peningkatan Kompetensi
Sumber Daya Manusia (SDM) Profesional
Bidang Air Minum
Melalui Pola *Center of Excellence* (COE)



LEMBAR INFORMASI

Modul Pelayanan Pelanggan



**PROGRAM PENINGKATAN KOMPETENSI
SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)
PROFESIONAL BIDANG AIR MINUM
MELALUI POLA *CENTER OF EXCELLENCE*
(COE)**



Pelatihan : Pelayanan Pelanggan		Kode : CR-1
Topik : Pelayanan Pelanggan		Edisi : Juli 2018
Tujuan Pelatihan	<p>Setelah menyelesaikan pelatihan ini, peserta diharapkan mengetahui dan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan kegiatan kepelayananpelanggan dengan terintegrasi. 2. Mengembangkan <i>database</i> kepelanggan agar komprehensif dan terintegrasi dengan sistem informasi divisi/unit lain. 3. Melakukan analisis <i>database</i> khususnya dalam menemukan indikasi kebocoran, NRW, dan sambungan ilegal. 4. Menetapkan jadwal baca meter dan mengetahui pentingnya interval baca meter dalam memantau dan mengendalikan tingkat NRW. 5. Mengukur arus masuk keluhan pelanggan dan melakukan analisis statistik baik berdasarkan area keluhan maupun tipe keluhan. 6. Merencanakan dan mengimplementasikan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan SWOT dan tujuan pemasaran PDAM. 7. Mengetahui cara analisis Survei Kepuasan Pelanggan. 8. Memahami fungsi Indikator Kinerja yang dapat diterapkan pada divisi/unit Pelayanan Pelanggan dan tindak lanjut hasil penilaian Indikator Kinerja. 	
Sasaran Peserta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisor (setara atau lebih tinggi) di bidang hubungan pelanggan / hubungan masyarakat / pemasaran / pembaca meter. 2. Staf/operator) di bidang hubungan pelanggan / hubungan masyarakat / pemasaran / pembaca meter 	
Data Penunjang Latihan dan Simulasi yang Wajib disiapkan Peserta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sampel <i>database</i> akun pelanggan 2. Sampel <i>database</i> keluhan 3. Jadwal baca meter 4. Rute baca meter 5. Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) dan hasil olah data SKP 6. Data Kinerja Pelayanan Pelanggan BPPSPAM min. 2 tahun terakhir 	
Isi Modul	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan 2. Pengelolaan Akun Pelanggan 3. Pengelolaan Pencatatan Meter 4. Penanganan Pelanggan 5. Pemasaran 6. Kinerja Pelayanan Pelanggan 7. <i>Best Practice</i> 	
Durasi	3 hari (10 JP teori – 5 JP praktik)	

Susunan Acara	<p>Sesi 1: Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan (teori – 1 JP)</p> <p>Sesi 2: Pengelolaan Akun Pelanggan (teori - 1 JP) (praktik di kelas – 2 JP dengan topik 3)</p> <p>Sesi 3: Pengelolaan Pencatatan Meter (teori – 2 JP; tumpang tindih dengan Topik 2) (praktik di kelas – 2 JP dengan Topik 2)</p> <p>Sesi 4: Penanganan Pelanggan (teori – 2 JP) (praktik di kelas – 1 JP)</p> <p>Sesi 5: Pemasaran (teori – 2 JP) (praktik di kelas – 1 JP)</p> <p>Sesi 6: Kinerja Pelayanan Pelanggan (teori – 2 JP) (praktik di kelas – 1 JP) Sesi 7: <i>Best Practice</i> (jika ada) (teori dan <i>sharing</i> – 1 JP)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sesion Notes</i> bagi pembina • Presentasi <i>Powerpoint</i> • Modul • Panduan dan naskah latihan dan simulasi • <i>Handout</i> untuk peserta
Materi (Lapangan)	<ul style="list-style-type: none"> • -
Tindak Lanjut	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil latihan dan simulasi yang dibuat aplikatif sesuai data yang dibawa • Pengawasan
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pre-test</i> dan <i>post-test</i> • Kuis singkat usai tiap sesi • Kuis harian • Akhir pelatihan: ujian akhir + umpan balik peserta • Setelah <i>training</i>: kunjungan/kuesioner dan/atau pelatihan ulang



DAFTAR ISI

Daftar Isi

Pendahuluan	10
1. BAB I Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan	15
1.1. Definisi	17
1.1.1. Hak dan Kewajiban terkait Pelayanan Pelanggan	19
1.2. Peran Pelayanan Pelanggan	22
1.2.1. Tugas, Fungsi, Komponen dan Manfaat Pelayanan Pelanggan	23
1.2.2. Relasi dalam Pelayanan Pelanggan	25
2. BAB II Pelayanan Pelanggan	27
2.1. Definisi	28
2.2. Mengelola Data Pelanggan	28
2.2.1. Item Informasi pada Akun Pelanggan	29
2.2.2. Melengkapi dan Memutakhirkan Data Pelanggan	35
2.2.3. Opsi Teknologi	36
2.3. Mengevaluasi Potensi Data Kepelenggaraan	37
2.3.1. Potensi Data Pemetaan pada Data Akun Pelanggan	43
Latihan Soal Bab 2	46
3. BAB III Pengelolaan Pencatatan Meter	47
3.1. Meter Air dan Spesifikasi	48
3.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akurasi Meter Air	50
3.2. Pengelolaan Pencatatan Meter	53
3.3. Melaksanakan Pencatatan Air	56
3.3.1. Persiapan Pencatatan Meter Air	56
3.3.2. Mencatat Hasil Pembacaan Meter Air	60
3.3.3. Membuat Laporan Hasil Pembacaan Meter Air	65
3.4. Mengelola Data Pencatatan Meter Air	66
3.4.1. Memproses Hasil Pencatatan Meter Air	67
3.4.2. Estimasi Pemakaian Air yang Tidak Tercatat	68
3.4.3. Membuat Laporan Hasil Estimasi Pemakaian Air	69
3.5. Mengevaluasi Pengelolaan Pencatatan Meter	70
3.5.1. Sistem <i>Reward</i> dan Penalti	72
3.6. Penyusunan Tarif	73
3.7. Studi Kasus dan Soal Latihan	74
Latihan Soal Bab 3	77
4. BAB IV Penanganan Pelanggan	78
4.1. Definisi	79
4.2. Melayani Permohonan Sambungan Baru	79
4.2.1. Melaksanakan Administrasi Pemasangan Sambungan Baru	80
4.3. Menangani Pelanggan	84
4.4. Melayani Keluhan Pelanggan	85
4.4.1. Mendokumentasikan Keluhan Pelanggan	87
4.4.2. Menindaklanjuti Keluhan Pelanggan	90
4.5. Contoh Penanganan Pelangga	94
4.5.1. Mengolah Informasi Tunggakan Rekening Air	94
4.6. Mengevaluasi Penanganan Pelanggan	96
4.7. Saluran Pengaduan	98
Latihan Soal Bab 4	102

5. BAB V Pemasaran	103
5.1. Definisi	104
5.2. Melakukan Promosi Kepada Calon Pelanggan	104
5.3. Mengelolal Hubungan Pelanggan	107
5.3.1. Sosialisasi.....	108
5.3.2. Kegiatan Edukasional	111
5.3.3. Publikasi.....	113
5.4. Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan.....	118
5.5. Mengelola Data Hasil Survei Kepuasan Pelanggan	123
5.6. Melakukan Evaluasi Hasil Pemasaran	125
Latihan Soal Bab 5	126
6. BAB VI Kinerja Pelayanan Pelanggan.....	127
6.1. Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan	128
6.2. Mengevaluasi Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan	132
Latihan Soal Bab 6	137
7. BAB VII <i>Best Practice</i>.....	138
7.1. Analisis Peta Residu Klorin dan Analisis Sistem Pengairan di Jepang	139
7.2. Perancangan Program Promosi PT. Aetra Air Jakarta	140
7.3. Pemanfaatan Kelompok Intra/Ekstra Perusahaan dan Kel. Masyarakat	141
7.4. Informasi Pelanggan Penyelenggara SPAM Melalui Aplikasi <i>Gadget</i>.....	142
7.5. Penyelenggaraan Seminar Kualitas Air di PDAM Kab. Sragen	144
Studi Kasus dan Simulasi	148
Referensi.....	152
Lampiran Presentasi	154

Daftar Skema

Pendahuluan

Skema 1. Konsep Hubungan Pelanggan dan Alur Pengembangan Modul	13
--	----

Bab 1

Skema-2. Diagram Alir Sistem Penyediaan Air Minum.....	16
Skema 3. Unit-Unit Penyelenggaraan SPAM.....	17
Skema 4. Definisi Operasi Pelayanan Pelanggan.....	19
Skema 5. Komponen Pelayanan Pelanggan	23
Skema 6. Keterkaitan Kegiatan Pelayanan Pelanggan dengan Divisi Lain	25

Bab2

Skema 7. Proses Pengelolaan <i>Database</i>	29
Skema 8. Siklus Pengelolaan Akun Pelanggan.....	29
Skema 9. Contoh Pemanfaatan Data Kepelanggan.....	38
Skema 10. Penyebab Tipikal dari Kehilangan Komersial	39

Bab 3

Skema 11. Siklus Pengelolaan Pencatatan Meter Air	54
---	----

Bab 4

Skema 12. Ruang Lingkup Penanganan Keluhan Pelanggan dalam Pelayanan Pelanggan.....	86
Skema 13. Tahapan dalam Evaluasi Penanganan Pelanggan	96

Bab 5

Skema 14. Tahapan dalam Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan.....	118
Skema 15. Tahapan dalam Pengolahan Data Survei	124

Daftar Gambar

Bab 2

Gambar 1. Item <i>Database</i> PDAM Kota Banjarmasin	37
Gambar 2. Item <i>Database</i> PDAM Kota Malang	37
Gambar 3. Contoh Pemetaan Keluhan Tekanan Air	44
Gambar 4. Contoh Pemetaan Informasi Kebocoran	45

Bab 3

Gambar 5. Komponen Dasar Meter Air	48
Gambar 6. Tampilan Meter Air	49
Gambar 7. Indeks Meter Air	50
Gambar 8. Dimensi Meter Air	52
Gambar 9. Daftar Pencatatan Pemakaian Meter Air PDAM Kota Malang	57
Gambar 10. Jalur Pencatatan Meter Air Pelanggan PDAM Kota Malang	58
Gambar 11. Jadwal Pencatatan Meter PDAM Kota Malang	59
Gambar 12. Format Formulir Laporan Pengamat Meter PDAM Kota Malang	61
Gambar 13. Format Formulir Laporan Ganti Meter/Penertiban PDAM Kota Malang	61
Gambar 14. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Sambungan Ilegal)	62
Gambar 15. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Kebocoran)	64
Gambar 16. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Meter Rusak)	64
Gambar 17. Rangkaian Kerja (<i>Work Order</i>) dari Laporan Pengamatan PDAM Kota Malang	66
Gambar 18. Histori Pakai dan Rekapitulasi Pencatatan PDAM Kota Malang	66
Gambar 19. Rumus Perhitungan Estimasi Air Tidak Tercatat (NRW)	68
Gambar 20. Penjelasan Rumus Perhitungan NRW	69
Gambar 21. Komparasi Perhitungan NRW saat ada Perbedaan Interval	72
Gambar 22. Perangkat Kesalahan Hitung Akibat Deviasi	72
Gambar 23. Latihan Baca Meter	76

Bab 4

Gambar 24. Kontrak Berlangganan PT. Adhya Tirta Batam	81
Gambar 25. Tampilan Informasi Sambungan Baru dan Olahan Formulir Pelanggan PDAM Kota Malang	82
Gambar 26. Aplikasi Peta Jaringan pada <i>Database</i> PDAM Kota Malang	83
Gambar 27. Laporan Sambungan Masuk PDAM Kota Malang	84
Gambar 28. Form Kosong <i>Work Order</i> Keluhan PDAM Kota Malang	89
Gambar 29. Status <i>Work Order</i> PDAM Kota Malang	90
Gambar 30. <i>Database</i> Keluhan PDAM Kota Malang	91
Gambar 31. Berkas Permohonan Pemutusan Air Minum Pelanggan PDAM Kota Banjarmasin	95
Gambar 32. Instruksi Kerja Penerimaan Telepon Pelanggan di PDAM Kota Malang	100
Gambar 33. Gambar Alur SOP <i>Call Center</i> PDAM Kota Malang	101

Bab 5

Gambar 34. Form Survei Potensi dan Minat Calon Pelanggan PDAM Kota Malang	105
Gambar 35. Form Survei Potensi Pelanggan PDAM Kota Bekasi	106
Gambar 36. Promo Brosur "Bayar Air Harga Cantik" PT. Aetra Air Jakarta	114
Gambar 37. Brosir Penyesuaian Tarif Air Tahun 2015 PDAM Kab. Lebak	115
Gambar 38. Brosur Prosedur Sambungan Baru dan Informasi Tarif PDAM Kota Bekasi	116
Gambar 39. Sampel dari PDAM Kota Banjarmasin	121
Gambar 40. Panduan SKP Berdasarkan Regulasi	122
Gambar 41. Format SKP berdasarkan Regulasi Kep/25/M.PAN/2/2004	124
Gambar 42. Pengolahan Indeks Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Banjarmasin	124

Bab 6

Gambar 43. Standar Bobot Penilaian Indikator Kinerja Kriteria Pelayanan	131
Gambar 44. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Cakupan Pelayanan Teknis	133
Gambar 45. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Pertumbuhan Pelanggan	133
Gambar 46. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Tingkat Penyelesaian Aduan	133

Gambar 47. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Kualitas Air Pelanggan	134
Gambar 48. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Konsumsi Air Domestik	134
<u>Best Practice</u>	
Gambar 49. Definisi Program "Bacan" PT. Aetra Air Jakarta	141
Gambar 50. Aplikasi Layanan Pelanggan PDAM Bandarmasih	142
Gambar 51. Pemberitahuan Utilisasi Aplikasi Pelayanan Pelanggan PDAM Kota Bitung	143
Gambar 52. Informasi No. Urut Antrean dan Jumlah Sambungan	143
Gambar 53. Pembukaan Seminar	146
Gambar 54. Pemberian Materi Seminar	146
Gambar 55. Peralatan Demonstrasi	147
Gambar 56. Sesi Tanya Jawab	147
Gambar 57. Sesi Demonstrasi Uji Residu Klorin.....	147
Gambar 58. Sesi Uji Rasa Air PDAM.....	147

Daftar Tabel

Pendahuluan

Tabel 1. Topik-Topik Modul <i>Customer Relation</i>	13
---	----

Bab 1

Tabel 2. Definisi Terminologi (Latihan).....	18
Tabel 3. Referensi Dasar Hukum Penyelenggara SPAM	20
Tabel 4. Referensi Dasar Hukum bagi Konsumen	22
Tabel 5. Manfaat Pelayanan Pelanggan	24

Bab 2

Tabel 6. <i>Checklist</i> dalam Proses Kerja Pengelolaan Akun Pelanggan (Latihan)	30
Tabel 7. Item <i>Database</i> Hubungan Pelanggan.....	31
Tabel 8. Analisis Database untuk Perhitungan Konsumsi Air Wajar.....	39
Tabel 9. Sortir data Berdasarkan Konsumsi Air Terendah	40
Tabel 10. Perbandingan Data Konsumsi Air Pelanggan	40
Tabel 11. Ekstraksi Data Keluhan terkait Tekanan Air.....	44

Bab 3

Tabel 12. Tahapan Kegiatan Pelaksanaan Pencatatan Meter Air.....	54
Tabel 13. Kegiatan Pengolahan Data Pencatatan	67
Tabel 14. Contoh Laporan Hasil Estimasi Pemakaian Air.....	70
Tabel 15-1. Contoh Koreksi Selisih Baca Meter.....	75
Tabel 15-2. Contoh Koreksi Selisih Baca Meter (dan Lanjutan)	75

Bab 4

Tabel 16. Perbandingan Sambungan Baru dengan Sambungan Ulang	79
Tabel 17. Pengelompokan Jenis Keluhan Pelanggan (Latihan)	88
Tabel 18. Contoh Klasifikasi dan Sub-Klasifikasi Keluhan dalam Form Suara Pelanggan	88
Tabel 19. Contoh <i>Database</i> Keluhan	89
Tabel 20. Pendataan Deskripsi Keluhan (Tanpa Informasi Wilayah)	91
Tabel 21. Rekapitulasi Keluhan Pelanggan PDAM Kota Malang Berdasarkan Jenis Keluhan.....	93
Tabel 22. Sampel dari PT. Adhya Tirta Batam.....	94

Bab 5

Tabel 23. Perbandingan antara "Pembayaran Teratur" dengan "Tunggakan dan Pemutusan Air"	109
---	-----

Bab 6

Tabel 24. Lima Indikator Kinerja Pelayanan Pelanggan pada Penyelenggara SPAM	129
Tabel 25. Turunan Indikator (Indikator Baru) untuk Unit Pelayanan Pelanggan berdasarkan Aspek Pelayanan	136

Best Practice

Tabel 26. Jumlah Presentase Titik Survei Berdasarkan Jumlah Sambungan	139
Tabel-27. Matriks Pengembangan Program untuk kegiatan Humas PDAM Sragen	144
Tabel-28. <i>Rundown</i> Jadwal Kegiatan Seminar PDAM Kab. Sragen.....	146



PENDAHULUAN

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Pengembangan Modul Baru (Modul Pelayanan Pelanggan)

Program *Center of Excellence* (CoE) merupakan program pelatihan berjenjang untuk pengembangan sumber daya manusia di sektor air minum yang dirancang dan dilaksanakan oleh Direktorat Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (Dit.PSPAM) sejak tahun 2012. Pada awal pelaksanaannya, Program CoE telah memiliki tiga (3) modul materi pelatihan, antara lain: (i) *Non- Revenue Water* (NRW), (ii) Efisiensi Energi, dan (iii) SAK-ETAP.

Namun seiring berjalannya program CoE, disadari bahwa terdapat kebutuhan kompetensi lain guna meningkatkan kinerja Penyelenggara SPAM (dalam hal ini PDAM) secara menyeluruh. Maka pada tahun 2015, Dit.PSPAM bekerjasama dengan JICA *Expert Team* (JET) untuk memperkuat Program *Center of Excellence* (CoE), antara lain dengan menyusun modul baru yaitu *Customer Relation* (CR) atau Hubungan Pelanggan dan *Financial Analysis Management* (FAM) atau Analisis Manajemen Keuangan.

Modul Hubungan Langgan (selanjutnya juga dapat disebut dengan "Pelayanan Pelanggan" sesuai dengan terminologi SKKNI) dikembangkan untuk membantu Penyelenggara SPAM menyusun, memperbaiki, dan meningkatkan manajemen hubungan pelanggan di perusahaan masing-masing. Sebab, hubungan pelanggan merupakan salah satu langkah mudah dan hemat biaya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kondisi finansial perusahaan dari segi efektivitas penagihan dan cakupan pelayanan.

Latar belakang penyusunan modul ini didasari oleh survei kunjungan lapangan yang dilakukan oleh JET pada tahun 2015 di beberapa PDAM yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan, Sulawesi Selatan, Tangerang, dan Bekasi. Penyusunan modul ini telah melalui 4 (empat) kali konsinyasi modul pada tahun 2016-2017 dengan narasumber dari PDAM Kota Banjarmasin, PDAM Kota Malang, PT. Adhya Tirta Batam, dan PT. Aetra Air Jakarta.

Konsinyasi modul tersebut dilakukan untuk menjaring masukan terhadap muatan daripada subtansi modul yang disusun, mengembangkan alur penjelasan, menyesuaikan penggunaan istilah teknis, dan lain sebagainya. Masukan dari para *stakeholder* pemerintahan maupun swasta diharapkan dapat meningkatkan relevansi dengan situasi dan kondisi Penyelenggara SPAM di Indonesia sehingga dapat diimplementasi dengan mudah.

Besar harapan kami bahwa penyusunan modul ini bermanfaat bagi peserta pelatihan program CoE secara khusus, dan sumber daya manusia di sektor air minum secara umum. Modul ini jauh dari kesempurnaan, sehingga saran, kritik serta masukan sangat diharapkan dalam rangka perbaikan modul agar semakin bermanfaat bagi Penyelenggara SPAM di Indonesia.

2. Memahami situasi Penyelenggara SPAM terkait Aspek Hubungan Pelanggan

Penyelenggara SPAM secara umum telah memiliki "Sistem Manajemen Pelanggan" mencakup pengembangan *database*, penyimpanan data baca meter, penanganan keluhan, dan

pemasaran. Beberapa perangkat lunak (*software*) manajemen *database* yang ditemui di PDAM-PDAM yang dikunjungi JET antara lain adalah "Bimasakti" dan "SiKompak", maupun format Excel dengan jumlah 23-50 item data. Pada akhir tahun 2016 sendiri, Dit.PSPAM meluncurkan aplikasi Info PDAM yang mungkin sudah dipergunakan di PDAM-PDAM di Indonesia.

Software yang digunakan terkadang juga didukung dengan pencatatan tertulis. Adapun, sistem manajemen yang ada telah menjalankan aspek manajemen, mencakup penyimpanan data penagihan rekening air sebagai sumber pendapatan yang meliputi; disiapkannya tagihan air berdasarkan konsumsi air tiap pelanggan / dikeluarkannya notifikasi penunggakan / dilakukannya manajemen arsip, antara lain disimpannya riwayat negosiasi pembayaran / diarsipkannya riwayat pemutusan air dan sambung ulang.

Adapun dalam pengembangan dan pengintegrasian kegiatan hubungan pelanggan, PDAM kecil dan sedang pada umumnya belum mengeksplor pemanfaatan *database* berbasis aplikasi maupun integrasi SIG (Sistem Informasi Geografis) dengan data akun pelanggan. Selain itu, belum ada keterkaitan antara sistem manajemen pelanggan dengan sistem/unit kerja lainnya. Meskipun terkadang *database* telah dikelola sebagai jaringan penyimpanan informasi penagihan air, umumnya kegiatan hubungan pelanggan adalah sistem yang berdiri sendiri dan belum terintegrasi. Kedepannya, dengan sumber daya yang cukup, PDAM-PDAM sudah mempertimbangkan integrasi sistem *database* dan manajemen hubungan pelanggan secara menyeluruh. Hal ini penting mengingat pemetaan akan memperkaya informasi pelanggan dengan data-data area suspensi air dan tekanan air agar memudahkan pemaparan informasi dan melakukan analisis.

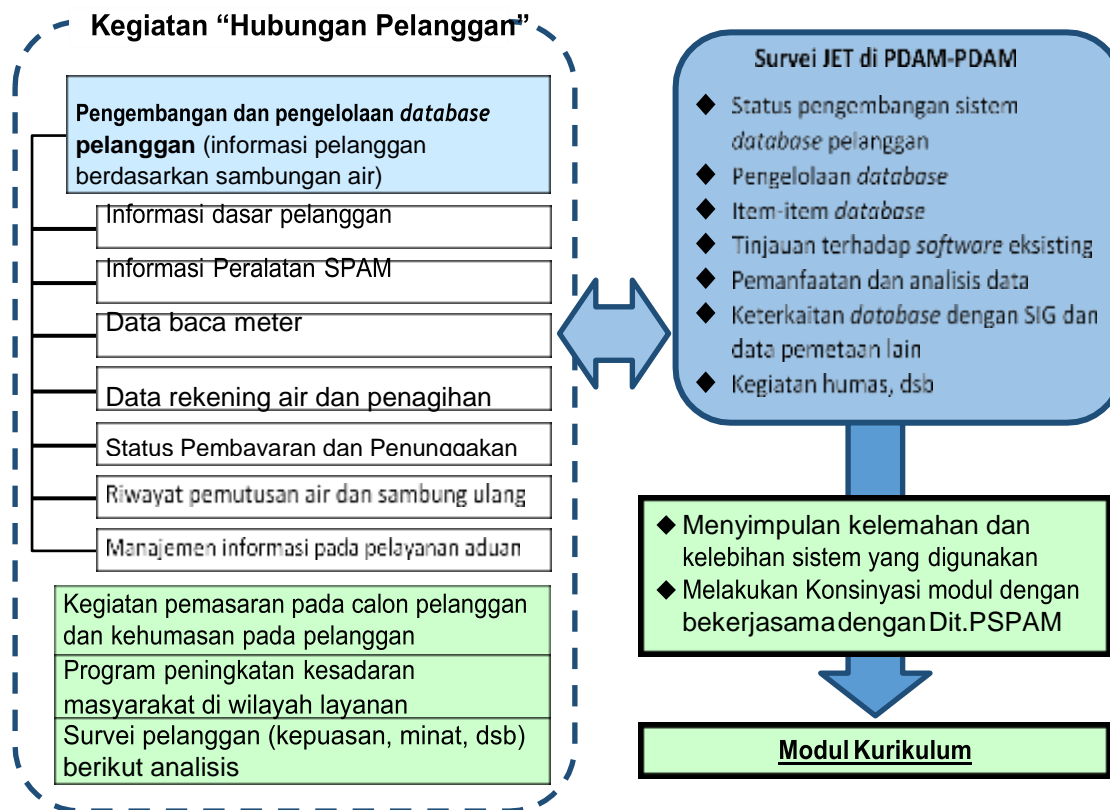
Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar PDAM sudah melakukan kegiatan-kegiatan mendasar seperti menyusun *database*, mengumpulkan informasi penagihan, menindaklanjuti tunggakan meski terdapat data-data seperti data keluhan dan data tunggakan yang dikelola secara terpisah. Kebanyakan PDAM juga telah memiliki data agregat keluhan pelanggan meliputi seluruh kantor cabang. Namun, analisis wilayah terhadap data keluhan belum pernah dilakukan di PDAM-PDAM yang dikunjungi JET.

Padahal, analisis keluhan akan membantu upaya peningkatan pelayanan SPAM. Banyak dari keluhan umumnya berkaitan dengan terputusnya air, volume dan tekanan air yang kecil, serta kualitas air yang keruh/berbau. Dengan mengidentifikasi area yang bermasalah, perusahaan dapat melakukan pembaharuan pipa atau membuat rencana tindak lanjut secara khusus dan efisien.

3. Garis Besar Kurikulum Modul

Konsep dasar manajemen dan bisnis SPAM terdiri dari produksi dan distribusi air, penjualan air, dan pendapatan dari rekening pelanggan. Dalam konteks manajemen hubungan pelanggan hal ini mencakup efektivitas penagihan, pendataan penunggakan, penanganan pelanggan,

pendataan riwayat keluhan dan pertanyaan pelanggan, pendataan baca meter, kegiatan kehumasan dan pemasaran dengan detail pada Skema-1.



Skema-1. Alur Pengembangan Modul

Adapun item konten modul dan kriteria peserta adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Topik-Topik Modul CR

Topik Utama	Item
Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan	#Definisi berdasarkan regulasi yang berlaku #Tugas, peran dan fungsi pelayanan pelanggan
Pengelolaan Akun Pelanggan	#Pengembangan <i>database</i> pelanggan #Analisis <i>database</i> pelanggan
Pembacaan Meter	#Peningkatan <i>skill</i> baca meter (deteksi meter rusak) #Integrasi data dengan <i>database</i> pelanggan
Manajemen Pelanggan	#Analisis keluhan berdasarkan wilayah #Resepsi <i>Call center</i> #Pengukuran arus masuk keluhan #Korespondensi dengan pelanggan yang menunggak
Hubungan Masyarakat (Humas) dan Pemasaran	# <i>Event</i> / Kampanye (Pencegahan sambungan ilegal, Hemat air) #Kelas sosialisasi air / Kunjungan fasilitas PDAM # Survei pelanggan (kepuasan, potensi, kebutuhan, dsb)
Kinerja Pelayanan Pelanggan	#Penilaian terhadap kinerja pelayanan pelanggan

Modul *training* CR akan dikembangkan agar sesuai dengan rancangan maksimal 20 *frame* pengajaran selama 3 hari (termasuk tes, latihan, dan simulasi). Kelas CR tidak akan dibagi dalam level dasar dan lanjut karena implementasi *training* akan menyamaratakan pemahaman materi ajar dengan tujuan:

- Meningkatkan pemahaman peserta mengenai aspek-aspek hubungan pelanggan dan pelayanan pelanggan sebagai salah satu cara meningkatkan kinerja perusahaan yang mudah dan hemat biaya.
- Mendorong peserta memperbaiki, meningkatkan, dan mengintegrasikan sistem hubungan pelanggan di perusahaan masing-masing.
- Memfasilitasi peserta dan pembina untuk saling berbagi pandangan dan pengalaman terkait kegiatan hubungan pelanggan secara terarah.
- Mengarahkan peserta Program COE agar memiliki rencana pengembangan kegiatan hubungan pelanggan, khususnya hubungan masyarakat.

Untuk keterangan terkait kriteria peserta agar modul ini tepat sasaran, antara lain sebagai berikut:

- ***Training Tingkat Provinsi:***

- Jabatan *supervisor* (setara atau lebih tinggi) di bidang hubungan pelanggan / hubungan masyarakat / pemasaran / pembaca meter di Penyelenggara SPAM
- Lama bekerja di bidang tersebut minimal 2 tahun
- Pernah mengikuti pelatihan di bidang hubungan pelanggan diutamakan
- Pendidikan min. D3 atau setara
- Mampu mengoperasikan komputer, minimal aplikasi Microsoft Office

- ***Training Tingkat Kabupaten/Kota:***

- Level staf di bidang hubungan pelanggan / hubungan masyarakat / pemasaran / pembaca meter di Penyelenggara SPAM
- PDAM asal telah memiliki bagian / divisi / seksi / unit di bidang hubungan pelanggan, pelayanan pelanggan, pemasaran (atau setara); atau PDAM berminat mengembangkan bagian / divisi / seksi / unit tersebut.
- Lama bekerja di bidang tersebut minimal 2 tahun
- Pendidikan minimal SMA atau setara

BAB 1

Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan

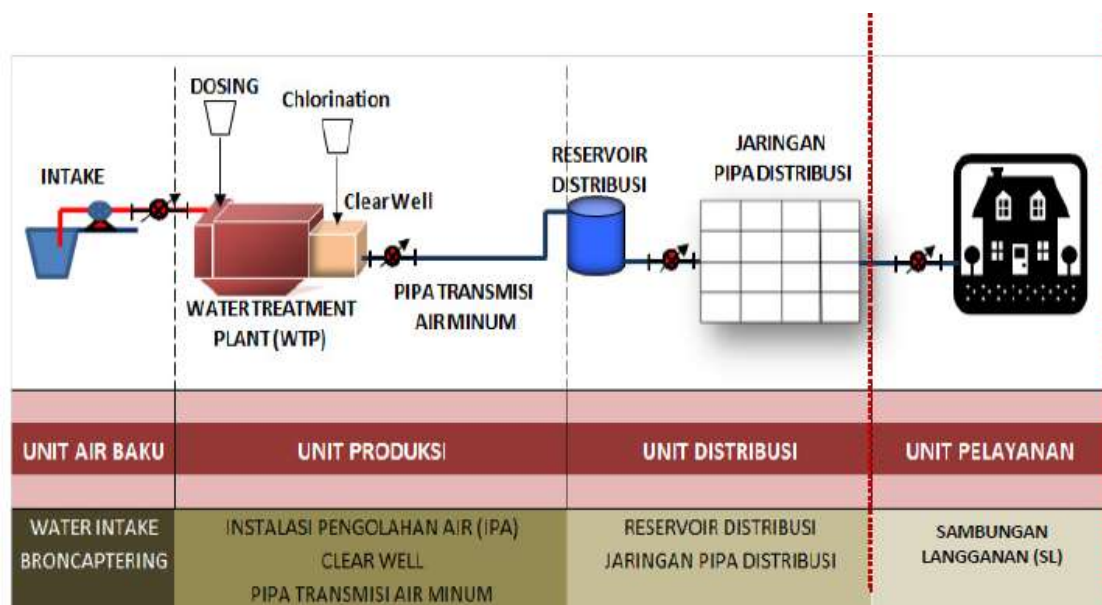
Bab I

Gambaran Umum Pelayanan Pelanggan

Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) merupakan satu kesatuan sistem fisik (teknik) dan non fisik dari prasarana dan sarana air minum. Penyelenggaraan SPAM umumnya menjadi tanggung jawab pemerintah dan/atau pemerintah daerah (dalam bentuk PDAM) sesuai dengan kewenangannya guna memenuhi kehidupan yang sehat, bersih dan produktif, namun juga dapat menjadi bisnis pelayanan perusahaan swasta.

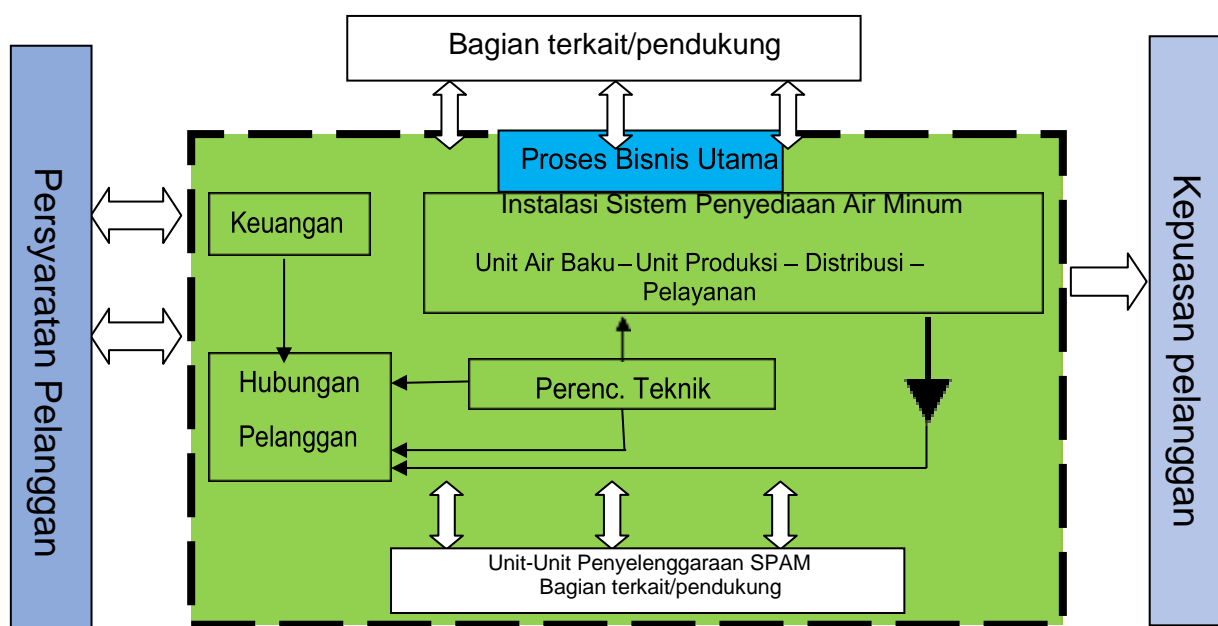
Umumnya, penyelenggara SPAM memiliki dua kegiatan utama yaitu melaksanakan pengembangan dan pengelolaan SPAM yang dalam kegiatannya dijalankan oleh unit-unit yang mengacu pada pengembangan dan pengelolaan SPAM. Pengembangan SPAM harus berdasarkan aspek-aspek pemenuhan kuantitas, kualitas dan kontinuitas air. Unit-unit tersebut antara lain **unit air baku**, **unit produksi**, **unit distribusi**, **unit pelayanan** dan **unit pengelolaan**.

Unit air baku dan unit produksi biasanya digabungkan dalam bagian produksi walau ada juga yang terpisah. Unit distribusi terkadang disebut juga bagian distribusi. Unit pengelolaan cenderung mengarah pada kegiatan produksi yang spesifik pengelolaan secara teknis. Unit pelayanan juga dikenal sebagai hubungan pelanggan. Pengelolaan secara non teknis bisa masuk dalam bagian manajemen, keuangan, dan pengelolaan perusahaan. Sistem penyediaan air minum diskemakan dalam gambar dibawah ini:



Skema-2. Diagram Alir Sistem Penyediaan Air Minum

Pengelolaan secara non teknis bisa masuk dalam bagian manajemen, keuangan, dan pengelolaan perusahaan. Posisi hubungan pelanggan dapat dilihat dalam skema berikut:



Skema-3. Unit-Unit Penyelenggaraan SPAM

Terlihat bahwa pelayanan pelanggan menjembatani dua pihak utama yaitu pelanggan dan perusahaan. Hubungan keduanya bersifat resiprokal baik dari segi respon maupun hak dan kewajiban. Pelanggan memiliki persyaratan (dalam hal ini hak perusahaan) juga memiliki klausul yang wajib dipenuhi perusahaan (hak pelanggan). Unit Pelayanan Pelanggan dalam Penyelenggara SPAM wajib memastikan tersedianya layanan berkualitas dengan harga terjangkau, agar keseimbangan kepentingan antara pelanggan dan Penyelenggara SPAM dan efisiensi cakupan pelayanan air minum dapat tercapai.

Oleh karena itu, petugas *Customer Relation* (CR) harus memahami Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) serta proses bisnis (unit kerja yang ada dan hubungan kerja antar unit tersebut) yang ada di PDAM masing-masing.

1.1. Definisi

Pelayanan Pelanggan berperan mengelola hubungan perusahaan dengan pelanggan di dalam sistem bisnis dengan jangka waktu yang berkesinambungan. Pada umumnya, kegiatannya dapat mencakup pelayanan terhadap pelanggan dan calon pelanggan (sambungan baru dan buka kembali), serta pembacaan meter air dan perekeningan. Pelayanan Pelanggan dalam Penyelenggara SPAM merupakan posisi vital dalam perusahaan yang berkontribusi sebagai pintu masuk pendapatan melalui proses sambungan pelanggan dan pencatatan meter, dan sebagai pembawa citra perusahaan yang berhadapan langsung dengan pelanggan.

Umumnya terminologi pelayanan pelanggan dapat berbeda di satu Penyelenggara SPAM dengan yang lainnya. Penggunaan istilah *Customer relation management* diatur dalam Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 422 Tahun 2014 tentang Penetapan SKKNI Kategori Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah Daur Ulang, Pembuangan dan

Pembersihan Limbah dan Sampah Golongan Pokok Pengadaan Air Bidang Pengelolaan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) sebagai Pelayanan Pelanggan.

Adapun dalam praktiknya, pelayanan pelanggan telah diistilahkan dengan terminologi-terminologi sebagaimana terlihat pada tabel-2. Silakan masukan terminologi dan definisi Anda sendiri sembari berdiskusi dengan Penyelenggara SPAM lainnya.

Tabel-2. Definisi Terminologi (Latihan)

No.	Terminologi	Definisi / Keterangan
1.	Hubungan pelanggan	- Kegiatan yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, mencakup layanan pengaduan dan permintaan. - Kesimbangan yang diwujudkan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan harapan calon pelanggan/pelanggan yang dilandasi prinsip-prinsip hak dan kewajiban pelanggan dan pengusaha (SPAM) (sumber : presentasi Maria Jacobus modul "Membangun Hubungan Pelanggan" <i>Membangun Kepercayaan disetiap tetesnya PT Adhya Tirta Batam</i>)
2.	Pelayanan pelanggan	Rangkaian kegiatan yang terdiri dari: - penyediaan saluran pengaduan - penerimaan pengaduan pelanggan - pendataan dan analisis aduan - penerimaan umpan balik - pelaksanaan evaluasi dan kontrol mutu terhadap penyelesaian aduan pelanggan terhadap pelanggan, dan upaya peningkatan kepuasan pelanggan lainnya
3.	Pengaduan pelanggan	Bentuk umpan balik pelanggan kepada perusahaan atas kondisi pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan yang dijanjikan.
4.	Manajemen Pelanggan	Sistem informasi terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas pelayanan perusahaan melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan/pelanggan, antara lain: pusat panggilan (<i>call center</i>), tenaga penjualan (<i>sales force</i>), pemasaran, dukungan teknis (<i>technical support</i>) dan layanan lapangan (<i>field service</i>).
5.	Pemasaran	Suatu sistem dan kegiatan bisnis yang mencakup perencanaan, penentuan harga, distribusi, dan promosi atas barang/jasa agar dapat memenuhi keinginan/kebutuhan pasar dan tujuan pemasaran bagi perusahaan melalui proses pertukaran. (SKKNI 170/2016)
6.	<i>Customer Relation Management</i>	CRM dalam bahasa Indonesia adalah manajemen hubungan pelanggan, yakni strategi pemasaran perusahaan agar pelanggan/calon pelanggan tetap membeli produk atau memakai jasa mereka. CRM merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkesinambungan dengan para <i>stakeholder</i> , termasuk pelanggan. CRM adalah suatu sistem pengelolaan hubungan pelanggan yang dapat di- <i>custom</i> , bersifat <i>real time</i> untuk mengelola pelanggan dan melakukan personalisasi produk/jasa berdasarkan input pelanggan menyangkut hubungan perusahaan dengan konsumen yang meliputi penjualan, pemasaran, data-data penjualan dan pelayanan, anggapan dari pelanggan. (SKKNI 170/2016)

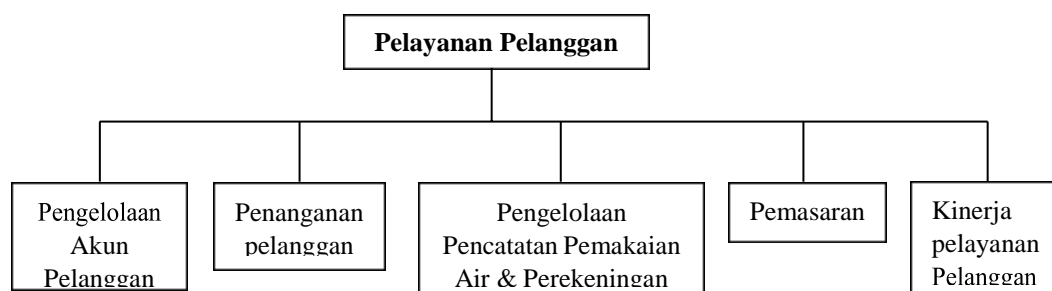
Penyelenggara SPAM dapat menjelaskan tanggung jawab unit pelayanan dalam kontrak

berlangganan dengan pelanggan, yang umumnya terdiri dari:

1. Menyalurkan layanan air bersih,
2. Mendokumentasi data pelanggan yang masuk saat pemasangan sambungan baru,
3. Memberikan pelayanan pelanggan baik dari segi penanganan aduan, penerimaan dan penyaluran informasi,
4. Menjawab pertanyaan dan permohonan pelanggan,
5. Mengelola data baca meter dan rekening air dan perhitungan pemakaian air bersih,
6. Menginformasikan beban kewajiban pembayaran, mengeluarkan tagihan, dan memberlakukan sanksi kepada pelanggan menunggak, serta meneruskan data penunggakan rekening untuk ditindaklanjuti pihak terkait,
7. Melakukan upaya edukasi masyarakat dan kegiatan pemasaran terkait layanan SPAM.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan merupakan suatu sistem manajemen yang bertujuan meningkatkan citra perusahaan dimana didalamnya terdapat kegiatan yang terstruktur dan termonitor mencakup pengelolaan dan analisis informasi pelanggan, ekstrasi keluhan dan permintaan pelanggan, serta penindaklanjutan masalah pelanggan sehingga umpan balik pelanggan dapat diperoleh secara jelas, efektif, dan terintegrasi.

Pada skema di bawah ini, Penyelenggara SPAM memiliki kegiatan operasional yang fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Beberapa diantaranya adalah dengan mengembangkan *Quality Assurance* atau pemantauan kualitas yang berfungsi mengukur dan memantau seluruh kegiatan yang terkait hubungan pelanggan sehingga memenuhi SOP (Standar Operasional Prosedur) dan KPI (*Key Performance Indicator*/Indikator Kinerja) di PDAM.



Skema-4. Definisi Operasi Pelayanan Pelanggan

1.1.1. Hak dan Kewajiban Terkait Pelayanan Pelanggan

Pelayanan Pelanggan bermanfaat dalam menjaga hak dan kewajiban kedua belah pihak antara pelanggan dengan Penyelenggara SPAM. Perwujudan keseimbangan hak dan kewajiban dalam pelayanan penyediaan air minum dapat dituangkan pada kontrak pelanggan, dan/atau ketentuan-ketentuan tentang pelayanan penyediaan air minum, termasuk diantaranya tentang pelayanan pengaduan dan penerapan sanksi.

Penyelenggara SPAM harus dapat memantau dan mengevaluasi apakah Penyelenggara

SPAM dan pelanggan sudah sama-sama terpenuhi hak dan menjalankan kewajibannya. Analisis dokumen kontrak dapat menjadi dasar evaluasi hubungan timbal-balik dan tercapainya keseimbangan hak dan kewajiban. Ketentuan tentang keseimbangan, khususnya tentang Hak dan Kewajiban antara Penyelenggara dengan Pelanggan SPAM, dapat dilihat di PP No. 122 Tahun 2015 tentang SPAM.

1.1.1.1 Definisi Hak dan Kewajiban Penyelenggara SPAM

Kewajiban Penyelenggara SPAM adalah menyediakan air minum yang berkualitas yang sesuai dengan standar kesehatan. Dengan melakukan kewajiban maka perusahaan berhak menerima pembayaran dari pelanggan (kewajiban pelanggan) sebesar tarif sesuai dengan aturan yang berlaku. Pada dasarnya, Penyelenggara SPAM memiliki Regulasi terkait Sistem Penyediaan Air Minum yang dituangkan dalam ketentuan berlangganan.

Ketentuan berlangganan sifatnya saling mengikat kedua pihak, baik Penyelenggara SPAM sebagai penyedia layanan, dengan pelanggan selaku konsumen. Dengan landasan regulasi yang ada, Penyelenggara SPAM harus mampu memberikan pelayanan yang berkesinambungan sementara pelanggan juga terikat untuk memenuhi ketentuan pembayaran atas layanan air minum. Beberapa peraturan terkait SPAM dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel-3. Referensi Dasar Hukum Penyelenggara SPAM

No.	Judul Peraturan	Isi
1.	Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	<p>Pasal I</p> <p>Dalam undangundang ini yang dimaksud dengan:</p> <p>1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen</p>
2.	Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 122 Tahun 2015 Tentang SPAM	<p>Bab 1 Pasal 1 Ayat 7</p> <p>Penyelenggaraan SPAM adalah serangkaian kegiatan dalam melaksanakan pengembangan dan pengelolaan sarana dan prasarana yang mengikuti proses dasar manajemen untuk penyediaan Air Minum kepada masyarakat.</p> <p>Bab 1 Pasal 2 Ayat 1 dan 2</p> <p>(1) SPAM diselenggarakan untuk memberikan pelayanan Air Minum kepada masyarakat untuk memenuhi hak rakyat atas Air Minum.</p> <p>(2) SPAM diselenggarakan dengan tujuan untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> tersedianya pelayanan air minum untuk memenuhi hak rakyat atas Air Minum; terwujudnya pengelolaan dan pelayanan Air Minum yang berkualitas dengan harga yang terjangkau; tercapainya kepentingan yang seimbang antara pelanggan dan BUMN, BUMD, UPT, UPTD, Kelompok Masyarakat, dan Badan Usaha; dan tercapainya penyelenggaraan Air Minum yang efektif dan efisien untuk memperluas cakupan pelayanan Air Minum.

3.	Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Publik	II. Hakekat Pelayanan Publik III. Asas Pelayanan Publik V. Penyelenggaraan Pelayanan Publik Khususnya pada Butir V (Penyelenggaraan Pelayanan Publik) mencakup: A. Prinsip Pelayanan Publik B. Standar Pelayanan Publik C. Pola Penyelenggaraan Pelayanan Publik D. Biaya Pelayanan Publik E. Pelayanan bagi Penyandang Cacat, Lanjut Usia, Wanita Hamil, dan Balita F. Pelayanan Khusus G. Biro Jasa Pelayanan H. Tingkat Kepuasan Masyarakat I. Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik J. Penyelesaian Pengaduan dan Sengketa K. Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pelayanan Publik L. Penyusunan Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Pelayanan Publik
4.	Peraturan Kementerian PUPR No. 20 Tahun 2016	
5.	Peraturan Kementerian PUPR No. 27 Tahun 2016	

Selain yang tertera di atas ini, referensi Peraturan terkait dengan kegiatan Pelayanan Pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 1974 Tentang Pengairan
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 122 Tahun 2015 Tentang SPAM
5. Permendagri No. 02 tahun 2007 tentang Organisasi dan Kepegawaian Perusahaan Daerah Air Minum
6. Peraturan Menteri PU Nomor 27 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan SPAM
7. Permendagri Nomor 70 Tahun 2016 tentang Pedoman Pemberian Subsidi dari Pemerintah Daerah Kepada Badan Usaha Milik Daerah Penyelenggara Sistem Penyediaan Air Minum
8. Permendagri Nomor 71 Tahun 2016 tentang Perhitungan dan Penetapan Tarif Air Minum
9. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Publik
10. Keputusan Menteri Ketenagakerjaan No. 170 Tahun 2016 Tentang SKKNI Manajemen Hubungan Pelanggan
11. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.

1.1.1.2 Definisi Hak dan Kewajiban Pelanggan

Perwujudan keseimbangan dalam pelayanan penyediaan air minum dapat dituangkan dalam kontrak pelanggan dan/atau ketentuan-ketentuan tentang pelayanan penyediaan air minum pada rumusan hak dan kewajiban bagi pelanggan maupun Penyelenggara SPAM termasuk di antaranya, ketentuan tentang pengaduan pelanggan dan sanksi. Terkait dengan hak dan kewajiban pelanggan terdapat referensi sebagai berikut:

Tabel-4. Referensi Dasar Hukum bagi Konsumen

No.	Judul Peraturan		Hak	Kewajiban
1.	Undang-Undang No. 8 Tahun 1999	Tentang Perlindungan Konsumen	Hak atas kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang/jasa; hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk membela diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.	Konsumen wajib mengikuti prosedur pemanfaatan barang/jasa; wajib beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/jasa dan membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
2.	PP No. 122 Tahun 2015 Bab VII Pasal 53	Tentang Sistem penyediaan Air Minum	Hak pelanggan dalam memperoleh pelayanan air minum yang memenuhi syarat kualitas, kuantitas dan kontinuitas sesuai standar, berhak memperoleh informasi terkait struktur dan besaran tarif, memperoleh tagihan, dan mengetahui keadaan khusus yang berpotensi menyebabkan perubahan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas pelayanan.	Pelanggan berkewajiban membayar tagihan atas jasa pelayanan sesuai jumlah air yang digunakan, menghemat penggunaan air minum, memelihara sarana dan prasarana SPAM seperti meter air mengikuti petunjuk dan prosedur yang ditetapkan SPAM, dan memberikan informasi yang akurat terkait penggunaan dan kondisi air yang digunakan
3.	Permenkes 492/Menkes/Per/IV/2010	Persyaratan Kualitas Air Minum	Mengenai kualitas air yang memenuhi syarat aman bagi kesehatan sesuai parameter-parameter yang berlaku.	

Peraturan terkait penyediaan air minum ini tentunya harus ditaati kedua belah pihak. Dengan landasan regulasi yang ada, Penyelenggara SPAM harus mampu memberikan pelayanan yang berkesinambungan sementara pelanggan juga terikat dalam memenuhi ketentuan pembayaran atas layanan air minum.

1.2 Peran Pelayanan Pelanggan

Peran Pelayanan Pelanggan sebenarnya sudah berjalan sejak seseorang masih menjadi pelanggan potensial, calon pelanggan, hingga akhirnya menjadi pelanggan. Pelayanan Pelanggan menekankan pada aspek "bagaimana menghimpun masyarakat menjadi pelanggan" hingga "bagaimana meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap layanan". Oleh karena itu, Penyelenggara SPAM harus dapat menyediakan layanan berkualitas dengan harga terjangkau dan mewujudkan pemenuhan hak dan kewajiban antara pelanggan dan Penyelenggara SPAM.

Pelayanan Pelanggan sejatinya merupakan proses hulu ke hilir dalam melayani pelanggan, mempertahankan pelanggan, mengidentifikasi faktor-faktor penting bagi pelanggan, menangani keluhan pelanggan, menjalankan prinsip *customer-oriented*, dan mendokumentasikan informasi dalam proses bisnis sehingga menjadi sumber data yang komprehensif. Peran pelayanan pelanggan tidak terbatas pada penginputan data pelanggan (*database*) namun juga mencakup:

1. Identifikasi faktor-faktor yang penting bagi pelanggan dalam upaya pemenuhan kepuasan pelanggan
2. Menjaga relasi dengan pelanggan
3. Mencatat dan menyusun informasi pelanggan

4. Membangun suatu proses hubungan pelanggan dalam melayani pelanggan
5. Menangani keluhan dan permintaan pelanggan
6. Mencatat dan mengikuti semua aspek analisa pelayanan
7. Membuat informasi tentang gangguan layanan
8. Mengadopsi perbaikan pelayanan berdasarkan sudut pandang pelanggan
9. Menyediakan edukasi dengan membangun hubungan pelanggan.

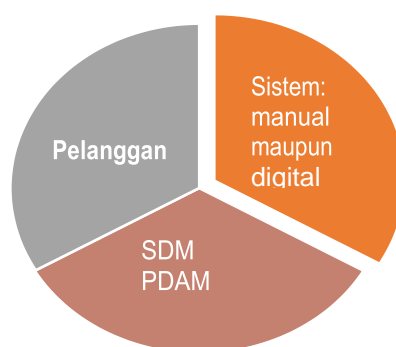
Di bawah ini adalah subbahasan tugas, fungsi, komponen dan manfaat pelayanan pelanggan.

1.2.1. Tugas, Fungsi, Komponen, dan Manfaat Pelayanan Pelanggan

Sebagai penyedia air yang dominan di pasarnya, pelanggan akan menerima berapapun tarif yang diatur Penyelenggara SPAM. Akan tetapi, pelayanan yang diberikan tentu harus sepadan. Disini, Pelayan Pelanggan bertugas menyelaraskan tujuan bisnis Penyelenggara SPAM dengan harapan pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, melakukan *branding image* / citra perusahaan, dan memastikan efisiensi bisnis.

Fungsi pelayanan pelanggan dalam organisasi penyelenggaraan SPAM memiliki kegiatan-kegiatan kecil dengan operasi minimum, namun demikian fungsi pelayanan pelanggan tidak dapat dilepas dari Penyelenggaraan SPAM. Pelayanan pelanggan berfungsi dalam memperjelas batasan hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta menjadi pen jembatan antara Penyelenggara SPAM dengan pelanggan.

Pada praktiknya, pelayanan pelanggan seringkali dipersempit dengan menerima telepon keluhan pelanggan atau penyusunan *database*, padahal kegiatan tersebut hanya salah satu lingkup kecil dari keseluruhan kegiatan pelayanan pelanggan. Penerimaan keluhan dan penyusunan *database* bukanlah kegiatan tanpa tujuan. Jika diiringi dengan teknik analisis dan strategi yang baik, kedua hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh Penyelenggara SPAM.



Skema-5. Komponen Pelayanan Pelanggan

Dalam pelaksanaannya, pelayanan pelanggan terdiri dari tiga komponen utama sebagaimana terlihat pada skema-5., yakni pelanggan, SDM Penyelenggara SPAM, dan sistem. Pada prinsipnya, pelanggan merupakan subjek atas terselenggaranya kegiatan hubungan pelanggan, yakni setiap orang, badan hukum, badan usaha atau lembaga lainnya dalam wilayah pelayanan yang tersambung secara sah pada jaringan distribusi dan mendapatkan pelayanan air bersih berdasarkan ketentuan berlangganan air bersih.

Sementara itu, SDM Penyelenggara SPAM adalah sumber daya manusia yang bertugas dalam organisasi yang kegiatan bisnisnya adalah melayani dan mendistribusikan air bersih kepada pelanggan, yakni masyarakat sekitarnya. Selain kedua komponen tersebut, adanya sistem yakni fasilitas jaringan, infrastruktur dan teknologi merupakan merupakan komponen yang sangat menentukan cara berjalannya kegiatan pelayanan pelanggan.

Jika sistem pelayanan masih dilakukan secara manual, misalnya pembukuan secara tertulis atau pengolahan data informasi yang belum terintegrasi, umumnya kegiatan pelayanan akan memakan waktu yang lebih lama. Selain itu, pemantauan yang lebih ketat juga diperlukan untuk memastikan akurasi, efisiensi, dan efektivitas dibandingkan dengan sistem yang sudah memanfaatkan teknologi komputer, jaringan internet, dan komunikasi yang handal dan stabil.

Pengolahan dan pengelolaan data dan pemberian layanan secara manual sebenarnya tidak masalah dan sejatinya harus disesuaikan kapasitas dan kapabilitas tiap-tiap Penyelenggara SPAM. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa pemanfaatan teknologi akan mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan pelayanan dan operasional Penyelenggara SPAM secara umum.

Pada tabel berikut, dapat dilihat bahwa salah satu manfaat pelayanan pelanggan berkaitan dengan penurunan NRW (menemukan indikasi kebocoran, meter rusak, dan sambungan ilegal). Hal ini memang sangat mungkin mengingat pengumpulan data yang relevan dan pemanfaatan *database* secara optimal dapat membantu Penyelenggaraan SPAM, khususnya yang kecil, agar dapat melakukan tindakan preventif terkait NRW dengan anggaran minimum berdasarkan hasil analisis data pelanggan.

Tabel-5. Manfaat Pelayanan Pelanggan

Bagi PDAM	Bagi Pelanggan
Memahami dan dapat menyampaikan hak, kewajiban dan larangan bagi pelanggan.	Memahami hak, kewajiban dan larangan sebagai pelanggan.
Memahami proses dan meningkatkan akurasi pencatatan pemakaian air.	Mengetahui lingkup dan kondisi pelayanan penyediaan air minum yang dilakukan oleh PDAM.
Memahami pentingnya pemutakhiran <i>database</i>	Memahami klasifikasi tarif.
Menemukan indikasi meter rusak, sambungan ilegal, dan indikasi kebocoran dengan menganalisis data pelanggan	Memahami sanksi atas pelanggaran kewajiban dan penyelesaian sengketa.
Dapat memberlakukan sanksi atas atas pelanggaran kewajiban	Memahami syarat dan ketentuan tentang pembayaran pemakaian air.
Bisnis sehat, keluhan pelanggan berkurang, memperoleh input dari pelanggan terkait pelayanan air bersih, dapat meningkatkan pendapatan	Meningkatkan komunikasi dan kepuasan pelanggan.
Memahami batasan kepemilikan jaringan/pipa di persil pelanggan	

Manfaat pelayanan pelanggan sangat praktis mengingat survei kebocoran dan metode-metode teknis lainnya memerlukan pengalaman, kemampuan, dan usaha yang lebih besar baik dari segi keterampilan, kebugaran fisik, serta alokasi waktu guna melakukan pengecekan berkala di lapangan. Analisis data pelanggan akan bermanfaat terutama bagi Penyelenggara SPAM dengan SDM terbatas untuk melakukan perhitungan dan perbandingan data sehingga

Penyelenggara SPAM dapat menetapkan wilayah prioritas kroscek dan konstruksi sehingga kegiatan lapangan dapat dilakukan secara terencana dalam waktu yang lebih singkat.

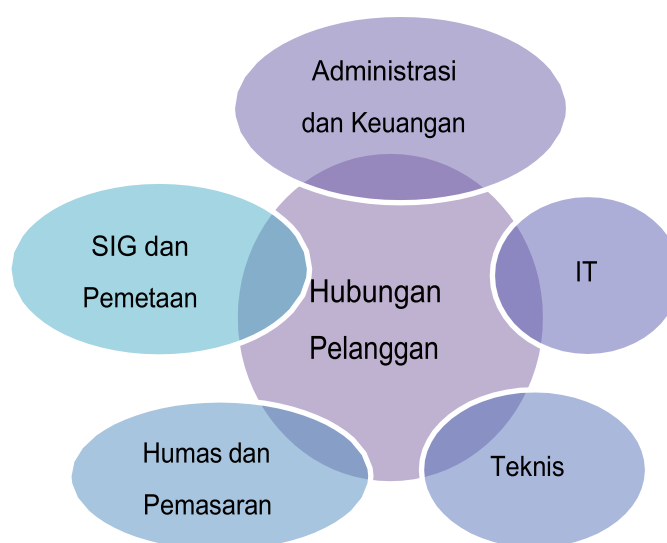
1.2.2. Relasi dalam Pelayanan Pelanggan

Kegiatan pelayanan pelanggan sebenarnya telah dilaksanakan oleh Penyelenggara SPAM. Namun, karena peran dan kegiatannya yang tumpang tindih antara satu divisi dengan divisi lainnya terutama di organisasi yang kecil dengan jumlah pegawai yang sedikit, terkadang tugas, peran, dan fungsinya tidak terlihat sebagai satu divisi yang berdiri sendiri. Akan tetapi justru dengan adanya tumpang tindih, divisi-divisi yang ada dapat bekerjasama dalam mengakses dan memperbaharui data pelanggan.

Dalam struktur organisasi Penyelenggara SPAM, peran dasar pelayanan pelanggan adalah sebagai penyedia informasi, penyusun *database*, dan pengolah serta pengelola informasi. Jabatan yang paling relevan di Penyelenggara SPAM biasanya terdapat di Bagian Umum atau bagian spesifik sesuai masing-masing Penyelenggara SPAM yang dapat berada di tingkat departemen, bagian, seksi, divisi, dsb.

Adanya keterkaitan erat dengan divisi atau bagian lain sangat penting, khususnya dalam menentukan sebuah proses pemenuhan penyelesaian keluhan dan permintaan pelanggan akibat posisinya yang strategis di organisasi Penyelenggara SPAM, baik dari segi *output*, kesinambungan peran, karakteristik, tugas kerja, dan ruang lingkupnya yang dapat menjembatani pelanggan, Penyelenggara SPAM serta divisi-divisi di dalam organisasi itu sendiri.

Pada skema di bawah ini dapat terlihat keterkaitan hubungan pelanggan dengan kegiatan divisi lain. Adapun dalam penyelenggaraan kegiatan pelayanan pelanggan, unit pelayanan tidak bisa lepas dari bagian lain dalam organisasi penyelenggara SPAM. Ilustrasinya dijabarkan di skema berikut ini.



Skema-6. Keterkaitan Kegiatan Pelayanan Pelanggan dengan Divisi Lain

Dalam praktiknya, hubungan bagian pelayanan pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pelayanan Pelanggan dan Keuangan dapat berhubungan dalam mendapatkan dukungan anggaran guna merealisasikan program-program seperti kegiatan administrasi, pelayanan, sosialisasi dan pemasaran produk maupun jasa. Disisi lain bagian pelayanan pelanggan juga membantu bagian keuangan dalam rangka memberikan informasi yang akurat atas penggunaan air pelanggan sebagai dasar penentuan besarnya pendapatan/penjualan air perusahaan.
2. Pelayanan Pelanggan dengan bagian Perencanaan Teknis yaitu pada saat menentukan spek Sambungan Rumah (SR) pelanggan, baik yang sifatnya tipikal (standar) maupun yang sifatnya pengembangan yaitu membutuhkan tambahan jaringan.
3. Pelayanan pelanggan dengan Distribusi berkaitan dengan pemasangan jaringan dan distribusi air baik dari sisi kuantitas, kualitas, kontinuitas dan keterjangkauan. Bagian Pelayanan Pelanggan berhak mengetahui informasi dari bagian Distribusi maupun bagian terkait tentang kondisi aliran saat ini, untuk dapat memberikan informasi yang tepat dan relevan atas gangguan atau masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan.

Kualitas hubungan pelanggan bergantung pada waktu dan upaya yang dialokasikan Penyelenggara SPAM dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui pemberian informasi terkait kegiatan yang dilakukan, adanya perubahan layanan, gangguan, hingga dalam menginisiasi kerjasama untuk mengisi survei kepuasan. Implementasi kegiatan hubungan pelanggan yang baik tentunya akan meningkatkan efisiensi bisnis dan pelayanan Penyelenggara SPAM.



BAB 2

Pengelolaan Akun Pelanggan

Modul Pelayanan Pelanggan

Bab II

Pengelolaan Akun Pelanggan

2.1. Definisi

Kegiatan hulu Pelayanan Pelanggan bermula pada pengelolaan akun pelanggan. Sekilas data-data aku pelanggan yang dikumpulkan mungkin terlihat tidak berarti dan tidak saling berkaitan. Namun, pengumpulan data secara komprehensif yang kemudian dikembangkan menjadi *database* terintegrasi akan membantu perusahaan memperoleh informasi statistik. Informasi statistik dapat membantu perusahaan mengevaluasi status penyelenggaraan bisnis sebagai dasar strategi kegiatan di masa depan.

Data akun pelanggan dapat diperoleh dari formulir berlangganan yang kemudian dilanjutkan dengan proses pemilihan, pengumpulan, pemilahan, dan penyusunan data yang dibutuhkan ke *database*. Jika Penyelenggara SPAM telah memiliki departemen/divisi yang bertanggung jawab secara langsung, maka penting untuk mengatur alur koordinasi dan pertanggungjawaban akses dan pemutakhiran data pelanggan.

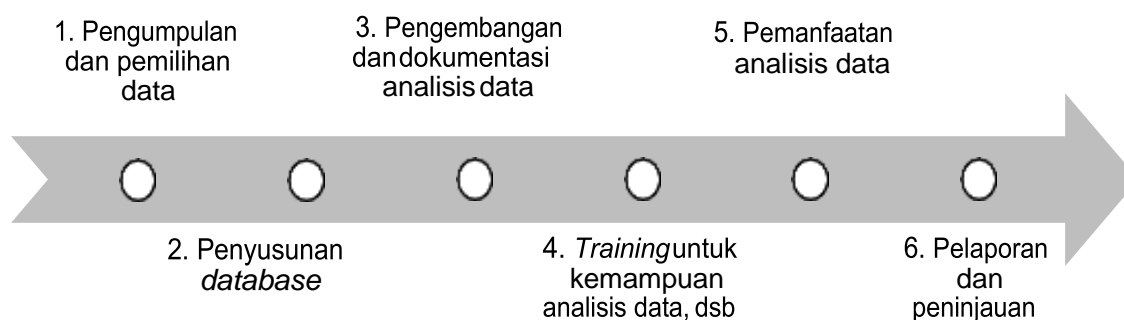
Data juga dapat dilengkapi dengan wawancara maupun survei lapangan sehingga *database* pelanggan bisa terkroscek dan menjadi lebih komprehensif. Wawancara dan survei dapat dilakukan saat menentukan kategori pelanggan, melakukan survei potensi pelanggan, SKP, maupun saat-saat lain dimana perusahaan berhubungan dengan pelanggan.

2.2. Mengelola Data Pelanggan

Dalam aspek pengelolaan akun pelanggan, peran pelayanan pelanggan bermula dari saat input dan proses data dari formulir berlangganan yang diisi saat calon pelanggan mengajukan keinginan berlangganan. Unit pelayanan kemudian memproses aplikasi ke bagian teknis penyambungan lalu secara kontinu memutakhirkan dan memvalidasi data calon pelanggan dan pelaksanaan pemasangan sambungan baru.

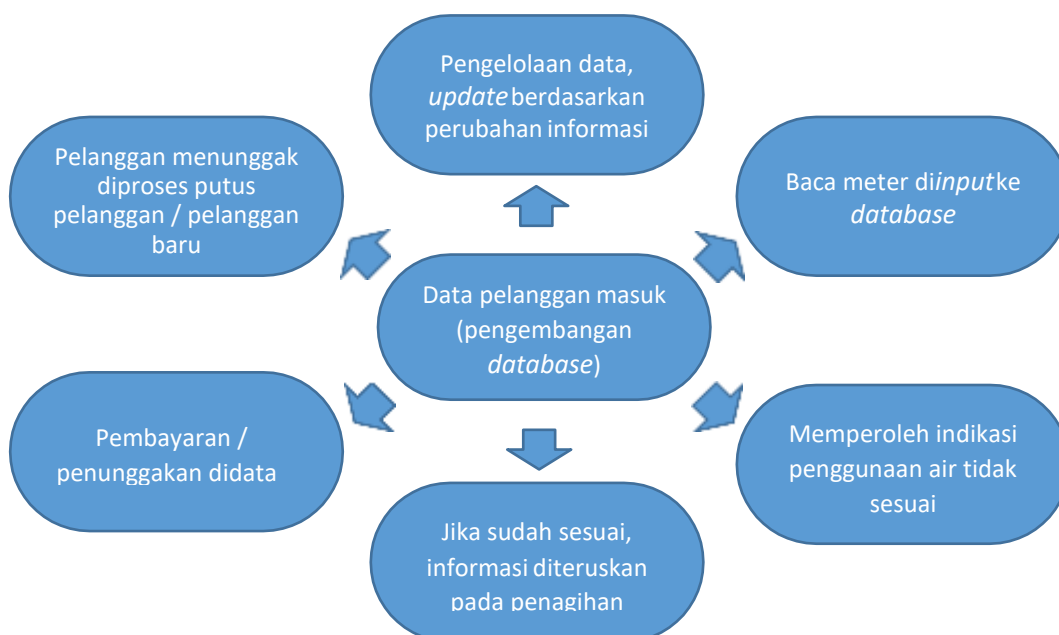
Hampir semua Penyelenggara SPAM telah melaksanakan kegiatan ini. Pengelolaan akun pelanggan sendiri merupakan salah satu kegiatan dasar yang paling sederhana dalam pelayanan pelanggan. Dari akun pelanggan inilah, Penyelenggara SPAM dapat menganalisis data untuk memperoleh hasil pembacaan meter air dan jumlah tagihan air. Tanpa data-data pelanggan yang memadai, hal ini mustahil dilakukan.

Pentingnya kegiatan pelayanan pelanggan seringkali luput dari kesadaran. Padahal hal ini adalah elemen utama bagi kegiatan operasional Penyelenggaraan SPAM. Proses pengelolaan data pelanggan dapat dilihat pada alur kerja sebagai berikut.

Skema-7. Proses Pengelolaan *Database*

Pada dasarnya, pengelolaan akun pelanggan mencakup i) kegiatan pengumpulan dan pemilihan data dari informasi pelanggan yang masuk, ii) data pelanggan disusun dalam satu *database*, iii) *database* yang disusun dianalisis sesuai dengan kebutuhan Penyelenggara SPAM, iv) kompetensi pegawai ditingkatkan khususnya dalam menganalisis data yang dikumpulkan, v) memanfaatkan hasil analisis sesuai dengan kebutuhan, vi) melakukan pelaporan dan peninjauan kegiatan pengelolaan data dan hasil pemanfaatan analisis *database*.

Hal lain yang perlu dipersiapkan oleh Penyelenggara SPAM dalam mengelola akan pelanggan adalah merancang alur kerja proses kerja yang jelas dan mengatur frekuensi pengerjaannya. Proses siklus pengelolaannya pada Skema-8.



Skema-8. Siklus Pengelolaan Akun Pelanggan

2.2.1. Item Informasi dalam Akun Pelanggan

Bagi Penyelenggara SPAM, dalam memulai penyusunan item informasi akun pelanggan, perlu diperhatikan hal-hal berikut. Satu penyelenggara SPAM dan yang lainnya dapat membandingkan dan bertukar pikiran mengenai teknik, metode, dan data yang dikumpulkan di tiap-tiap organisasinya.

Tabel-6. *Checklist* dalam Proses Kerja Pengelolaan Akun Pelanggan (Latihan)

No.	Item	✓	Keterangan
1.	Metode input		
2.	<i>Software</i> / Manual		
3a.	Data yang dibutuhkan		
3b.	Data mudah dikumpulkan		
4.	Frekuensi <i>update</i>		

Tabel di atas akan membantu menemukan bahwa pada dasarnya, metode pengumpulan data, pemilihan data yang akan diinput, penggunaan *software* yang cocok, serta input data yang lengkap dan berkelanjutan merupakan elemen utama dalam pengelolaan akun pelanggan. Penyelenggara SPAM dapat saling membandingkan kesamaan dan perbedaan dalam item data yang dikumpulkan dengan mengisi tabel di atas.

Pada dasarnya, tidak ada "data yang tidak berguna". Semua item data memiliki fungsi, tujuan, dan manfaat masing-masing sehingga semakin banyak item data akan semakin baik. Tidak ada batasan baku dalam menentukan data minimal maupun maksimal selama data yang dikumpulkan **mudah dikumpulkan dan di-update secara kontinu** dan **dapat meningkatkan efisiensi dan keterandalan layanan Penyelenggara SPAM**.

Sebagai langkah awal mengembangkan *database*, Penyelenggara SPAM sedikitnya harus mampu menentukan data-data yang terkait dengan penagihan rekening air. Selanjutnya, perusahaan dapat merefleksikan kebutuhannya, mulai dari "informasi apa yang kami perlukan?" dan "Apa yang ingin dianalisis lebih lanjut?". Jika Penyelenggara SPAM sudah mengetahui jawabannya, langkah selanjutnya adalah melengkapi data-data yang dibutuhkan. Data-data utama yang diperlukan umumnya meliputi; **No. Pelanggan / Nama Pelanggan / Alamat / Diameter Meter Air / Volume Air Tercatat (Volume air termasuk selisih dengan bulan sebelumnya) / Lama Digunakan (jumlah hari sejak baca meter terakhir) / Rekening air berdasarkan baca meter / Tanggal Jatuh Tempo / Lama Menunggak / Jumlah Denda berdasarkan lama menunggak**.

Database pelanggan yang ideal juga harus mencakup informasi terkait meter air dan pipa layanan air. Namun belum banyak Penyelenggara SPAM mendokumentasi informasi pipa di data pelanggan. Data mengenai informasi pipa sebenarnya penting, terutama **Material pipa / Tipe fitting / Panjang sambungan saluran pipa / Tahun pemasangan / Kedalaman pipa**. Kebanyakan dari kasus kebocoran air berasal dari pipa (termasuk pipa layanan) yang berdiameter kecil. Pipa berdiameter kecil sangat riskan mengalami kerusakan yang dapat menyebabkan kebocoran.

Item-item informasi terkait meter air seperti merk, tanggal pemasangan, status instalasi (kemiringan meter air), letak instalasi (letak meter air terhadap rumah), kondisi lingkungan sekitar instalasi (tidak ada/ada yang mengawasi), jadwal penggantian meter selanjutnya, dan lain sebagainya sebenarnya juga penting sebagai bagian dari manajemen aset Penyelenggara SPAM.

Di Indonesia, penggantian meter air belum ditetapkan secara baku. Aturan mengenai penggantian dapat disesuaikan dengan masing-masing PDAM, misalnya tiap 3, 5, atau 10 tahun. Adapun, aturan mengenai tera dan tera ulang (kalibrasi) sudah ditetapkan di UU No. 2 Tahun 1981 dan PP No. 2 Tahun 1989 dan informasi mengenai meter air pada *database* dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam memantau kondisi meter air.

Beberapa contoh item yang perlu diregistrasikan pada *database* pengelolaan pelanggan akan dapat dilihat dibawah ini. Item-item yang tertera merupakan muatan *database* yang ideal. Akan sangat baik dan bermanfaat jika Penyelenggara SPAM dapat menambahkan item data yang belum ada di *database* saat ini untuk pengolahan informasi yang lebih mendalam. Beberapa item dasar memiliki penebalan pada Tabel-7 berikut.

Tabel-7. Item *Database* Hubungan Pelanggan

No.	Item	Keterangan
A	Informasi Dasar Pelanggan	
01	Nomor Pelanggan	
02	Nama Pelanggan	
03	No. Identitas Pelanggan (NIK)	
04	Tempat, Tanggal Lahir	
05	Jumlah Anggota Keluarga	Jika kesulitan menentukan, Besar (8) / Sedang (5) / Kecil (3)
06	Kode Wilayah Administrasi Klasifikasi Pelanggan Area Blok pelanggan	Berdasarkan ketentuan Pemerintah Kabupaten/Kota
07	Alamat pada Peta Sambungan Pipa	Berdasarkan ketentuan PDAM
08	Rute Baca Meter	Berdasarkan ketentuan PDAM
09	Kode GPS	
10	Alamat Pemasangan Meter Air	
11	Patokan Wilayah	
12	Lokasi Katup Penutup Pipa Distribusi untuk Pemutusan Air	2 Lokasi utama Katup Utama antara kedua sisi meter air
13	Nomor Telepon	
14	Nomor Fax	
15	Nomor HP	
16	Alamat e-mail	
17	Tanggal Pendaftaran Berlangganan	

18	Tanggal Seminar Pelanggan Baru	Jika Ada
19	Tanggal Kontrak Berlangganan	
20	Tanggal Seminar Pelanggan	Jika Ada
21	Tanggal Pembuatan Kontrak Baru	Jika mengalami pemutusan air
B	Meter Air	
01	Nomor Meter Air	
02	Diameter Meter Air	
03	Pabrik Meter Air	
04	Negara Asal Pabrik Meter Air	
05	Nama Penjual	
06	Asal Penjual Meter Air	
07	Tipe Model	
08	Nomor Model	
09	Tanggal Pembelian Lot Meter Air	
10	Tanggal Pengujian Meter Air (Lot)	
11	Tanggal Pengujian Meter Air (Satuan)	
12	Tanggal Pengaturan Meter Air	
13	Tanggal Penggantian Meter Air	
14	Jadwal Periode Pemakaian	
15	Kondisi Pengaturan Meter Air	Ada / tidak adanya kemiringan meter air, dsb (kondisi terkini)
16	Kondisi Fisik Meter Air	Ada / tidak adanya kontaminasi, kerusakan pada permukaan kaca atau meter air (kondisi saat ini)
17	Lokasi Instalasi Meter Air	
18	Kondisi Lingkungan Sekitar Lokasi Instalasi Meter Air	Ada gerbang terkunci, ada pengawas, area parkir, dsb
19	Nama Perusahaan yang Menginstalasi	Jika ada
20	Nama Petugas dari Perusahaan yang Menginstalasi	Jika ada
21	Tanggal Pemeriksaan Meter Berdasarkan Permohonan Pelanggan	
22	Tanggal Implementasi Pemeriksaan Meter Pelanggan	
23	Jumlah Frekuensi Pemeriksaan Meter Air Pelanggan	
C	Pipa Layanan	
01	Material Pipa	
02	Tipe Fitting (Material)	
03	Diameter Pipa Layanan	

04	Panjang Antar Pipa Layanan dengan Cabang Pipa Distribusi	Dari pipa cabang menuju meter air
05	Rata-Rata Kedalaman Pipa Layanan	Dari pipa cabang menuju meter air
06	Ada / Tidak ada Pelindung Pipa	
07	Gambar Desain Pipa Layanan Air	Nama file
08	Gambar Desain Pipa Layanan Air yang Disetujui	Nama file
09	Tanggal Penggantian Pipa Layanan	
10	Nama Perusahaan yang Melakukan Pekerjaan Konstruksi Penggantian Pipa	
D	Pembacaan Meter	Catatan Bulanan
01	Nama Instansi Pembaca Meter	
02	Nama Petugas Baca Meter	
03	Data Baca Meter Air Bulan Ini	
04	Data Baca Meter Air Bulan Lalu	
05	Interval Hari Baca Meter	[D03-D04]
06	Volume Air Berdasarkan Baca Meter Bulan Berjalan	
07	Volume Air Berdasarkan Baca Meter Bulan Lalu	
08	Volume Konsumsi Air Bulan Ini	[D06-D07]
09	Volume Konsumsi Air Bulan Lalu	
10	Rata-Rata Konsumsi Air Selama Setahun	
11	Jumlah Konsumsi Air Per Kapita Rumah Tangga	[D08/A05]
12	Tanggal Baca Meter Selanjutnya (Minggu)	
13	Jumlah Bulan Pelaksanaan Baca Meter	
14	Frekuensi Kesalahan Baca Meter	
15	Selisih Salah Hitung	
E	Pembayaran Rekening Air	Pendataan Bulanan
01	Status Pembayaran	
02	Jumlah Frekuensi Pembayaran Selama Satu Tahun Terakhir	Jumlah frekuensi pelunasan sebelum jatuh tempo
03	Jumlah Frekuensi Penagihan	
04	Jumlah Frekuensi Pembayaran	Jumlah frekuensi pelunasan sebelum jatuh tempo
05	Jumlah Frekuensi Keterlambatan Pembayaran	Jumlah frekuensi keterlambatan pembayaran (setelah jatuh tempo)
06	Rasio Keterlambatan Pembayaran	[E05/E03]
07	Frekuensi Pemutusan Layanan Air	
08	Rasio Pemutusan Layanan Air	[E07/E03]

09	Tanggal Surat Pemberitahuan Tunggakan	
10	Jumlah Frekuensi Pemberian Surat Pemberitahuan Tunggakan	
11	Rasio Pemberian Surat Pemberitahuan Tunggakan	[E10/E03]
12	Tanggal Penawaran Pengurangan Baca Meter dengan Perjanjian (Keluhan masuk; jika ada kesalahan)	
13	Tanggal Pengurangan Baca Meter dengan Perjanjian (Keluhan ditindaklanjuti)	
14	Jumlah Pengurangan Volume Konsumsi Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab PDAM)	Air keruh atau berbau karat dengan penanggungjawaban oleh PDAM
15	Jumlah Pengurangan Rekening Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab PDAM)	Air keruh atau berbau karat dengan penanggungjawaban oleh PDAM
16	Jumlah Penambahan Volume Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab Pelanggan)	Kebocoran yang diakibatkan kesalahan pelanggan
17	Jumlah Penambahan Rekening Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab Pelanggan)	Kebocoran yang diakibatkan kesalahan pelanggan
18	Metode Pembayaran	
19	Lokasi Pembayaran	
F	Pertanyaan	
01	Jumlah Frekuensi Pertanyaan	<i>Database</i> lain
02	Tanggal Pengaduan Keluhan	<i>Database</i> lain
03	Jumlah Frekuensi Pengaduan	
04	Jumlah Frekuensi Penyelesaian Aduan	
05	Rasio Penyelesaian Aduan	[F03/F04]
06	Jumlah Laporan Kebocoran Air di Permukaan	
07	Jumlah Laporan Sambungan Ilegal	
G	<i>Monitoring / Kuesioner</i>	
01	Jumlah Frekuensi Pembuatan Material Kehumasan	Pamflet, buklet
02	Ada / Tidak Ada Partisipasi dalam <i>Monitoring</i>	Tekanan air (volume), Kualitas air (Residu klorin), Investasi tujuan penggunaan
03	Keikutsertaan dalam <i>Monitoring</i>	
04	Jumlah Frekuensi Penerimaan Kuesioner	
05	Jumlah Frekuensi Penjawaban Kuesioner	
06	Rasio Penjawaban Kuesioner	[G05/G04]
07	Jumlah Frekuensi Pendaftaran ke Kegiatan Terkait	Mendaftar kuis, menjawab kuesioner, dsb.
08	Jumlah Frekuensi Memperoleh Hadiah	Mendaftar kuis, menjawab kuesioner, dsb.
09	Rasio Menang dalam Kegiatan	[G08/G07]
10	Jumlah Frekuensi Berpartisipasi dalam Kegiatan	

2.2.2. Melengkapi dan Memutakhiran Data Pelanggan

Pengumpulan data akun pelanggan pada dasarnya dilakukan untuk mendata pelanggan dan menghitung jumlah penagihan rekening air. Jika Penyelenggara SPAM ingin menambahkan item informasi, pastikan bahwa item tersebut selalu dapat dikumpulkan dari semua pelanggan. Data paling penting dikumpulkan berdasarkan tabel di atas adalah **"A05: Jumlah Anggota Rumah Tangga"** pada **"A: Informasi Dasar Tentang Pelanggan"**. Data lain biasanya sudah ada akan tetapi ditangani oleh divisi yang berbeda sehingga diperlukan intergrasi data yang baik.

Penyelenggara SPAM dapat melengkapi data akun pelanggan secara tatap muka, via telepon, email, SMS, melalui pos, maupun saat penagihan dan pembayaran. Dengan banyak metode yang efektif dan bervariasi, akan semakin pula banyak data dapat diperoleh. Lebih lanjut, beberapa kategori item data yang penting berikut sumber datanya adalah sebagai berikut:

- i. Data pelanggan, yang diperoleh dari formulir berlangganan
- ii. Data pembacaan meter, yang diperoleh dari hasil baca petugas meter/aplikasi terkait
- iii. Data pembayaran rekening air, yang diperoleh berdasarkan perhitungan hasil baca meter dengan tarif yang berlaku beserta *tracking* pembayaran pelanggan
- iv. Input data per bulan per pelanggan yang dilakukan ketika melakukan pemantauan *update*
- v. Informasi mengenai keluhan, yang didata ketika ada keluhan masuk
- vi. Informasi sambungan ilegal dan kebocoran, yang dapat ditemukan indikasinya ketika melakukan pengolahan data pemakaian air pelanggan dengan data pelanggan.

Adapun, data-data ini tidak dapat dikumpulkan dalam satu waktu, melainkan selama proses pelayanan terhadap pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu berkecil hati.

Ketika data mengalami perubahan, perlu ada pengawasan dan konfirmasi oleh lebih dari satu orang yang ada di struktur organisasi Penyelenggara SPAM. Hal ini dimaksud untuk mengontrol keakuratan dan kerahasiaan data yang masuk. Departemen/divisi yang mengelola data pelanggan harus menetapkan protokol bagi departemen/divisi lain yang mengakses, menggunakan, dan memperbaharui data untuk menjaga keabsahan dan keamanan data mengingat data pelanggan merupakan data pribadi.

Teknik pengelolaan data yang efisien dan efektif juga perlu ditentukan, misalnya dengan mengkombinasikan tugas pengelolaan data dengan peran administrator atau dengan memberikan otoritas kepada satu orang untuk memperbaharui dan mengelola data. Pemutakhiran dan keabsahan juga penting untuk menandai pelanggan risiko. Meskipun pekerjaan ini merepotkan, manfaatnya akan sangat besar bagi perusahaan.

Item-item yang terdaftar pada *database* harus diperbaharui jika terjadi perubahan, terutama perubahan informasi alamat pelanggan dan perubahan detail-detail informasi lain seperti data penggantian meter, tunggakan pembayaran, pemutusan pasokan air, dan lain sebagainya. Frekuensi pembaharuan tidak harus selalu ditentukan dan dapat dilakukan kapan saja sehingga tidak ada data yang terlewat.

Untuk data tertulis, *database* wajib diperbaharui paling lambat satu bulan sekali dan

dilengkapi dengan konfirmasi dan kroscek oleh beberapa pihak selama beberapa kali untuk mencegah kekeliruan yang dapat berpengaruh pada keseluruhan data. Kekeliruan bisa terjadi karena beberapa hal, misalnya adanya data yang lupa diinput, kesalahan input saat *update*, keterlambatan integrasi informasi dengan divisi lain, dan lain sebagainya.

2.2.3. Opsi Teknologi

Sebagian besar Penyelenggara SPAM di Indonesia sudah memiliki proses pengelolaan data dengan ditunjang sistem *software*. Metode yang digunakan dapat tergantung pada jumlah pelanggan, misalnya ada yang melakukan pengumpulan informasi pelanggan dengan pembukuan tertulis sederhana. Jika dikaitkan dengan proses kinerja, pertimbangan penghematan biaya sesuai dengan skala jumlah pelanggan, serta skala perusahaan, maka pengumpulan informasi secara tertulis tidak selamanya buruk atau 'ketinggalan zaman'.

Sebaliknya, jika aplikasi pengolahan data terlalu rumit, para pegawai mungkin akan ragu-ragu untuk menggunakannya. Oleh karena itu, *training* berkala terkait IPTEK juga perlu dipertimbangkan sesuai kebutuhan perusahaan. Akan menjadi nilai tambah jika pegawai dapat mengumpulkan dan mengolah data tanpa proses yang berbelit-belit pada aplikasi yang *advanced* sekalipun.

Terlepas dari cara digital (melalui komputer dengan sistem *software* dan aplikasi beranekaragam) maupun manual (pembukuan tertulis), adanya dokumentasi akun pelanggan sudah merupakan progres yang baik bagi Penyelenggara SPAM. Jika data dalam *database* hendak diperluas, maka instruksi sistem dan integrasi data juga harus disesuaikan. Jika Penyelenggara SPAM tidak dapat menambahkan data pada sistem yang ada, maka sub-*file* dapat ditambahkan pada *file* Microsoft Excel atau aplikasi sejenis. Analisis keluhan secara regional dapat dilakukan (lebih lanjut pada subbab selanjutnya). Contoh analisis sederhana misalnya dengan menghitung volume air yang digunakan per tiap anggota rumah tangga untuk mengistemasi konsumsi air yang wajar.

Microsoft Excel –mencakup 1,048,576 baris dan 16,385 kolom dalam sebuah *worksheet* – dapat dimanfaatkan untuk meng-*input* data, mengolah, mengelola, dan mengembangkan *database* secara mudah dan tanpa batas karena aplikasi serupa, misalnya Microsoft Access saja memiliki keterbatasan kapasitas (dibawah 2 GB). Berikut ini adalah contoh format *database* lain dengan pemanfaatan teknologi sebagaimana digunakan oleh PDAM Kota Banjarmasin dan PDAM Kota Malang.

Contoh pada Gambar-1 dan Gambar-2 menampilkan bentuk *database* menggunakan sistem (Bukan *file* Excel). *Database* tersebut cukup komprehensif karena meliputi data-data informasi umum, status pelanggan, golongan, klasifikasi, RBI, dan meter air pelanggan. Selain itu terdapat ruang tambahan untuk menampilkan keterangan dan dokumen termasuk stan meter, data rekening, serta sejarah negosiasi atas penunggakan pembayaran.

Hal ini menunjukkan bahwa meski tampilan dan aplikasi yang digunakan lain, item informasi pada masing-masing PDAM pada prinsipnya sama. Apapun aplikasi dan metode yang digunakan, pengembangan data pelanggan selalu dapat disesuaikan dengan perusahaan selama *database* dapat menyimpan data-data dasar dan dapat dikumpulkan dengan baik dan konsisten.

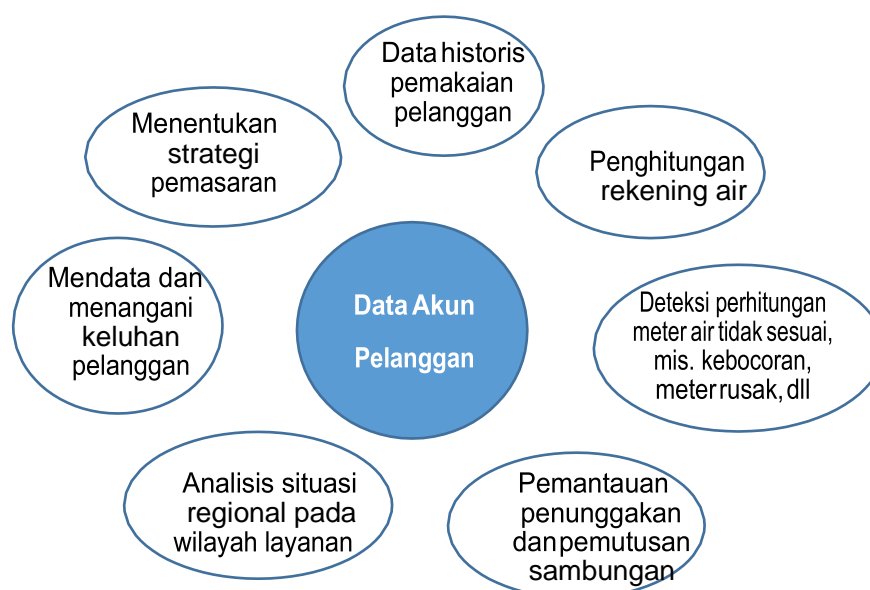
Gambar-1. Item *Database* PDAM Kota Banjarmasin

Gambar-2. Item *Database* PDAM Kota Malang

2.3. Mengevaluasi Potensi Data Kepelenggaraan

Database pelanggan biasanya hanya berisi informasi hasil baca meter dan jumlah tagihan. Hal ini lazim sebab aplikasi pemanfaatan *database* yang paling sederhana adalah untuk merekam data konsumsi air pelanggan, jumlah pembayaran yang berhak diperoleh

perusahaan, dan status pembayaran pelanggan. Namun pemanfaatan data pelanggan bisa beranekaragam, tergantung kepada kelompok data yang dikumpulkan, sebagaimana dapat dilihat di skema berikut.



Skema-9. Contoh Pemanfaatan Data Kepelanggan

Data akun pelanggan memiliki berbagai manfaat, terutama jika perusahaan dapat menambahkan informasi wilayah pelanggan, daftar keluhan masuk, rekam jejak partisipasi *monitoring*, hingga hasil kuesioner/survei sehingga *database* pelanggan menjadi sangat kaya. Saat perusahaan memerlukan riwayat atau rekam jejak pelanggan, perusahaan dapat melihatnya dalam satu tampilan sehingga tidak perlu membuka dokumen lain.

Pengembangan *database* dengan data-data yang tepat akan membantu Penyelenggara SPAM mencegah aduan pelanggan mengenai permasalahan di suatu area pelayanan dan dapat menyimpulkan keluhan teknis seperti penurunan tekanan air di area layanan tertentu. Selain itu, perusahaan dapat mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan pelanggan dan kemana harus memberi tahu, misalnya saat jumlah tagihan keluar, ada rencana pemberhentian air, dan sebagainya. Berikut adalah contoh analisis *database*.

1. Perbandingan data "Jumlah anggota keluarga" dengan "jumlah air yang dikonsumsi", untuk membandingkan penggunaan air dan menandai pemakaian tidak wajar. Kroscek dapat dilakukan dengan mengestimasi jumlah anggota keluarga dengan rata-rata penggunaan air dan ditunjang dengan pemeriksaan lapangan. Analisis ini akan menunjang pendeteksian indikasi kebocoran, sambungan ilegal, dan meter rusak dengan cepat sehingga tingkat NRW dapat dikendalikan
2. Mendata informasi tekanan air untuk memantau dan memperbaiki pengaturan tekanan sehingga tingkat konsumsi, kepuasan air, dan pendapatan dari volume terkonsumsi pun akan turut meningkat. Data ini berkaitan dengan kewajiban perusahaan memastikan kontinuitas pasokan dan tekanan air tetap terjaga.

Kedua hal ini merupakan contoh analisis *database* yang dapat dipetakan pada data pemetaan SPAM sebagai bagian dari pemantauan layanan dan manajemen aset. Adapun sebelum dibahas lebih lanjut, berikut ini adalah langkah-langkah analisis baik dalam menentukan kewajaran konsumsi sebelum penelusuran apakah ketidakwajaran disebabkan kebocoran, meter rusak, pencurian air atau sambungan ilegal. Hal ini juga terkait dengan kehilangan komersial terkait dengan meter air, penagihan, dan pembayaran pelanggan (kesalahan data) yang dapat disebabkan faktor-faktor di bawah ini.



Source: Ranhill

Skema-10. Penyebab Tipikal dari Kehilangan Komersial (Pengelolaan dan Pemanfaatan Data)

Berikut ini adalah langkah-langkah memanfaatkan *database* untuk berbagai fungsi.

Langkah pertama: Ambil tiga data (A05; jumlah anggota keluarga pelanggan/jumlah penghuni rumah), D05; interвал baca meter, dan D08; konsumsi air bulan berjalan) dari *database*. Kemudian, konversikan data konsumsi air dari meter kubik menjadi liter. Lalu, data D08 dibagi dengan A05 dan dibagi lagi dengan D05. Hasil yang diperoleh adalah perhitungan konsumsi air per orang per hari (LCD=*liter per capita per day*).

Tabel-8 Analisis *Database* untuk Perhitungan Konsumsi Air Wajar

Nama	A05 (jumlah anggota)	D05 (hari)	D08 (m ³) → D08 (L)	D08/A05/D05 (LCD)
Aaaaa	5 (M)	27	16 → 16,000	119
Bbbbb	9	34	5 → 5,000	16
Ccccc	3 (S)	28	4 → 4,000	48
Ddddd	6	32	15 → 15,000	78
Eeeee	7	29	23 → 23,000	113
Fffff	9	31	49 → 49,000	176
Ggggg	8 (L)	33	22 → 22,000	83

Langkah kedua: Data diurutkan berdasarkan LCD terendah. Berikutnya, LCD dibandingkan dengan jumlah anggota keluarga dengan estimasi penggunaan rata-rata 120 liter per orang per hari (atau $0,12\text{m}^3$ per orang per hari = $3,6\text{m}^3$ untuk penggunaan per orang selama 30 hari). Data dengan angka dibawah atau diatas estimasi kewajaran kemudian ditandai, misal kurang atau lebih dari 50 liter dari 120 liter (sekitar 70-170 liter).

Tabel-9 Sortir data Berdasarkan Konsumsi Air Terendah

Nama	A05 (Jml Anggota kel)	D08/A05/D05 (LCD)
Bbbb	9	16
Cccc	3 (S)	48
Dddd	6	78
Gggg	8 (L)	83
Eeee	7	113
Aaaa	5 (M)	119
Ffff	9	176
Hhhh	6	182
Jjjj	4	183
Iiii	5 (M)	183

Dengan demikian, terlihat bahwa data tersortir seperti pada Tabel-9 menunjukkan penggunaan pelanggan "Bbbbb" sejumlah 16 liter per orang per hari untuk total anggota keluarga sebesar 9 orang dan pelanggan "Cccc", sejumlah 48 liter per orang per hari untuk total anggota keluarga kira-kira 3 orang. Kedua perhitungan ini menunjukkan bahwa penggunaan air cukup jauh di bawah rentang normal.

Di bawah ini adalah contoh lain perhitungan estimasi penggunaan air berdasarkan estimasi anggota keluarga berdasarkan ukuran rumah. Adapun di bawah ini, adalah cara lain untuk memantau LCD pelanggan, dengan rumus dan dengan sumber data yang berbeda.

Konsumsi air (L) per kapita (C) per orang (D) =

D08 (Konsumsi air bulan ini)

D05 (Anggota Keluarga) X A05 (Interval hari)

Tabel-10 Perbandingan Data

Ukuran Keluarga	S	L
A05: Jumlah Anggota Keluarga	3	8
D05: Interval (hari) Baca Meter	29	32
D08: Konsumsi Air ($\text{m}^3 \rightarrow \text{L}$)	9 (9,000)	10 (10,000)
Konsumsi air / kapita / hari	103	39

Dari Tabel-10. kita dapat melihat bahwa melihat kewajaran konsumsi tidak hanya dapat dilihat berdasarkan data D08 saja. Jika kita hanya melihat data konsumsi air, baik konsumsi 9 meter kubik maupun 10 meter kubik terlihat wajar. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan jumlah anggota keluarga, konsumsi air 10m³ untuk 8 orang selama 32 hari berada jauh dibawah estimasi yang sewajarnya berada di kisaran 28m³ (3,6 m³ x 8 orang).

Di sisi lain, dengan interval baca meter yang lebih sedikit, pelanggan dengan jumlah anggota keluarga sebesar 3 sekilas mungkin terlihat besar. Padahal, angka LCD masih berada dalam rentang kewajaran konsumsi 120 liter per orang per hari. Selain itu, dari meter kubik, penggunaannya pun masih dalam estimasi 3,6 m³ x 3 orang = 10 m³. Adapun setelah dapat menggunakan rumus ini, PDAM dapat:

- Menandai konsumsi air yang berada di bawah atau di atas estimasi kewajaran
- Melakukan pemeriksaan lapangan apakah konsumsi air;
 - Terlalu rendah karena pelanggan sedang tidak di tempat; jumlah anggota keluarga sudah tidak sejumlah yang terdata karena pindah, meninggal, dan lain sebagainya; meter air rusak; terjadi kecurangan.
 - Terlalu tinggi karena ada anggota keluarga baru; meter air rusak; terjadi kebocoran; terjadi pencurian air atau sambungan ilegal.
- Melakukan *update database* jika penyebab ketidakwajaran estimasi penggunaan air ternyata disebabkan karena perubahan data jumlah anggota keluarga pelanggan.
- Melakukan penindaklanjutan secara fisik jika ternyata ketidakwajaran disebabkan oleh hal-hal seperti meter air rusak, adanya sambungan ilegal, dan lain sebagainya.

Analisis data pelanggan penting dilakukan karena dapat menjadi langkah awal strategi penurunan NRW. Pada perusahaan kecil dengan sumber daya terbatas, analisis *database* dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa biaya. Apalagi jika menggunakan aplikasi sejenis *software* Excel, PDAM tinggal menginput rumus dan komputer akan menghitung secara otomatis. Hasil analisis kemudian dapat membantu perusahaan menentukan langkah-langkah tepat sasaran dengan segera.

Database yang lengkap dan jelas akan membantu perusahaan menelusuri tingkat penggunaan air dan memantau layanan penyelenggaraan SPAM. Contoh diatas telah memperlihatkan contoh analisis dan tinjauan data pelanggan "Jumlah anggota keluarga". Selain dari itu, PDAM juga dapat menganalisis data-data seperti "Respon terhadap kuesioner", "Jumlah Keluhan", "Karakteristik Keluhan per Wilayah", dan lain sebagainya.

Pada perusahaan yang lebih besar, *database* juga dapat digunakan untuk mengklasifikasi pelanggan dengan kategori tarif bersubsidi, kategori biasa, dan kategori pelanggan potensial. Klasifikasi-klasifikasi ini dapat dimanfaatkan dalam mengatur pemakaian air. Misal, pelanggan kategori tarif bersubsidi harus dikampanyekan agar menggunakan air sehemat mungkin.

Sebaliknya, pelanggan yang memenuhi kriteria pelanggan dengan pemakaian air besar umumnya sudah dikenakan tarif yang tinggi dan karenanya juga memerlukan *treatment* khusus karena sudah membayar lebih. Misalnya memastikan bahwa tekanan air selalu baik dan bahwa

meter air yang digunakan merupakan meter yang baik. Analisis pemakaian air juga harus dilakukan agar potensi kehilangan air pada pelanggan potensial seperti ini dapat diminimalisir.

Selain itu, data wilayah pelanggan untuk melakukan analisis wilayah juga penting untuk mengetahui daerah mana saja yang masih memiliki kondisi layanan dan konstruksi yang buruk. Analisis ini dapat membantu Penyelenggara SPAM mengidentifikasi prioritas perencanaan pekerjaan konstruksi serta wilayah yang memerlukan peningkatan layanan dengan tepat dan segera.

Database dapat dijadikan alat untuk mengetahui status penyediaan air dan situasi layanan perusahaan. Dengan menganalisis data-data yang relevan, Penyelenggara SPAM dapat memperoleh indikasi dan lokasi jaringan perpipaan yang mengalami kebocoran serta prioritas konstruksi/pekerjaan perbaikan dalam pembaharuan konstruksi jaringan pipa. Kesemua ini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan data-data yang tepat dari *database*.

Informasi pipa layanan juga penting dalam mencegah kebocoran. Perusahaan dapat mendata material pipa apa yang baik dan cocok digunakan di fasilitas SPAM maupun area layanan. Misalnya, kebocoran air dapat dicegah dengan menggunakan material pipa yang baik seperti *stainless steel* dan *Polyvinyl-Chloride* (PVC) meskipun penggunaan PVC harus mempertimbangkan kedalaman sambungannya guna mencegah kemungkinan terjadinya kebocoran air dari pipa yang peletakkannya lebih tinggi. Di tempat pemasangan pipa PVC, sangat penting untuk melakukan baca meter berkala untuk memantau dan mencegah kebocoran.

Dengan demikian, informasi mendalam mengenai pipa layanan sangat penting untuk disimpan ke *database*. Selain pipa, meter air juga memiliki manfaat besar jika dimasukkan kedalam kategori item informasi di *database*. Sebagian PDAM di Indonesia lebih sering menggunakan meter air hingga rusak. Padahal penggantian meter secara berkala akan bermanfaat bagi perusahaan secara jangka panjang.

Meter air merupakan instrumen operasi keseluruhan dan modal utama Penyelenggara SPAM yang memiliki masa habis pakai. Alat dengan masa habis pakai tentunya harus memiliki masa penggantian alat secara berkala. Untuk menunjang hal ini, *database* harus memiliki item informasi yang mencukupi, antara lain (i) Status instalasi (kemiringan meter air), (ii) Letak instalasi (letak meter air terhadap rumah), (iii) Kondisi lingkungan sekitar instalasi (tidak ada/ada yang mengawasi), dan (iv) Jadwal penggantian meter selanjutnya.

Secara garis besar, potensi manfaat-manfaat analisis data pelanggan yang dapat dijelajahi dan diaplaksanakan di perusahaan SPAM mencakup data riwayat kepelanggan yang meliputi:

- Riwayat keluhan dan penanganan keluhan
- Riwayat permohonan dan pertanyaan pelanggan
- Riwayat keterlibatan pelanggan pada kegiatan survei (survei kepuasan, survei potensi, dsb), seminar, dan lain sebagainya

→ Adapun data-data seperti ini dapat mendukung upaya analisis keterlibatan pelanggan, khususnya dari segi kerjasama dan loyalitas pelanggan. Saat PDAM mengetahui tingkat

kemudahan pelanggan dalam bekerjasama, pelanggan akan merespon dengan lebih kooperatif jika ada gangguan akibat konstruksi, dan lain sebagainya.

→ Selain itu, PDAM dapat mengenali jenis-jenis keluhan, permohonan, dan pertanyaan pelanggan yang menjadi tren, khususnya dalam suatu area atau suatu periode waktu.

→ Data kepelangganan juga dapat membantu PDAM menentukan isu apa yang sedang menjadi tren untuk dijadikan topik dan strategi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran dan kehumasan.

- Riwayat konsumsi air dan upaya pendeteksian meter rusak dan indikasi masalah teknis lainnya.
 - Sebagaimana dijelaskan pada contoh sebelumnya, riwayat konsumsi air dapat membantu PDAM menemukan ketidakwajaran konsumsi yang menunjukkan indikasi meter rusak, kebocoran, sambungan ilegal atau pencurian air, dan lain sebagainya.
- Riwayat jumlah penagihan sesuai konsumsi air, mencakup riwayat pembayaran, dan penunggakan pelanggan serta riwayat pemutusan air.
 - Menyimpan dan menelusuri riwayat ketepatan pembayaran pelanggan sangat penting dalam menentukan tingkat kerjasama dan loyalitas pelanggan. Terutama, perusahaan dapat menandai pelanggan-pelanggan yang mengalami kesulitan dalam pembayaran sebelumnya sehingga perusahaan dapat mengantisipasi keterlambatan dan melakukan langkah-langkah yang diperlukan. Adapun kesemua ini sangat besar manfaatnya dalam membantu perusahaan memantau dan memahami situasi bisnis dan pelayanan SPAM yang dilakukan.

2.3.1. Potensi Data Pemetaan pada Data Akun Pelanggan

Dalam beberapa tahun terakhir, dengan kemajuan dalam perkembangan SIG, semakin banyak Penyelenggara SPAM yang dapat membeli *software* SIG dengan harga terjangkau. Data informasi SIG dapat menjadi landasan pemetaan fasilitas penyediaan air minum, seperti data pemetaan saluran pipa dapat menunjang operasional penyediaan air minum.

Oleh karena itu, pemutakhiran data SIG sangat penting dalam kelanjutan pembangunan perkotaan. Pemetaan informasi dapat dilakukan dengan lebih mudah jika integrasi informasi wilayah pelanggan dan properti aset perusahaan ke *database* sudah dilakukan. Penyelenggara SPAM tidak perlu memprioritaskan data dengan akurasi tinggi karena SIG dapat dihasilkan dari pengolahan data situs-situs peta gratis.

Tanpa alokasi anggaran khusus dan hanya dengan ketekunan pegawai, data SIG dapat disusun dengan baik. Namun tingkat urgensinya perlu dikaji lebih lanjut terutama dalam menyesuaikan aspek biaya pembelian data SIG dengan biaya tenaga kerja dan alokasi waktu yang ditanggung Penyelenggara SPAM terutama dengan segi akurasi yang ingin diperoleh.

Sebelum perangkat komputer menjadi sarana umum, sistem pemetaan biasanya dilakukan secara manual (gambar tangan). Sampai saat ini, ada beberapa PDAM yang masih melakukan

pemetaan secara tertulis. Meskipun pada prinsipnya sama, di era pengolahan data modern seperti saat ini, banyak perusahaan yang menginginkan kinerja bisnis yang efisien melalui pengelolaan data digital dibandingkan yang manual.

Lihatlah contoh elaborasi item *database* dengan data pemetaan berikut.

Tabel-11. Ekstraksi Data Keluhan terkait Tekanan Air

Nama	Kategori	Alamat	Tanggal/Waktu
Aaaaa	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.12, Kel.abc	SEP01/18:12
Ccccc	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.34, Kel.abc	SEP02/07:45
Ggggg	Air tidak keluar	JL Kkkk, No.56, Kel.def	Aug31/20:33
Hhhhh	Tekanan air rendah	JL Kkkk, No.78, Kel.def	SEP02/07:40
Nnnnn	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.90, Kel.abc	SEP02/07:51
Ppppp	Air tidak keluar	JL Kkkk, No.45, Kel.def	Aug31/21:00

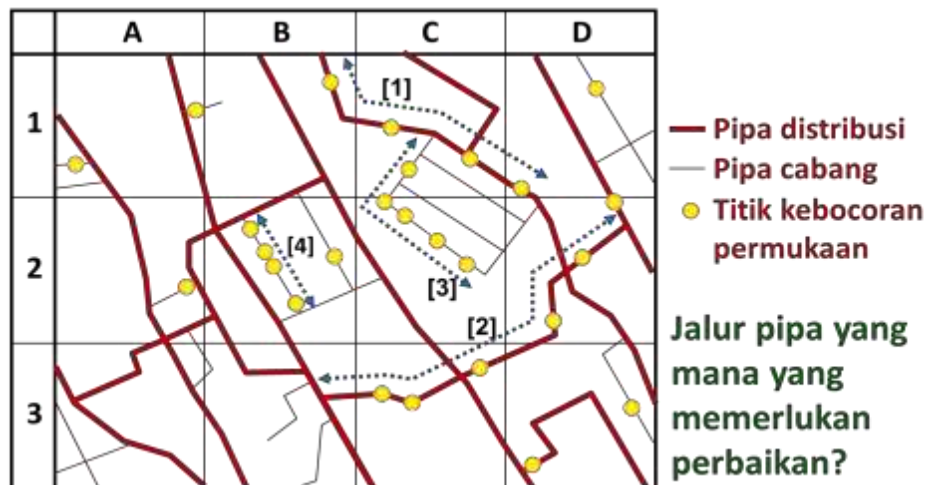
Pada tabel di atas, terlihat pendataan keluhan antara lain mengenai gangguan tekanan air rendah dan air mampet/tidak keluar. Informasi-informasi seperti ini sebenarnya tidak sekedar didata lalu diselesaikan begitu saja. Jika Penyelenggara SPAM memiliki pendataan keluhan yang dilengkapi dengan informasi waktu dan area (alamat), maka informasi tersebut dapat dipetakan sebagaimana terlihat pada Gambar-3.



Gambar-3. Contoh Pemetaan Keluhan Tekanan Air

Oleh karenanya, pemetaan item *database* akun pelanggan dengan informasi sekecil apapun sangat penting untuk disimpan dan dikumpulkan agar terdapat informasi yang memadai dan tujuan yang jelas saat melakukan pemetaan. Pada gambar di atas, terlihat model pemetaan keluhan sesuai data pada Tabel-11. Jika sudah dipetakan, perusahaan dapat melihat dengan jelas apakah masalah tersebut sifatnya episodik atau situasional akibat lokasi, jaringan, atau keadaan pipa.

Pada gambar tersebut terlihat bahwa gangguan air terkonsentrasi di satu area. Dengan mengetahui hal ini, Perusahaan dapat melakukan pengecekan dan tindak lanjut secara komprehensif agar masalah tidak berulang sehingga manfaat penanganannya pun lebih awet dalam jangka waktu yang lebih panjang. Di bawah ini adalah contoh lain manfaat dari pemetaan in formasi, yaitu terkait pemetaan informasi kebocoran (tanpa acuan contoh data).



Gambar-4. Contoh Pemetaan Informasi Kebocoran

Terlepas dari banyaknya potensi pemanfaatan data akun pelanggan, belum banyak Penyelenggara SPAM yang memanfaatkan *database* untuk melakukan analisis maupun mengembangkan data pemetaan. Padahal Perusahaan setidaknya wajib memiliki gambar jaringan perpipaan sebagai bagian upaya manajemen aset SPAM untuk mengelola properti. Gambar tangan (*ledger*) sekalipun tidak masalah, karena info jaringan perpipaan yang *update* sangat penting dan bermanfaat.

Data ini tetap menjadi data akun pelanggan, namun seperti terlihat pada contoh Tabel-7., dilengkapi dengan data pipa yang terhubung dengan sambungan pelanggan yang bersangkutan. Adapun, data-data ini harus disimpan dan dimutakhirkan dengan disiplin dan berkesinambungan agar *database* menjadi sumber data ke-SPAM-an yang komprehensif dan tidak hanya lagi sekedar mendata biodata pelanggan serta riwayat konsumsi dan tagihan semata.

2.3.1.1. Informasi Data Pipa Layanan dalam Data Pemetaan (Manajemen Properti)

Penyelenggara SPAM dapat mengumpulkan informasi pipa distribusi air hingga hingga detail pipa layanan dengan memanfaatkan pengelolaan SIG dan pemetaan digital. Dengan mengetahui informasi ini, Perusahaan dapat mengenali pipa layanan dan pipa cabang distribusi berdiameter kecil yang riskan mengalami kebocoran sehingga PDAM dapat mengatur waktu pengecekan berkala dan waktu penggantian pipa dengan tepat.

Dengan mengintegrasikan data perpipaan seperti material pipa, diameter, jenis sendi pipa, kedalaman pipa, jenis pelindungan pipa, posisi awal dan akhir, panjang pipa, tahun pemasangan pipa, perusahaan konstruksi, jenis dan ketebalan aspal /*paving*, dan situasi perifer akan meningkatkan pemahaman perusahaan terhadap situasi SPAM dan status pipa dengan detail, termasuk didalamnya menginventarisasi properti SPAM.

Hanya dengan menggunakan *software spreadsheet* seperti Excel, data sudah dapat dianalisis dengan mudah. Hasil analisis data dapat digunakan untuk menjadi dasar perencanaan kegiatan perbaikan dan pembangunan, misalnya pembaharuan jaringan pipa guna mengurangi risiko kebocoran dan peningkatan NRW. Data-data seperti material dan tahun pemasangan pipa akan sangat membantu PDAM menentukan prioritas persil pipa yang harus diperbaharui dalam jangka waktu tertentu termasuk dalam memberikan notifikasi kapan pipa harus dicek dan diperbaharui.

Berdasarkan studi, jika kita membandingkan titik-titik kebocoran di Penyelenggara SPAM Jepang, 95% sampai 97% kasus kebocoran terjadi di pipa dengan diameter kurang dari 50mm. Dengan adanya informasi yang akurat mengenai ukuran diameter pipa, maka kegiatan survei dan pemeriksaan kebocoran akan dapat dilakukan dengan terprioritas, efektif, dan efisien terutama terhadap pipa tua.

Selain itu, ponsel pintar sudah semakin menjamur. Aplikasi dengan fungsi yang dapat membaca meter air juga sudah banyak dikembangkan dan dapat digunakan untuk *Handy-Terminal*. Dengan menggunakan data-data yang diperoleh dari baca meter, Penyelenggara SPAM dapat memperoleh informasi meter air dan pipa layanan air yang kemudian dapat diolah secara sentral sehingga kegiatan baca meter akan semakin baik.

SOAL LATIHAN

1. Gambarkan/ceritakan kondisi data pelanggan di perusahaan Anda masing-masing. (Bisa dalam bentuk uraian/tabel/gambar)
2. Menurut Anda, apa saja kekurangan info data pelanggan di perusahaan Anda?
3. Susunlah akun pelanggan yang ideal menurut saudara sesuai dengan kondisi di perusahaan Anda. Diskusikanlah dengan kondisi rekan-rekan Anda.

BAB 3

Pengelolaan Pencatatan Meter

Bab III

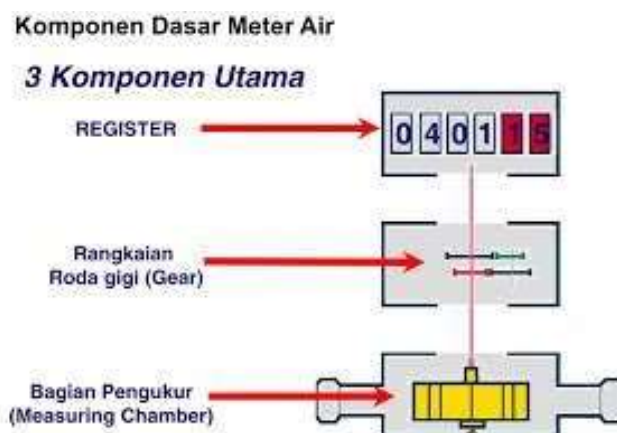
Pengelolaan Pencatatan Meter

Kegiatan pengelolaan pencatatan meter air menjadi salah satu kegiatan dalam pelayanan pelanggan. Obyek dari pencatatan meter air adalah meter air. Meter air menjadi faktor penting mendukung akurasi pembacaan meter air pelanggan dalam memberikan pelayanan pelanggan secara maksimal. Sebelum membahas pengelolaan pencatatan meter air, perlu kita informasikan pengetahuan tentang meter air. Meter air menjadi penting dikarenakan fungsinya, antara lain:

1. Memberikan kepastian terhadap pelanggan terkait jumlah air yang dikonsumsi dan proporsinya terhadap biaya yang dikenakan.
2. Memberikan sistem untuk menunjukkan proses baca meter yang akuntabel dan transparan.
3. Memberikan keadilan kepada setiap pelanggan karena mampu merekam setiap penggunaan air tertentu.
4. Mendorong pelanggan untuk menghemat air terutama jika dibandingkan tingkat tarif.
5. Memberikan sistem utilitas yang mampu memantau volume air yang keluar.
6. Membantu deteksi kebocoran dan pipa yang patah dalam distribusi air minum. (Zane, 2004)

3.1. Meter air dan Spesifikasi

Meter air sebagai salah satu jenis alat ukur volume air minum pada jaringan perpipaan untuk melayani pelanggan baik perorangan ataupun kelompok. Pada aspek teknis, dimensi meter air yang harus sesuai dengan keperluan dan dapat dipasang dengan mudah pada jaringan perpipaan. Secara nonteknis, meter air harus dapat dibaca oleh petugas ataupun masyarakat sendiri, sehingga keduanya mudah mengetahui pemakaian air dengan pasti dan hasil bacanya transparan bagi kedua pihak. Komponen dasar dari meter air ada 3 bagian seperti gambar dibawah ini.



Gambar-5. Komponen Dasar Meter Air

Meter air berfungsi mengukur banyaknya aliran air secara terus-menerus melalui sistem kerja alat yang dilengkapi dengan unit sensor, unit penghitung, dan unit indikator pengukur untuk menyatakan volume air yang lewat. Badan meter air merupakan bagian utama yang ditengahnya merupakan ruang untuk menempatkan alat hitung yang mempunyai saluran masuk dan saluran keluar pada sisi yang berlawanan. (SNI 2547:2008).

Untuk bagian *display* / layer meter air, bagian-bagiannya dapat dilihat sebagai berikut ini.



Gambar-6. Tampilan Meter Air

Mengetahui makna bagian muka atau layer meter air sangat penting bagi penyelenggara SPAM, khususnya dalam mengetahui:

1. Tipe meter adalah jenis meter menjadi acuan pembuatan meter apakah multijet atau single jet.
2. Nominal *flowrate* (Q_n) adalah debit acuan (nominal) tingkat kemampuan ukur meter air.
3. *Metrology class* adalah klarifikasi kelas meter berdasarkan nilai akurasi. Meter dengan kelas C akan lebih akurat jika dibandingkan meter kelas B dan seterusnya.

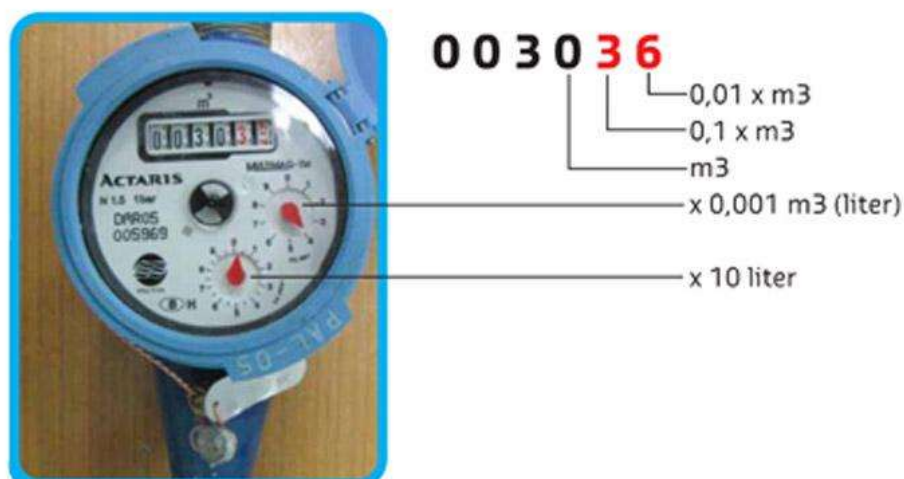
Selain itu, terdapat dua metode dalam membaca meter air, antara lain

- (i) Pembacaan manual dimana meter dibaca langsung secara manual dengan melihat langsung di lokasi meterair.
- (ii) Pembacaan otomatis (*Automatic Meter Reading*) dimana meter dibaca dengan menggunakan bantuan alat dan meter tidak langsung didatangi, misalnya dengan menggunakan aplikasi Android atau *software* pada telepon pintar, dan perangkat lain seperti *handy terminal*.

Indeks meter air terdiri terdiri dari dua warna (ISO)

- Warna hitam: menunjukkan satuan m^3 , digunakan sebagai dasar penghitungan tagihan.
- Warna merah: Menunjukkan satuan liter, digunakan untuk pengujian meter air.

Gambarnya dapat dilihat pada Gambar-6 di halaman berikut.



Gambar-7. Indeks Meter Air

3.1.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Akurasi Meter Air

Setelah mengetahui komponen, indeks, dan tampilan meter air yang perlu diperhatikan adalah keakuratan meter air. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi akurasi meter air, antara lain:

1. Faktor Kelas Metrologi

Dalam SK SNI S-01-1990-F berdasar nilai besaran Q_{min} (debit minimal) dan Q_t (debit transisi) meter air dibagi menjadi 3 kelas metrologis dengan Q_n (debit normal) kurang dari 15 m³/jam, yaitu:

- a) Kelas A $Q_{min} = 0,04 Q_t = 0,1Q_n$;
- b) Kelas B $Q_{min} = 0,02Q_n$ $Q_t = 0,08Q_n$;
- c) Kelas C $Q_{min} = 0,01Q_n$ $Q_t = 0,015Q_n$.

Sedang dalam peraturan ISO 4064-1:1993 ditambah dengan kelas D $Q_{min} = 0,0075Q_n$, $Q_t = 0,0115Q_n$. Diantara kelas metrologi tersebut yang banyak digunakan oleh Penyelenggara SPAM adalah kelas B dan kelas C saja. Dari sisi harga kelas C lebih mahal daripada kelas B sehingga banyak perusahaan air minum yang memasang meter kelas B dengan pertimbangan biaya.

2. Faktor Instalasi Meter Air

Faktor lain yang mempengaruhi akurasi meter air adalah faktor pemasangan instalasi. Pada meter jenis multijet atau singlejet akan terbaca sesuai dengan kelasnya apabila terpasang secara horizontal. Tidak sedikit akibat keterbatasan pengetahuan atau keterbatasan lokasi, petugas instalasi atau kontraktor melakukan pemasangan meter air secara vertikal sehingga meter air tidak terbaca akurat.

Pemasangan aksesoris seperti kran/*elbow* sebelum meter dengan tidak tepat juga dapat mengakibatkan turbulensi pada aliran air dan berdampak pada akurasi meter. Idealnya, meter air dipasang setelah aksesoris pada jarak 10x diameter pipa. Untuk

mengatasi keterbatasan lokasi, meter dipasang *flow straightener* untuk menormalisasi aliran air. Hal ini biasa terjadi pada meter besar pada pelanggan non domestik atau pada zona meter air.

3. Faktor Kualitas Air

Air yang mengandung pasir atau lepasan material karat pada pipa besi juga akan mempengaruhi akurasi meter air karena akan menghambat laju putaran kipas pada meter jenis multijet. Bahkan adanya material yang terlalu banyak dapat mengakibatkan meter menjadi macet, khususnya pada meter volumetrik yang sangat peka terhadap kotoran. Meter yang macet akibat kotoran ini sebaiknya dilakukan tera ulang setelah meter air dibersihkan. Jika setelah *flushing* atau tera ulang hasilnya tidak akurat maka meter tersebut harus diganti.

4. Faktor Usia Meter Air

Pelanggan banyak yang merasa bahwa meter air yang terpasang di rumahnya dalam keadaan normal dan tidak bermasalah. Hal ini karena pelanggan sudah merasa pas dengan akurasi meter air tersebut. Apalagi kalau fisik meter air masih terlihat prima. Dengan kondisi ini pelanggan merasa meter airnya tidak perlu diganti.

Kondisi ini bahkan tidak disadari oleh sebagian kecil petugas Penyelenggara SPAM. Bagaimanapun, meter air seperti benda lainnya juga turut memiliki masa pakai dan akan mengalami kerusakan. Apalagi meter air tidak pernah berhenti, terus bekerja selama 24 jam. Di Indonesia, aturan mengenai penggantian dapat disesuaikan dengan masing-masing PDAM, misalnya tiap 3, 5, atau 10 tahun. Adapun, aturan mengenai tera dan tera ulang (kalibrasi) sudah ditetapkan di UU No. 2 Tahun 1981 dan PP No. 2 Tahun 1989.

5. Faktor Kontinuitas Aliran Air

Bangunan Instalasi Pengolahan Air (IPA) tidak selamanya bekerja terus menerus. Pada suatu saat pasti mengalami stop operasi yang disebabkan oleh berbagai hal, baik yang insidental maupun yang direncanakan, misalnya gangguan listrik, pompa, pipa atau pemeliharaan rutin IPA. Pada saat air tidak mengalir itulah pipa berisi angin. Apabila kran air pelanggan dalam keadaan terbuka maka angin akan masuk dari lubang pipa dan mendorong kipas pada meter air.

Hal ini dapat terjadi pada meter jenis turbin dan tidak akan terjadi pada meter jenis volumetrik. Akibatnya, hasil bacaan meter tidak sesuai dengan keluarnya air, mengakibatkan keluhan pelanggan. Hal ini sering terjadi di tempat yang mempunyai topografi lebih tinggi dibanding sekitarnya sehingga mengurangi tekanan air. Secara akurasi meter tersebut tidak terpengaruh dengan adanya angin tetapi hasil bacaan meter menjadi tidak sesuai sehingga menurut pelanggan meter tidak akurat. Hal ini juga perlu diperhatikan.

6. Faktor Produksi Pabrik

Pabrik meter air umumnya sudah memenuhi standar yang sudah ditetapkan, baik SNI maupun ISO. Bahkan sebagai syarat, pabrik meter air harus sudah melakukan tera meter pada Badan Metrologi dibawah dinas perindustrian dan perdagangan. Dari sekian banyak yang dilakukan pengetesan dipastikan ada yang lolos karena biasanya dari pihak Badan Metrologi dalam melakukan tera kalibrasi menggunakan test *sampling* dengan statistik yang dibenarkan.

Penyelenggara SPAM dianjurkan untuk melakukan tera ulang secara mandiri di bengkel meternya masing-masing sebelum meter tersebut dipasang di lapangan. Dengan catatan hasil tera meter tersebut tidak boleh menjadi rujukan eksternal perusahaan karena yang berwenang melakukan tera sesuai dengan Undang-undang adalah Badan Metrologi di bawah Dinas Perdagangan dan Perindustrian.

7. Faktor Dimensi Meter Air yang Tidak Sesuai

Pada pengajuan pelanggan baru, pelanggan umumnya akan mengisi form mengenai kisaran kebutuhan air yang akan dipakai per harinya. Form isian yang benar idelanya memiliki banyak data pendukung lain, antara lain perhitungan ukuran meter yang tepat untuk dipasang di properti pelanggan. Apabila dimensi meter terlalu kecil sementara permintaan air banyak dan melebihi debit maksimal meter, maka meter air akan mudah aus dan menjadi tidak akurat.

Sebaliknya apabila dimensi meter terlalu besar dan pemakaian dibawah debit minimum, apalagi JIKA pelanggan mempunyai tangki penyimpanan yang cukup besar untuk menampung air sehingga seluruh pemakaian air diambil dari tank dan pelanggan bisa mengatur *flow* air yang keluar dari meter sehingga dibawah debit minimum, akibatnya adalah meter air tidak mencatat air yang keluar.



Gambar-8. Dimensi Meter Air

8. Faktor *Tampering* / Kesengajaan

Tampering, yaitu dengan menyedot air menggunakan pompa setelah meter air. Sedotan yang terlalu kuat dengan pompa dapat bisa mengakibatkan rusaknya mekanik bagian dalam meter air sehingga turbin meter menjadi cepat aus dan akibatnya meter tidak akurat.

Dari beberapa faktor diatas jelas bahwa ketidakakurasian pada meter sangat merugikan perusahaan. Bisa saja ketidakuratan tersebut menjadi pendapatan lebih bagi perusahaan, tetapi hal ini akan merugikan pelanggan dan image perusahaan akan tidak baik. Meter yang sudah

tidak akurat meskipun masih terlihat baru juga tetap harus diganti sebagai bagian dari komitmen perusahaan melakukan kontrol kualitas dan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

3.2. Pengelolaan Pencatatan Meter

Pembacaan meter adalah proses membaca dan mencatat stan meter air pelanggan setelah konsumsi air satu bulan. Meter air pelanggan dibaca dan dicatat secara teratur sehingga pemakaian pelanggan dapat terukur dengan tepat sesuai periode yang ditentukan agar Penyelenggara SPAM dapat menerbitkan dan menagih rekening air kepada pelanggan. Kegiatan hubungan dan pelayanan pelanggan berkaitan erat dengan pengelolaan pencatatan meter karena:

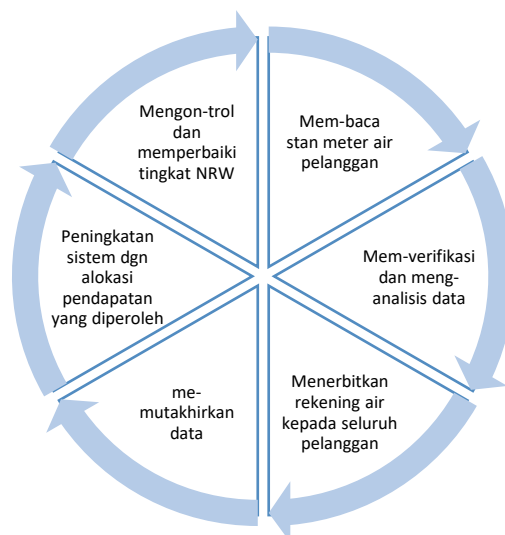
- Hasil bacaan meter dan kalkulasi tagihan rekening pelanggan merupakan bagian dari pengelolaan data *database* pelanggan.
- Sebagai unit yang saling berkesinambungan dengan unit/divisi lain, pengelolaan data pencatatan meter dapat dianalisis terlebih dahulu oleh bagian hublang/pelayanan pelanggan selaku pengelola *database* untuk mendeteksi adanya abnormalitas data (kesalahan baca meter, kesalahan penagihan, konsumsi air tidak wajar, dan lain sebagainya – akan dibahas lebih lanjut pada subbab-subbab pada bab ini). Hal ini akan membantu penindaklanjutan yang tepat.
- Upaya jaminan kualitas dan akurasi baca meter merupakan bagian dari hublang dan pelayanan pelanggan agar pelanggan puas dan yakin terhadap layanan perusahaan dan tidak mengajukan keluhan.
- Keluhan pelanggan terkait hasil baca meter atau tagihan rekening air pada akhirnya kemudian akan diproses oleh bagian pelayanan pelanggan.

Fungsi pengelolaan pencatatan meter air antara lain sebagai berikut:

1. Akurasi pencatatan: Sebagai tugas pokok pencatatan meter air untuk memperoleh hasil pembacaan dan pencatatan yang akurat.
2. Pendapatan perusahaan: Sebagai ujung tombak pendapatan perusahaan dan landasan penerbitan rekening air untuk pembayaran pelanggan.
3. Pelayanan pelanggan: Sebagai bentuk pelayanan pelanggan dalam ikatan hak dan kewajiban pelanggan dan perusahaan, serta mengelola hubungan baik dengan pelanggan agar konsumsi air tercatat sesuai dengan kondisi lingkungan rumah pelanggan dan pemakaian aktual pelanggan.
4. Menekan *commercial losses* (NRW): Sebagai upaya memantau penggunaan air dan melakukan penekanan tingkat kehilangan air melalui akurasi pencatatan dan analisis *database* (mengidentifikasi indikasi kebocoran dan sambungan ilegal).
5. Pengawasan kualitas meter air: Sebagai sumber informasi mengenai kondisi meter air pelanggan dengan mengidentifikasi kesalahan meter atau indikasi meter rusak.

Kegiatan baca meter idealnya memiliki proses perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan pengendalian mutu hasil pembacaan dan pencatatan meter air pelanggan. Namun demikian, hal ini tidak mesti memberatkan Penyelenggara SPAM dan dapat disesuaikan dengan media dan sumberdaya masing-masing perusahaan.

Siklus pengelolaan pencatatan meter air terkait dengan pendapatan dapat dilihat di Skema-11.



Skema-11. Siklus Pengelolaan Pencatatan Meter Air

Dalam aspek tugas lapangan, baca meter dapat memberikan informasi lapangan bagi Penyelenggara SPAM, misalnya ketika terdapat:

- Perubahan alamat pelanggan
- Perubahan kategori pelanggan
- Meter air bermasalah, kebocoran pipa, dsb.
- Permohonan pelanggan misalnya untuk uji sampel air, uji meter, permohonan cicilan, dsb.
- Indikasi pencurian air, maupun kejadian lainnya sesuai dengan temuan di lapangan.

Dengan observasi petugas baca meter di lapangan, hal-hal tersebut dapat ditemukan dan disampaikan sebagai informasi kepada perusahaan.

Informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk melengkapi atau memutakhirkan *database*, misalnya data mengenai kondisi pemukiman pelanggan, kondisi meter, indikasi sambungan ilegal, dan lain-lain. Misalnya saja di PT. Adhya Tirta Batam, tiap-tiap masalah terkait meter dikumpulkan lalu ditandai sebagai pelanggan yang perlu dimonitor dan diverifikasi lebih lanjut.

Adapun rangkaian kegiatan pembacaan meter dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel-12. Tahapan Kegiatan Pelaksanaan Pencatatan Meter Air

No.	Tahap	Kegiatan/Keterangan
1.	Pembentukan area, rute, dan jadwal	Untuk melaksanakan pencatatan meter air pelanggan harus disusun area baca meter, rute baca meter beserta jadwal

	pencatatan	pencatatan. (contoh jadwal terlampir)
2.	Penyusunan Daftar pembacaan dan pencatatan Meter (DPPM)	Daftar pembacaan dan pencatatan meter (DPPM) adalah kumpulan pencatatan meter air pelanggan selama 1 (satu) tahun yang sudah dikelompokkan berdasarkan area baca meter yang wajib diisi oleh petugas di lapangan.
3.	Persiapan pembacaan meter	Sebelum pelaksanaan pembacaan meter, petugas pencatat meter menyiapkan DPPM yang akan dilakukan pencatatan mulai dari menghitung jumlah pelanggan yang akan dicatat, dan pengecekan penambahan pelanggan yang akan dicatat
4.	Pelaksanaan pembacaan meter	Petugas pembaca meter melakukan pembacaan dan pencatatan meter air sesuai dengan kondisi meter air pelanggan dan mengikuti jadwal yang telah ditentukan. Petugas membaca dan mencatat stan meter air pelanggan dan melaporkan jika kondisi meter diindikasikan ada ketidakwajaran.
5.	Pembuatan laporan hasil pencatatan	Petugas pencatat meter air selain mencatat stan meter air pelanggan, mempunyai kewajiban melaporkan setiap kondisi meter air di rumah pelanggan dan memberikan informasi terkait pelayanan perusahaan jika selama pelaksanaan tugas ada masalah seperti kebocoran pipa berdampak gangguan aliran.
6.	Pengkoreksian hasil pencatatan	Dalam upaya hasil pencatatan dapat dipertanggungjawabkan, maka cek dan ricek hasil pencatatan mutlak diperlukan. Pengecekan awal dimulai dari sistem perhitungan stan meter air sampai dengan pengecekan kondisi meter pelanggan jika diperlukan. Kegiatan ini menghasilkan laporan dari petugas pencatat meter air.

Pada tahapan kegiatan di atas, salah satu hal esensial kegiatan pembacaan dan pencatatan meter air adalah mengkonversikan jumlah volume konsumsi air pelanggan dalam periode tertentu ke nilai uang sesuai rentang volume pemakaian air. Rekening air adalah lembar kertas yang memuat nilai tertentu yang akan ditagihkan ke pelanggan sesuai dengan hasil pencatatan dan pembacaan meter air pelanggan.

Sebagai sumber pendapatan utama perusahaan, rekening air harus diterbitkan berdasarkan perhitungan yang seksama agar tidak merugikan perusahaan maupun pelanggan. Jumlah yang tidak sesuai dapat menyebabkan kerugian finansial bagi perusahaan, sebaliknya juga dapat menyebabkan ketidakpercayaan pelanggan serta citra buruk terhadap perusahaan.

Jumlah yang tertera pada rekening air tersebutlah yang kemudian ditagihkan kepada pelanggan dan dihimpun pembayarannya. Semakin besar jumlah pelanggan dan semakin besar jumlah rekening air yang ditagihkan, maka semakin diperlukan pula metode pembayaran yang mudah dan efisien. Penting pula bagi perusahaan untuk mengingat

pentingnya sosialisasi informasi yang jelas mengenai rentang waktu pembayaran dan sistem denda yang efektif.

Kembali pada pekerjaan pembacaan meter, kegiatan ini dapat berlaku secara efektif dan efisien jika perusahaan memahami dan menerapkan pengaturan rute dan jadwal baca meter, persiapan pencatatan data pembacaan meter, pengaturan interval pembacaan meter, pengecekan volume air, dan memantau sistem input. Dalam pelayanan pelanggan, pembacaan meter air juga berkaitan dengan *monitoring* terhadap:

1. Penerbitan rekening pelanggan
2. Pelayanan administrasi terhadap perubahan sambungan
3. Survei dan mengkroscek data pelanggan
4. Pemantauan kepuasan pelanggan.

Poin-poin ini bertujuan meningkatkan pendapatan perusahaan dan kepuasan pelanggan. Maka dari itu, pelayanan pelanggan perlu memahami keseluruhan prosedur penanganan sistem distribusi dan penagihan.

3.3. Melaksanakan Pencatatan Meter Air

3.3.1. Persiapan Pencatatan Meter Air

Hal yang paling penting dari aktivitas pembacaan meter adalah "Membaca jumlah volume yang tertera dan menuliskannya secara tepat dan sesuai pada buku pembacaan meter". Namun, pembacaan meter tidak berhenti sampai disini. Banyak persiapan dan pengolahan yang perlu dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan pembacaan meter. Jumlah meter air yang dibaca juga harus sesuai dengan jumlah pelanggan yang ada.

Persiapan pembacaan meter air menjadi langkah awal petugas menjalankan tugasnya sesuai prosedur yang ditetapkan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan tugas pencatatan pemakaian air adalah:

- Buku Pencatatan pemakaian air atau Daftar Pencatatan Pemakaian Meter Air (DPPM)
- Area / wilayah pencatatan
- Jadwal pencatatan meter air pelanggan
- Alat pendukung pekerjaan di lapangan, seperti alat pengait atau pengungkit.

DPPM adalah kumpulan kertas dengan jumlah tertentu yang menjadi media petugas melakukan pencatatan stan meter air dan kondisi meter air. DPPM berisi informasi-informasi yang wajib diisi atau dicatat oleh petugas pencatat meter. Informasi yang diperoleh kemudian menunjang *database* sebagai dasar penagihan dan penggolongan tarif pelanggan.

Dengan kunjungan lapangan oleh petugas baca meter, informasi juga dapat di-*update* ketika terdapat penambahan atau perubahan informasi. Informasi pada DPPM tersebut umumnya mencakup (lihat Gambar-9):

- a. Nomor Pelanggan/ID pelanggan/No. Saluran/No. Sambungan
- b. Nama Pelanggan

- c. Alamat pelanggan
- d. Ukuran Meter
- e. Golongan pelanggan
- f. Nomor buku
- g. Kelurahan
- h. Kecamatan
- i. Merek meter
- j. Letak meter
- k. Tanggal pasang
- l. Alternatif Air yang dipakai
- m. Jumlah Penghuni atau jiwa (KK)
- n. Nama atau paraf petugas
- o. Stan meter
- p. Pemakaian tercatat/perkiraan
- q. Segel cop
- r. keterangan

Data di atas wajib diisi oleh petugas dengan menyesuaikan kondisi di rumah pelanggan. Artinya, informasi yang dicatat setiap bulan dapat berbeda. Hal inilah yang kemudian dapat menjadi sumber data dalam memantau ketepatan informasi pada *database*.

Petugas pencatat meter wajib menghitung jumlah pelanggan yang akan di catat meter airnya karena jumlah pelanggan yang dicatat meter airnya bisa bertambah atau berkurang dari yang sudah ditentukan, misalnya karena ada pelanggan baru yang harus dicatat atau pelanggan dalam kondisi tutup sementara atau tutup tetap dikarenakan tidak membayar selama beberapa bulan.

Daftar Pemakalan Air Pelanggan							
							Lebar Jalan: _____ M
No. Saluran	:			No. Buku	:		
Nama	:						
Alamat	:						
Ukuran Meter	:						
Golongan	:						
Kelurahan	:	Kecamatan : _____					
Merk Meter	:			Tgl. Pasang	:		
Letak Meter	:			Sumur	:	<input type="checkbox"/> Ada	<input type="checkbox"/> Tdk. Ada
Keterangan	:			Jml. Jiwa	:	_____ Org/	<input type="checkbox"/> Rmh. Kos
Tgl.	Bln.	Paraf Petugas	Stan Meter	Pemakaian Air (m ³)		Segel Cop	Keterangan
				Tercatat	Perkiraan		
	Des						
	Nop						
	Okt						
	Sep						
	Agt						
	Jul						
	Jun						
	Apr						
	Mar						
	Peb						
	Jan						
	Des						
							Tahun

Gambar-9. Daftar Pencatan Pemakaian PDAM Kota Malang

Idealnya, DPPM disesuaikan dengan area pencatatan meter air. Besar kecilnya area akan mempengaruhi kinerja petugas. Ketika jumlah pelanggan banyak dan area baca terlalu luas, kinerja petugas baca meter dapat terpengaruh secara negatif khususnya pada aspek kondisi fisik, konsentrasi, dan keakuratan pencatatan. Namun demikian, jumlah pelanggan yang

sedikit dengan area pencatatan yang kecil juga tidak serta-merta selalu berjalan efektif.

Maka dari itu, luas atau kecilnya area pencatatan perlu disesuaikan dengan jumlah pelanggan yang akan dicatat. Pembuatan rute pencatatan meter air juga akan berguna dalam mendukung efektifitas dan efisiensi pencatatan. Rute yang sesuai dengan kondisi lokasi pelanggan akan memudahkan petugas dalam mengontrol pembacaan dan pencatatan meter sehingga risiko pelanggan tidak tercatat atau terlewati menjadi kecil.

Oleh karena itu, selain DPPM sebagai pegangan utama, tugas pembacaan dan pencatatan meter juga perlu difasilitasi rute dan jadwal baca meter yang tepat. Ketika area pembacaan meter sudah ditentukan, petugas perlu rute dan jadwal sebagai acuan interval baca per bulan. Dengan memisahkan catatan pembacaan meter sesuai urutan rute dan jadwal, pembacaan meter yang efisien dapat tercapai.

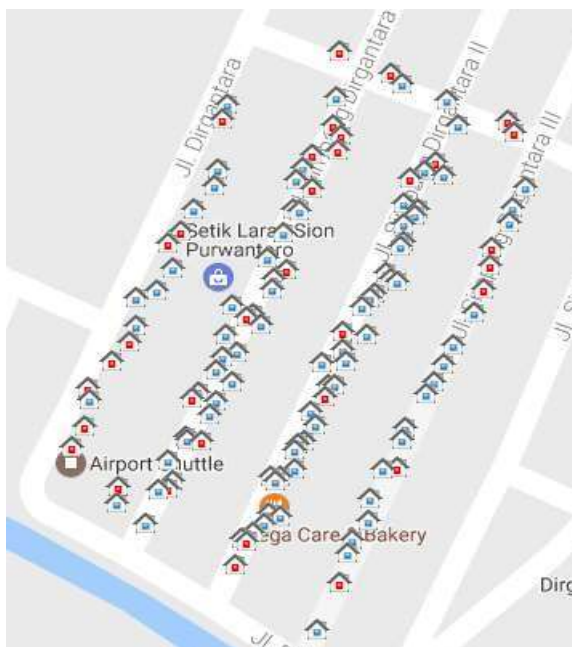
Jadwal baca meter disusun untuk menetapkan waktu yang konsisten dan ideal dalam membaca meter pelanggan. Penjadwalan baca meter yang baik akan meningkatkan kedisiplinan petugas dalam melaksanakan pekerjaan rutin, membuat data baca meter yang masuk mudah untuk ditelusuri, serta memudahkan Penyelenggara SPAM mencegah kesalahan data akibat interval yang tidak tepat.

Jadwal pencatatan wajib ditaati oleh semua petugas. Hal ini agar fungsi untuk menjaga dan meningkatkan pelayanan, mengontrol stabilitas pemakaian, memonitor area baca meter, dan memahami perilaku pelanggan dapat diwujudkan.

Mengingat pentingnya jadwal, penyusunannya perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- i. Konsistensi jumlah hari pencatatan
- ii. Penyusunan berdasarkan kelompok baca meter, misalnya per kelurahan
- iii. Periode pencatatan memenuhi rata-rata 30 hari/bulan
- iv. Selisih hari pencatatan maksimal 2 hari

Contoh rute dan jadwal pencatatan meter air dapat dilihat pada Gambar-10 dan Gambar-11:



Gambar-10. Jalur Pencatatan Meter Air Pelanggan PDAM Kota Malang

Jadual Pencatatan Pemakaian Air Wilayah IV

Bulan: Januari 2017

No	Juru Meter	Tanggal Pemeriksaan												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		Tgl 3	Tgl 4	Tgl 5	Tgl 6	Tgl 9	Tgl 10	Tgl 11	Tgl 12	Tgl 13	Tgl 14	Tgl 16	Tgl 17	
1	Irfan Adhi S	505001	501018	501027	507002	507021	507022	507032	110009	502006	508001	508013	503006	
											Masuk			
2	Hendri S	505002	501008	501028	999002	507003	999004	507023	110010	508002	508012	999010	503007	
3	M Yusuf	505003	501009	501029	501038	507004	507014	507024	110001	110011	502008	508003	503008	
4	Agung Y	505004	501010	501030	999001	507015	507025	999013	110002	502009	508004	999007	503019	
												502017		
5	Angga R	501001	501011	501031	501038	507006	507026	110003	110013	502004	502017	502018	508015	
6	Indra Bayu S	501002	501012	501022	501032	507007	507017	507027	502001	502011	508005	508010	503001	
7	Yohan C S	501003	501013	501023	501033	507008	507018	507028	502002	502012	502016	508007	508011	
8	Aseptian Tri	501007	501020	501021	507010	507013	507019	507033	110012	502003	502010	508014	503002	
9	Trio Julkori	501004	501014	501019	501034	999011	507009	507029	110006	999005	508008	503003	503013	
10	M Jaemuri	501005	501015	501025	501035	999012	507020	507030	110007	999006	502014	503004	503014	
11	Eka Wawan	501006	501016	501028	507001	507011	507012	507031	110008	502005	502015	508006	503005	
12	A. Sakhu	505005	501017	501024	501037	507005	507016	110004	110005	502007	502013	508009	503015	

Bulan: Februari 2017

No	Juru Meter	Tanggal Pemeriksaan												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		Tgl 1	Tgl 2	Tgl 3	Tgl 6	Tgl 7	Tgl 8	Tgl 9	Tgl 10	Tgl 11	Tgl 13	Tgl 14	Tgl 15	
1	Irfan Adhi S	505001	501018	501027	507002	507021	507022	507032	110009	502006	508001	508013	503006	
											Masuk			
2	Hendri S	505002	501008	501028	999002	507003	999004	507023	110010	508002	508012	999010	503007	
3	M Yusuf	505003	501009	501029	501038	507004	507014	507024	110001	110011	502008	508003	503008	
4	Agung Y	505004	501010	501030	999001	507015	507025	999013	110002	502009	502018	999007	508002	
5	Angga R	501001	501011	501031	501038	507006	507026	110003	110013	502004	502017	508015	508016	
6	Indra Bayu S	501002	501012	501022	501032	507007	507017	507027	502001	502011	508005	508010	503001	
7	Yohan C S	501003	501013	501023	501033	507008	507018	507028	502002	502012	502016	508007	508011	
8	Aseptian Tri	501007	501020	501021	507010	507013	507019	507033	110012	502003	502010	508014	503002	
9	Trio Julkori	501004	501014	501019	501034	999011	507009	507029	110006	999005	508008	503003	503013	
10	M Jaemuri	501005	501015	501025	501035	999012	507020	507030	110007	999006	502014	503004	503014	
11	Eka Wawan	501006	501016	501026	507001	507011	507012	507031	110008	502005	502015	508006	503005	
12	A. Sakhu	505005	501017	501024	501037	507005	507016	110004	110005	502007	502013	508009	503015	

Gambar-11. Jadwal Pencatatan Meter PDAM Kota Malang

Terkadang terdapat hari dimana pembacaan meter tidak dapat dilakukan akibat kondisi cuaca buruk, kondisi fisik kurang fit, dan lain sebagainya. Oleh karenanya, Penyelenggara SPAM perlu memiliki cakupan rute dan rentang tanggal pembacaan meter dengan jatah selisih hari dari jadwal seharusnya. Sistem *shift* atau adanya petugas cadangan juga dapat dipertimbangkan kegiatan baca meter dapat senantiasa berjalan.

3.3.2. Mencatat Hasil Pembacaan Meter Air

Mencatat hasil pembacaan meter merupakan kegiatan pokok dalam mengumpulkan informasi terkait meter air dan kondisi di lingkungan pelanggan. Petugas melaksanakan pencatatan berdasarkan adwal dan rute yang telah ditentukan lalu berkunjung ke rumah pelanggan, mencatat angka stan meter air, sambil mengamati kondisi meter air pelanggan. Percakapan dengan pelanggan juga terkadang menjadi hal yang lumrah meski tidak selalu terjadi.

Hasil pembacaan stan meter kemudian dicatat di DPPM termasuk jika stan meter tidak terbaca karena alasan tertentu. Selain kondisi meter, terdapat pula keadaan lain yang menyebabkan petugas tidak dapat melakukan pencatatan, antara lain ketika petugas dihadapkan pada keadaan sebagai berikut:

- a. Pemakaian meningkat atau menurun
- b. Pemakaian 0 (nol)
- c. Rumah kosong
- d. Pagar terkunci
- e. Meter macet/buram
- f. Meter rusak/berlumut
- g. Meter terhalang/tertimbun

Saat menemukan kondisi seperti di atas, maka petugas harus melaporkan kepada perusahaan agar perusahaan dapat melakukan pengecekan ulang. Selain temuan yang dijabarkan di atas, petugas dapat menemukan hal-hal diluar kegiatan pencatatan seperti misalnya pipa bocor atau keluhan lainnya yang disampaikan pelanggan saat baca meter. Hal-hal seperti ini tetap perlu dilaporkan agar bisa ditangani pihak terkait dengan cepat.

Petugas baca meter air wajib melaporkan setiap kejadian dengan mengisi formulir laporan pengamatan meter. Laporan pengamatan meter berfungsi sebagai kertas kerja pendukung untuk menampung semua informasi hasil pengamatan petugas diluar terkait masalah stan meter air serta menindaklanjuti meter bermasalah (lihat contoh pada Gambar-12 dan 13).

LAPORAN PENGAMAT METER	
No. Saluran :	Gol Tarip :
Nama :	Buku :
Alamat :	Hal :
RT/RW :	
Hasil Pemeriksaan	
1. Merk / Diameter :	No. Meter :
2. Kaca Meter :	baik/pecah/lumutan
3. Jarum Meter :	baik/macet/keder/lepas
4. Segel Cob Meter :	baik/rusak/tidak ada
5. Tempat Meter :	bak tromol/bak riool
6. Letak Meter :	muka/belakang/samping/dalam rumah
7. Keadaan Air :	aliran keras/sedang/rendah/kosong
8. Penunjukan Meter :	Tgj : Stand : = m ³
	Tgj : Stand : = m ³
	Tgj : Stand : = m ³
.....	
.....	
.....	
Malang,	
Kanit UMP. Wil.	Pembaca Meter
.....

Gambar-12. Format form Laporan Pengamat Meter PDAM Kota Malang

LAPORAN GANTI METER/PENERTIBAN	
No. Saluran :	Buku :
Nama :
Alamat : JL
RT.	RW
Kondisi Lapangan	
1. Merk & No. Meter :
2. Diameter Meter :	<input type="checkbox"/> 0.50" <input type="checkbox"/> 0.75" <input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> 1.00" <input type="checkbox"/> 2.00"
3. Kondisi Meter :	<input type="checkbox"/> Meter Macet <input type="checkbox"/> Meter Berlumut
	<input type="checkbox"/> Plat Geser <input type="checkbox"/> Meter Ngembun/Buram
	<input type="checkbox"/> Lain-lain :
4. Stand Meter :	Bulan =
Dari hasil pemeriksaan diatas, mohon meter air pelanggan terebut untuk diadakan:	
(1) Ganti Meter	<input type="checkbox"/>
(2) Penertiban	<input type="checkbox"/> Dinaikkan/terpendam <input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> Pindah Meter
Menyetujui	Malang,
Pelanggan	Petugas
.....
Mengetahui Kanit UPM. Wil	

Gambar-13. Format Form Ganti Meter/ Penertiban PDAM Kota Malang

Ketika petugas menemukan kejadian, masalah, atau kelainan layanan SPAM. Petugas dapat mendata pelanggan yang bermasalah atau memiliki permintaan/keluhan dan melaporkannya saat di kantor. Adapun untuk temuan-temuan yang harus diwaspadai oleh petugas baca meter selaku petugas lapangan perusahaan akan dijelaskan sebagai berikut.

3.3.2.1. Deteksi Sambungan Ilegal

Di Jepang, biaya pengeluaran bulanan rumah tangga untuk rekening air per pelanggan adalah sekitar 0.5% sampai 1.0% dari pendapatan. Masyarakat Jepang sudah mengetahui bahwa keutungan sambungan ilegal dalam menghindari tagihan tidak sebanding dengan sanksi yang dikenakan. Karena jarang terjadi, sambungan ilegal tidak menjadi momok dan tidak ditampilkan sebagai salah satu faktor analisis distribusi air di Jepang.

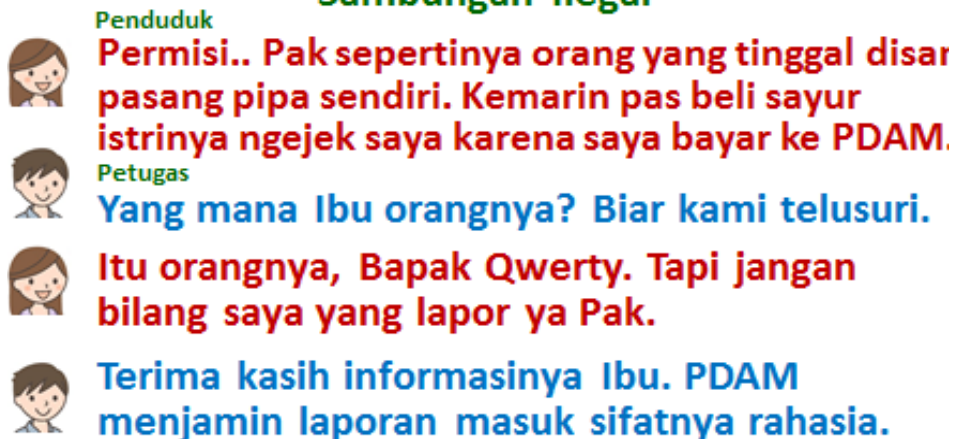
Akan tetapi, di negara-negara Asia dan Afrika yang kesenjangan antara masyarakat mampu dan kurang mampu cukup jauh, banyak juga yang bergantung pada sambungan ilegal. Dalam membuat sambungan ilegal, sambungan pelanggan resmi diberi sambungan tanpa seizin PDAM ke lokasi tersembunyi sehingga sulit ditelusuri karena saat terdeteksi, suaranya hampir mirip dengan suara kebocoran air.

Membuat sambungan ilegal di pipa distribusi atau pipa cabang distribusi (yang berada dibawah pengawasan Penyelenggara SPAM) sebenarnya membutuhkan pekerjaan konstruksi skala besar. Para pelaku bisa menyamarkan diri sebagai kontraktor konstruksi atau karyawan perusahaan agar dapat melakukan pembukaan jalan beraspal, pengeksposan pipa air, dan pembuatan pipa cabang. Pada kasus seperti ini, masyarakat perlu dapat awas dan waspada

terhadap hal-hal yang mencurigakan.

Jika pelayanan pelanggan dikelola dengan baik dan masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi, masyarakat akan awas dan terbuka dalam menyampaikan hal-hal mencurigakan kepada PDAM sehingga masalah dapat dicegah dari awal. Selain membaca meter air, petugas baca meter juga harus dapat memeriksa situasi dan kondisi dimana pipa layanan dan distribusi berada, sebab mereka merupakan ujung tonggak perusahaan di lapangan dan dengan masyarakat secara langsung.

Percakapan Petugas dengan Penduduk Sekitar Sambungan Ilegal



Gambar-14. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Sambungan Ilegal)

Pemanfaatan data baca meter air juga dapat memudahkan penelusuran sambungan ilegal. Jika petugas baca meter dapat mengestimasi penggunaan air pelanggan sesuai dengan jumlah penghuni dan riwayat rata-rata konsumsi pelanggan, perusahaan akan lebih mudah mendeteksi pemakaian air yang tidak wajar.

Pada umumnya, pelanggan akan memelihara pipa layanan dan mengontrol konsumsi air mereka sendiri untuk mengurangi kebutuhan perbaikan dan biaya langganan. Dengan demikian, jika angka baca meter terlalu besar dibanding dengan jumlah anggota keluarga pelanggan, maka hal itu dapat mengindikasikan adanya sambungan ilegal, kebocoran, kecurangan, kesalahan baca, dan masih banyak lagi.

Orang-orang yang melakukan pencurian air / sambungan ilegal biasanya melakukannya untuk menghindari tagihan. Mereka menganggap remeh pelanggan yang membayar melalui jalur yang benar. Namun, dengan membangun hubungan baik dengan penduduk, pembaca meter dapat memperoleh informasi kecurigaan. Perusahaan juga dapat mempertimbangkan insentif bagi petugas baca meter agar bersemangat melakukan tugas tambahan sehingga sambungan ilegal dapat dicegah agar NRW dari kerugian komersial dapat dicegah. Lihatlah contoh interaksi berikut ini.

3.3.2.2 Deteksi Kebocoran

Deteksi dan pencegahan kebocoran merupakan pilar utama kegiatan penurunan NRW. Banyak perusahaan SPAM mengalami kebocoran pada pipa berdiameter kecil (DN 50 mm atau kurang). Di Jepang, banyak pipa berdiameter besar menggunakan *Ductile Iron Pipes* (DIP) dan *Steel Pipes* (SP) namun sekitar 95% kebocoran terjadi pada pipa yang berdiameter kecil, di antaranya pipa pemasok air yang umumnya berdiameter kecil.

Pada prinsipnya, kebocoran yang terjadi di hulu merupakan tanggung jawab Penyelenggara SPAM sementara yang terjadi pada pipa di hilir meter air merupakan tanggung jawab pelanggan. Dalam pengelolaan aset SPAM, cabang dari pipa distribusi termasuk peralatan di hilir yang berada di ranah rumah pelanggan (setelah meter air) merupakan properti dan tanggung jawab pelanggan. Lihatlah contoh interaksi pada Gambar-11.

Kebocoran di titik hilir dinamakan kehilangan air berekening. Sebab, meskipun pelanggan tidak menggunakan air tersebut, volume air ini akan tetap dimasukkan ke dalam tagihan air. Adapun, kebocoran yang terjadi pada bagian hulu, yakni sebelum meter air pelanggan, disebut dengan air tak berekening.

Pada kasus kebocoran di ranah pelanggan, pelanggan tentu akan sulit mengetahui adanya bocor jika kebocoran tidak terjadi di permukaan. Ketika kebocoran merupakan kebocoran sekunder atau kelanjutan dari kebocoran lain, maka titik utamanya lebih sulit dideteksi. Namun dengan membandingkan pembacaan meter bulan berjalan dengan bulan sebelumnya, perusahaan dapat mengkonfirmasi adanya indikasi kebocoran.

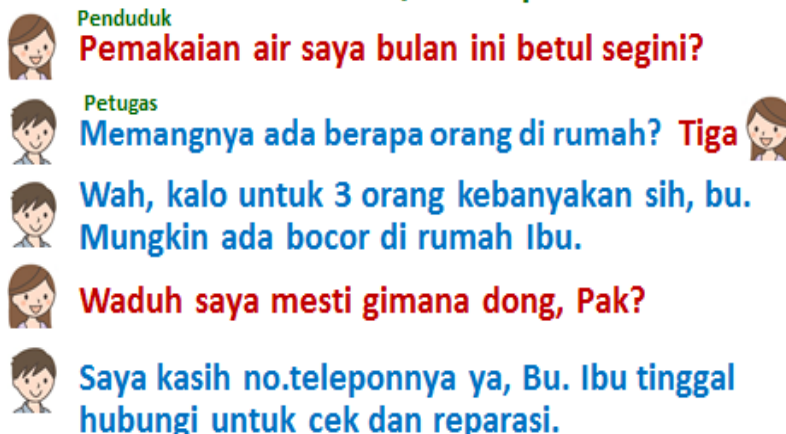
Tentu saja, ada beberapa alasan yang membenarkan jumlah konsumsi volume air yang tiba-tiba melonjak. Namun jika jumlah anggota keluarga dikategorikan sedikit/kecil, maka konsumsi air per kapita yang terlalu besar dapat mengindikasikan kebocoran. Pemberitahuan mengenai kecurigaan kebocoran kepada pelanggan yang bersangkutan juga dapat dilakukan sebagai bagian dari kegiatan hubungan dan pelayanan pelanggan.

Pada prinsipnya, konsumsi air yang dicatat lebih besar dari semestinya akan merugikan pelanggan dan menimbulkan keluhan. Sebaliknya, pemakaian air yang dicatat lebih sedikit akan merugikan perusahaan. Terkadang, kesalahan seperti ini disengaja oleh petugas yang berkerjasama dengan pelanggan untuk memperoleh keuntungan pribadi. Selain itu, *human error* seperti kesalahan dalam pembacaan dan pencatatan angka meter air hingga kesalahan pada saat input data dapat menyebabkan kesalahan perhitungan konsumsi air pelanggan.

Perusahaan dapat menekan penggunaan air dengan mengajak pelanggan untuk lebih hemat dalam menggunakan air. Peningkatan hubungan yang baik dengan pelanggan maupun petugas baca meter juga dapat mewujudkan pembacaan meter yang akurat dan penggunaan air yang wajar. Hal ini bukanlah pekerjaan sepele dan memerlukan kerjasama dari berbagai pihak, dan hal ini telah menjadi konsep kerja di negara-negara maju.

Percakapan Petugas dengan Penduduk Sekitar

Kesalahan Meter / Bocor pada SR



Gambar-15. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Kebocoran)

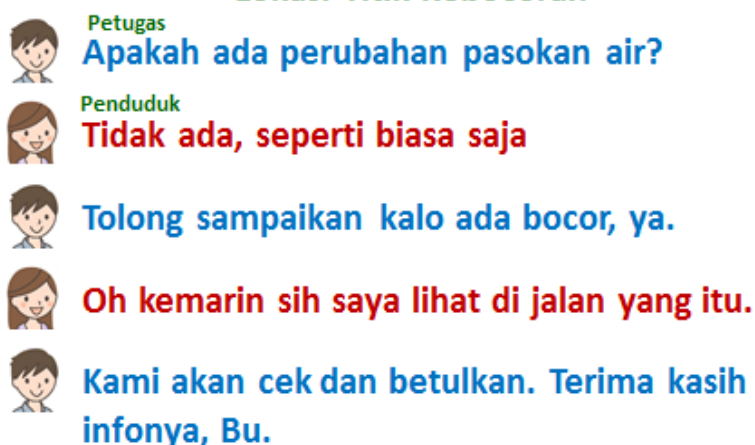
3.3.2.3. Deteksi Meter Rusak

Tanpa adanya temuan meter air yang mengalami kerusakan, penggantian meter air untuk menurunkan NRW tidak akan dapat dilakukan dengan mudah dan tepat. Apakah ada cara untuk menemukan meter air yang rusak diantara meter-meter air yang terpasang dalam jumlah banyak? Melepaskan meter air satu per satu dan melakukan *flow rate test* tentu bukan pilihan yang praktis.

Oleh karena itu, perhitungan antara **jumlah konsumsi air per orang per keluarga / Volume air bermeter dibandingkan** dengan; **ukuran keluarga** sebagaimana dibahas pada Bab 2 sangat penting untuk dilakukan. Dengan analisis *database*, pemakaian air dapat diestimasi dan dicocokkan dengan fakta lapangan. Jika volume air terkonsumsi sangat kecil, perusahaan dapat mencurigai adanya kerusakan meter air. Oleh karena itu, data "Ukuran Keluarga" sangat penting untuk diisi dan di-*update* terutama dalam mencocokkan penggunaan air dan menemukan indikasi meter rusak. Lihatlah contoh berikut ini.

Percakapan Petugas dengan Penduduk Sekitar

Lokasi Titik Kebocoran



Gambar-16. Contoh Interaksi Masyarakat dengan Petugas Lapangan (Meter Rusak/Indikasi Bocor)

Jika Penyelenggara SPAM tidak mengetahui ukuran keluarga pelanggan, pembaca meter dapat mengestimasi jumlah anggota keluarga berdasarkan ukuran rumahnya. Terkadang, jumlah anggota keluarga dirasa sebagai informasi pribadi sehingga pelanggan mungkin tidak menjawab dengan terus terang. Jika kasus seperti ini terjadi, variabel ukuran keluarga dapat diperkirakan dengan mengasumsikan ukuran keluarga terbagi menjadi tiga yaitu Besar (8 orang), Sedang (5 orang), dan Kecil (3 orang).

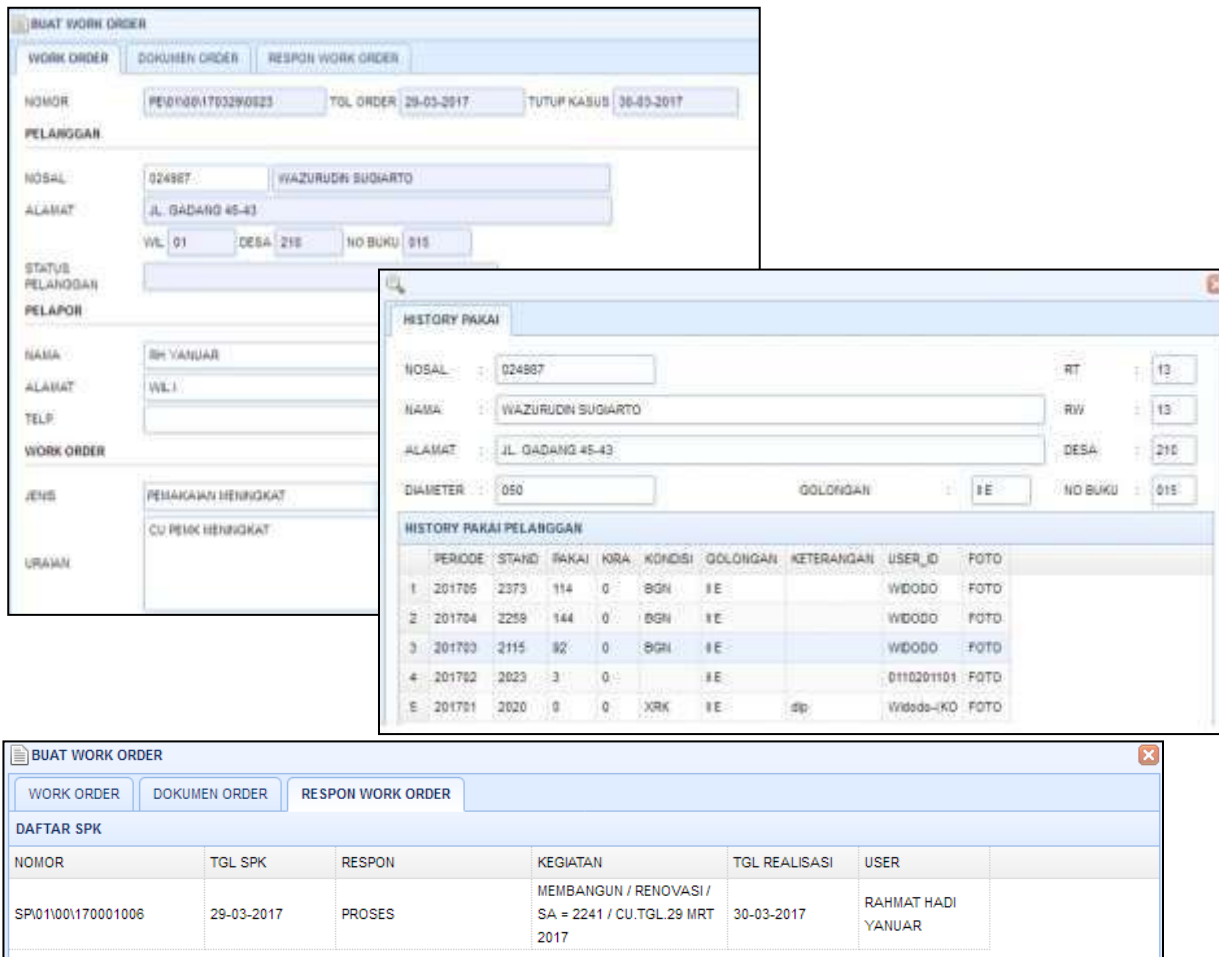
3.3.3. Membuat Laporan Hasil Pembacaan Meter Air

Setelah melakukan pencatatan meter air, petugas wajib menyerahkan hasil pencatatan meter air. Sebelum penyerahan buku DPPM ke bagian administrasi atau yang melakukan *entry/input* data ke rekening, petugas wajib memeriksa terlebih dahulu hasil pencatatan terutama perhitungan pemakaian pelanggan dan tanggal pencatatan.

Sebagaimana dibahas pada subbab 3.2.2., dalam proses pencatatan dan pembacaan meter air, sebenarnya petugas baca meter dapat turut mengamati dan memeriksa kondisi lapangan. Seandainya ada indikasi permasalahan yang perlu dilaporkan (lihat Gambar-12). Laporan tersebut kemudian diserahkan ke bagian terkait untuk dicek agar dapat ditindaklanjuti dengan tepat.

Laporan petugas pencatat meter dari hasil pembacaan stan meter kemudian di *input* sebagai bagian dari rangkaian kerja penyusunan dan pengembangan *database* Penyelenggara SPAM. Dengan menginput data hasil pembacaan dan pencatatan meter, riwayat pelanggan yang komprehensif dapat terekam dengan baik.

Adapun contoh laporan pengamat meter yang diolah dalam rangkaian kerja di Gambar-17. Rangkaian kerja tersebut merupakan kegiatan rutin selama pencatatan pemakaian air berlangsung dalam periode tertentu sehingga di akhir bulan, Penyelenggara SPAM memperoleh rekaman seluruh hasil pencatatan dan kejadian yang ada disekitar pelanggan. Di bawah ini adalah contoh histori pakai dan rekapitulasi pencatatan meter air (Gambar-18).



Gambar-17. Rangkaian Kerja (*Work Order*) dari Laporan Pengamatan PDAM Kota Malang

#	Kode ABM	Jml. Pelanggan	Terbaca	Terbaca (P)	Belum Terbaca	Jml. Pemakaian		Kondisi	Tgl Baca	Petugas	Verifikasi
						Pink Terjual	GPS				
1	307011	127	127	0	0	2.347 2.347	127	43	17-01-2017	Hari Setiawan-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
2	307012	147	147	1	0	2.504 2.504	147	17	23-01-2017	Didik Hartanto-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
3	307013	145	145	1	0	2.499 2.499	144	30	18-01-2017	Jeffri Jalmiko-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
4	307014	160	160	1	0	2.534 2.534	160	35	19-01-2017	Reza Adetyas P-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
5	307015	260	260	0	0	5.027 5.027	260	32	20-01-2017	Adi Puj H-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
6	307016	132	132	0	0	1.787 1.787	132	22	18-01-2017	Adi Puj H-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>
7	307017	163	163	0	0	3.083 3.083	163	16	18-01-2017	DENY IFRENDIA-(KOPERASI-CATER)	<input type="checkbox"/>

Gambar-18. Histori Pakai dan Rekapitulasi Pencatatan PDAM Kota Malang

3.4. Mengolah Data Pencatatan Meter Air

Selain dari kewajiban petugas memeriksa seluruh hasil pencatatan pemakaian air dan melaporkan kejadian-kejadian yang ditemui di lapangan, berikut adalah tahapan kegiatan dalam pengolahan data pencatatan meter air.

Tabel-13. Kegiatan Pengolahan Data Pencatatan

No.	Tahap	Kegiatan
1.	<i>Entry data</i> hasil pencatatan	Petugas <i>entry data</i> menerima Buku DPPM dari bagian pencatatan meter air untuk dilakukan <i>entry data</i> hasil pencatatan.
2.	Pencetakan dan pengkoreksian hasil <i>entry data</i>	Hasil <i>entry data</i> dilakukan pencetakan Daftar Pencatatan (DP) dan meminta pengkoreksian ulang jika terjadi kesalahan penghitungan atau perhitungan yang tidak wajar
3.	Penerbitan rekening air	Penerbitan rekening setelah dilakukan pengecekan ulang bagian pencatatan meter. Jika terjadi kesalahan pengentian atau pencatatan maka segera dilaporkan ke bagian rekening untuk dilakukan perubahan dan penerbitan rekening.
4.	Laporan	Bagian rekening membuat laporan hasil pengentian data sebagai laporan awal rekening yang ditagihkan.

3.4.1 Memproses Hasil Pencatatan Meter Air

Setiap kali proses pencatatan diselesaikan dan diperiksa oleh petugas, hasil pencatatan kemudian disetor ke bagian administrasi atau bagian yang berwenang untuk melakukan entri data hasil pencatatan. Inputan dalam angka meter akan terkonversi dalam bentuk pemakaian (volume air) sampai muncul *output* berupa rekening pelanggan. Semua proses ini merupakan bagian krusial dalam menentukan tagihan pelanggan, kesesuaian konsumsi pelanggan, dan perhitungan tagihan sesuai golongan tarif.

Beberapa contoh kesalahan pada tahap ini terjadi pada saat input angka, membaca meter, mencatat hasil bacaan, kesalahan sistem (misalnya *system down* atau *error*), kesalahan hitung akibat salah memasukkan kategori tarif pelanggan, serta kesalahan akibat *database* informasi pelanggan yang belum di *update*. Kesalahan-kesalahan ini lazim terjadi, namun dapat ditangani dengan:

1. Memperkuat mekanisme kroscek dan verifikasi
2. Melakukan restitusi
3. Mengkoreksi tagihan rekening air berdasarkan data yang sebenarnya
4. Meng-*update database*
5. Memberikan *refund* (jika ada kesalahan pembayaran oleh pelanggan).

Akan jadi nilai plus jika perusahaan dapat mendata kesalahan yang terjadi untuk mencegah kesalahan yang sama terjadi lagi. Kesalahan hitung dapat berdampak negatif pada citra perusahaan dan membuat pelanggan merasa dirugikan. Dengan mencatat, meninjau, dan mencegah terulangnya kesalahan, citra perusahaan akan lebih baik.

Idealnya, terdapat kroscek berjenjang saat menginput jumlah konsumsi air sebelum akhirnya menerbitkan tagihan air. Sebagai bagian dari proses penerbitan rekening air, perlu ada konfirmasi data terhadap informasi konsumsi air, kesesuaian dengan kategori/golongan pelanggan, pembacaan meter, konsumsi air bulan berjalan, konversi ke nilai rupiah, hingga penerbitan rekening.

3.4.2 Estimasi Pemakaian Air yang Tidak Tercatat

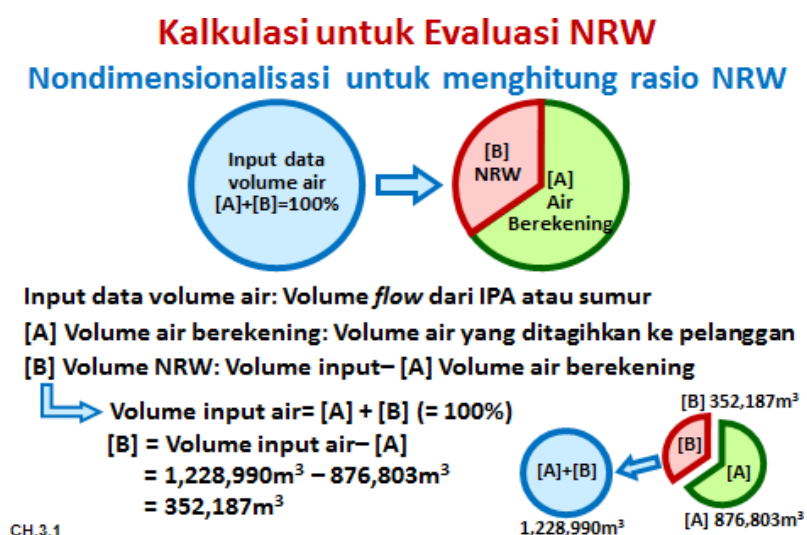
Hasil penginputan data tidak serta-merta dapat 100% merekam konsumsi actual, terlebih jika ada kendala dalam melakukan pencatatan. Kondisi-kondisi anomali dapat berpengaruh pada tagihan pelanggan jika data belum sesuai dengan kondisi sebenarnya. Kondisi anomali dapat berdampak pada estimasi pemakaian dan akibatnya, tagihan pelanggan menjadi tidak sesuai. Kondisi-kondisi anomali yang sering terjadi umumnya:

- Pagar terkunci atau rumah kosong (tidak ada orang)
- Meter macet / buram, dan;
- Meter hilang

Guna meminimalisir kesalahan pemakaian, mekanisme pemeriksaan data perlu dikuatkan di bagian pengentrian data. Pihak yang bertanggungjawab melakukan input data dapat menginformasikan ulang ke bagian pencatatan meter mengenai ada tidaknya kondisi-kondisi dimana pemakaian air menjadi sulit untuk dapat dicatat atau diestimasi dengan baik. Belum lagi jika ada memang ada penggunaan/aliran air yang tidak terdeteksi oleh meter air. Jika setelah cek ulang kondisi masih tetap sama, maka estimasi pemakaian dapat langsung digunakan untuk mengeluarkan tagihan rekening air.

Adapun berikut adalah contoh metode perhitungan estimasi air tidak tercatat.

Pada rumus di Gambar-19., terlihat bahwa estimasi pemakaian air tidak tercatat dapat dilakukan dengan mengasumsikan bahwa total volume air yang diinput sebesar 100% terdiri dari Volume air berekening yang ditagihkan ke pelanggan dan air tak berekening.

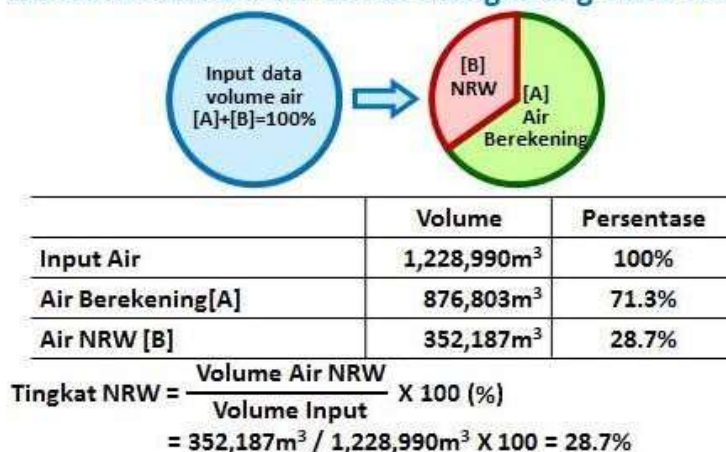


Gambar-19. Rumus Perhitungan Estimasi Air tidak Tercatat (NRW)

Jika kita ingin mengetahui jumlah air tak berekening [B], kita dapat menghitung dengan melakukan pengurangan antara total volume air yang diinput dengan volume air yang ditagihkan ke pelanggan. Pada contoh di atas, total volume air yang diinput adalah $1.228.990\text{m}^3$ namun volume yang ditagihkan adalah 876.803m^3 . Maka, air yang tidak berekening adalah sejumlah 352.187m^3 .

Penting bagi perusahaan untuk memahami bahwa pemakaian air pelanggan memang seringkali tidak terekening sepenuhnya akibat ada pembulatan dan lain sebagainya. NRW akibat hal ini merupakan hal yang wajar, namun penting bagi perusahaan untuk tetap memantau jumlah total NRW secara berkala sebagai bagian dari pelaporan dan pemantauan operasi bisnis SPAM.

Nondimensionalisasi untuk menghitung rasio NRW



Gambar-20. Penjelasan Rumus Perhitungan NRW

Gambar di atas ini menunjukkan lanjutan dari perhitungan pada Gambar-16. Dari hasil total volume air yang diinput, air berekening dan air tidak berekening yang dihitung yang kemudian diubah menjadi persentase 100% memperlihatkan bahwa tingkat NRW adalah sebesar 28.7% dari total jumlah air yang diinput. Cara memperolehnya dapat dilihat pada rumus di atas.

3.4.3. Membuat Laporan Hasil Estimasi Pemakaian Air

Dalam pelayanan pelanggan, efisiensi proses dari baca meter, pengolahan rekening menjadi tagihan air merupakan kegiatan yang berkesinambungan. Meskipun tidak selalu berkaitan dengan penagihan, pelayanan pelanggan bertanggungjawab menerbitkan rekening air berdasarkan hasil baca meter dan memantau ketepatan rekening untuk mendapatkan tagihan pelanggan yang akurat untuk mencegah pengaduan pelanggan.

Pencatatan dan rekam data yang baik dapat menjadi acuan kinerja pencatatan meter. Semakin sedikit stan meter air yang tidak tercatat atau terbaca maka penggunaan estimasi akan semakin minim sehingga pengaduan pelanggan terkait pemakaian akan lebih sedikit. Hasil pencatatan meter air dengan kondisi semua tercatat maupun tidak juga dapat menjadi bahan evaluasi tiap akhir bulan terkait pembenahan rute, jadwal, dan lainnya.

Kondisi-kondisi anomali juga dapat diperhatikan secara khusus mengingat hal tersebut berpotensi menjadi pengaduan di bulan yang akan datang. Jika terjadi keluhan, maka petugas di lapangan akan menjadi sasaran keluhan. Riwayat data pemakaian anomali mutlak dimiliki dan dicarikan solusinya sehingga dapat diatasi pada pencatatan bulan depan dan tidak terulang kembali.

Sebagai contoh, Tabel-14. di bawah ini merupakan gambar laporan hasil estimasi pemakaian air. Tabel tersebut memperlihatkan contoh pelaporan hasil estimasi pemakaian air yang turut memasukan informasi distrik termasuk meter induk dan meter pelanggan, Tanggal baca bulan ini dan sebelumnya, interval hari tanggal baca tersebut, dan jumlah volume air secara keseluruhan. Kolom NRW untuk memantau hasil pelaporan juga dapat ditambahkan.

3.5. Mengevaluasi Pengelolaan Pencatatan Meter

Tabel-14. Contoh Laporan Hasil Estimasi Pemakaian Air

Distrik	Tanggal baca sebelum	Tanggal baca saat ini	Interval	Jumlah	NRW
Input-1	09/16/2017	10/15/2017	29 d	1,228,990m ³	
Area A			32.9 d	95,291m ³	
A-0001	09/01/2017	10/02/2017	31 d	20m ³	
A-3894	09/03/2017	10/06/2017	34 d	17m ³	
Area B			34.1 d	82,921m ³	
B-3211	09/18/2017	10/21/2017	34 d	23m ³	
Area C			32.4 d	101,089m ³	
Jumlah/Rata-rata di semua wilayah			32.7 d	988,672m ³	19.6%
Koreksi interval untuk NRW			1.126	876,803m ³	28.7%

Seusai kegiatan pencatatan dan pengolahan data pencatatan meter, laporan yang telah dibuat pencatat meter kemudian direkapitulasi dalam bentuk laporan akhir atau laporan bulanan. Dalam tugas harian setelah pencatatan, petugas pencatat meter harus mengetahui setidaknya total jumlah pelanggan yang akan dicatat, jumlah pelanggan baru, dan jumlah pelanggan buka kembali serta informasi-informasi lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan evaluasi pencatatan meter yang dapat mencakup hal-hal di bawah ini.

1. Evaluasi perkembangan jumlah pelanggan dalam satu area

Jumlah pelanggan dicatat dapat menjadi dasar evaluasi perkembangan pelanggan. Jika dalam beberapa waktu terdapat peningkatan jumlah pelanggan yang perlu dicatat, artinya area tersebut mengalami peningkatan pelanggan. Hal ini meliputi pelanggan baru maupun buka kembali yang otomatis menambah jumlah pelanggan.

2. Evaluasi kapasitas baca meter

Peningkatan jumlah pelanggan harus diiringi evaluasi terkait kesesuaian antara pemakaian air dengan jumlah pelanggan. Selain itu, peningkatan jumlah pelanggan tentunya memiliki dampak pada kapasitas petugas baca meter dalam mencatat hasil baca meter serta jumlah personel yang ada. Perusahaan perlu membandingkan area pencatatan dan kepadatan penduduk dengan kemampuan rata-rata petugas agar dapat

menentukan jumlah petugas yang diperlukan.

3. Jumlah pelanggan dengan meter air bermasalah atau hasil baca tidak normal

Jumlah pelanggan dengan bacaan tidak wajar dapat menjadi dasar analisis perilaku pelanggan. Jika dalam periode tertentu perusahaan menemukan adanya pelanggan yang stan meternya tidak tercatat dengan baik, apalagi secara terus-menerus, maka perusahaan harus segera menyusun solusi. Penanganan yang cepat dapat mencegah keluhan pelanggan atau sebaliknya, kerugian perusahaan.

Jumlah pelanggan dengan masalah meter air merupakan salah satu contoh terkait fasilitas SPAM pelanggan. Terdapat masalah lain seperti meter macet atau pipa bocor. Kondisi-kondisi tersebut perlu mendapat perhatian dan ditangani secepatnya. Jika meter air pelanggan macet maka perusahaan harus segera turun tangan mengatasi masalah pemakaian pelanggan.

4. Jumlah pelanggan gagal terbaca (Rumah kosong/pagar terkunci/tidak ada orang)

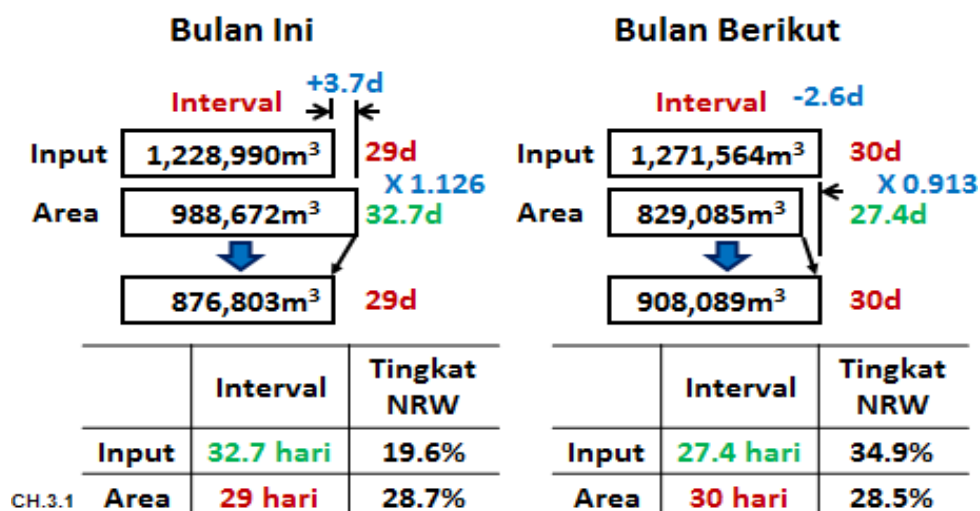
Petugas baca meter juga tetap harus melakukan *tracking* terhadap jumlah pelanggan yang gagal terbaca dalam satu periode baca meter. Selain penting untuk memastikan petugas tidak lupa untuk mencatat di hari lain, *tracking* penting untuk memantau interval baca meter masih dalam periode yang wajar guna mencegah *error* dan deviasi data yang besar. Adanya dokumentasi mengenai hal ini dapat membantu Perusahaan menandai kemungkinan bahwa pelanggan yang bersangkutan mungkin memerlukan jadwal pembacaan meter yang berbeda.

5. Evaluasi penetapan jadwal dan perhitungan interval baca meter

Pembacaan serta pencatatan yang baik sangat penting dalam meningkatkan akurasi volume air berekening. Saat petugas baca meter melakukan pembacaan meter dari meter induk DMA, mereka harus memperhatikan pengaturan interval baca meter guna meningkatkan akurasi pembacaan meter.

Pada Gambar-21 dan 22 terdapat contoh dampak *setting* interval baca meter terhadap evaluasi baca meter. Terlihat bahwa komparasi interval bulan ini dan bulan berikut menunjukkan bahwa adanya selisih hari baca meter dapat mengecoh hasil evaluasi baca meter dan pemanataan NRW. Interval yang tidak konsisten dapat membuat seakan-akan data NRW melonjak tinggi pada bulan berikutnya.

Interval Baca Meter untuk Evaluasi NRW

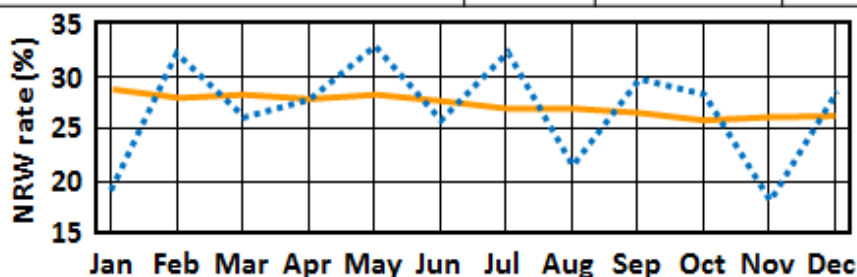


Gambar-21. Komparasi Perhitungan NRW saat ada Perbedaan Interval

Selain itu, evaluasi data NRW dalam rentang per 30 hari atau per bulan akan riskan mengalami kesalahan data – yang dapat terlihat jika dipaparkan dalam grafik garis sebagaimana berikut – akibat deviasi karena koefisien korelasi yang rendah. Grafik di bawah ini menunjukkan bahwa evaluasi NRW terlihat sangat fluktuatif apabila dilakukan dalam jangka waktu perbulan. Tidak hanya itu, interval baca meter yang tidak konsisten juga memerlukan koreksi interval agar perhitungan NRW tidak terlalu melenceng.

Perangkat Kesalahan Evaluasi Tingkat NRW

Distrik	Sebelum	Saat Ini	Interval	Jumlah	NRW
Input-1	09/16/2017	10/15/2017	29 d	$1,228,990m^3$	
Jumlah/Rata-rata di semua wilayah			32.7 d	$988,672m^3$	19.6%
Koreksi interval untuk memperbaiki NRW			1.126	$876,803m^3$	28.7%



Gambar-22. Perangkat Kesalahan Hitung Akibat Deviasi

Oleh karenanya diperlukan jadwal dan rentang waktu maksimal dalam melakukan baca meter agar deviasi data tidak terlalu besar dan data dapat di-input secara konsisten di tiap bulannya. Dengan demikian, saat ada data yang tidak terkumpul, perusahaan lebih mudah pula dalam melakukan *tracking* dengan petugas baca.

3.5.1. Sistem *Reward* dan Penalti

Pekerjaan pencatatan meter umumnya tidak memiliki aturan penalti. Namun ada kalanya terdapat pekerja yang tidak bekerja sesuai ketentuan, misalnya ada kasus dimana pembaca

meter memasukan data konsumsi air tanpa benar-benar teliti atau benar-benar melakukan tugas lapangan. Jika perbedaan antara angka tagihan dan harga tarif reguler jauh berbeda, pelanggan akan merasa angka tersebut tidak wajar dan akan mengajukan aduan. Hal yang sama juga dapat merugikan perusahaan.

Adapun, Penyelenggara SPAM sebagai perusahaan dapat menentukan sistem *reward* dan penalti. Penalti yang besar dapat diberikan kepada pelaku pengrusakan fasilitas SPAM. Peningkatan kualitas dan akurasi terkait meter air ini penting karena banyak usaha penurunan NRW dapat dimulai dari data baca meter.

Sebagaimana dijabarkan diatas, **data baca meter dapat memberikan indikasi dini adanya sambungan ilegal, meter air rusak, dan kebocoran fisik**. Jika NRW menurun secara drastis, maka insentif dapat diberikan sebagai wujud penghargaan. Uji kesalahan (*error*) dapat menjadi bagian dari tugas tambahan seorang pembaca meter terutama dengan memanfaatkan *gadget* dan sistem yang baik.

Kegiatan pembacaan meter dapat meningkat dengan digunakannya mekanisme insentif (*reward*). Misalnya pada PDAM Kota Banjarmasin, 100% pelaksanaan pembaca meter yang akurat dengan bukti gambar foto dan dapat diverifikasi akan mendapatkan insentif sebesar 3x gaji mereka. Namun demikian, pemberian insentif kembali lagi pada kebijakan, kapabilitas, dan kultur di masing-masing perusahaan. Untuk studi kasus dan soal latihan terkait dengan pencatatan meter air, silakan simak bahan berikut ini.

3.6. Penyusunan Tarif

Tarif merupakan salah satu elemen penting bagi sebuah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Penetapan tariff PDAM diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 71 Tahun 2016 tentang Penetapan dan Perhitungan Tarif Air Minum. Perhitungan dan penetapan tarif air minum didasarkan pada:

- keterjangkauan dan keadilan;
- mutu pelayanan;
- pemulihan biaya;
- efisiensi pemakaian air;
- perlindungan air baku; dan
- transparansi dan akuntabilitas.

Keterjangkauan dan keadilan yang diamanatkan mencakup:

- Penetapan tarif untuk standar kebutuhan pokok air minum disesuaikan dengankemampuan membayar pelanggan yang berpenghasilan sama dengan Upah Minimum Provinsi, serta tidak melampaui 4% (empat perseratus) dari pendapatan masyarakat pelanggan.

- Penetapan tarif untuk standar kebutuhan pokok air minum bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah diberlakukan tarif setinggi-tingginya sama dengan tarif rendah.
- Penerapan tarif diferensiasi dengan subsidi silang antar kelompok pelanggan; dan
- Penerapan tarif progresif dalam rangka mengupayakan penghematan penggunaan air minum.

Mutu pelayanan dilakukan melalui penetapan tarif yang mempertimbangkan keseimbangan dengan tingkat mutu pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Aspek **pemulihan biaya** ditujukan untuk menutup kebutuhan operasional dan pengembangan pelayanan air minum, diperoleh dari hasil perhitungan tarif rata-rata minimal sama dengan biaya dasar dan diperoleh dari hasil perhitungan tarif rata-rata harus menutup biaya penuh. Maksud dari Biaya penuh termasuk didalamnya keuntungan yang wajar berdasarkan rasio laba terhadap aktiva paling sedikit sebesar 10% (sepuluh perseratus).

Penyusunan tarif juga mempertimbangkan **efisiensi pemakaian air** dan **perlindungan air baku** dengan melakukan pengenaan tarif progresif. Tarif progresif diperhitungkan melalui penetapan blok konsumsi dan dikenakan dikenakan kepada pelanggan yang konsumsinya melebihi Standar Kebutuhan Pokok Air Minum.

Penyusunan tarif juga perlu mempertimbangkan **transparansi dan akuntabilitas** dalam proses perhitungan dan penetapan tarif. Maksud Transparansi antara lain dengan menjaring aspirasi pelanggan yang berkaitan dengan rencana perhitungan serta penetapan tarif dan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan rencana perhitungan tarif kepada pelanggan, serta dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

PDAM dapat menentukan kebijakan jenis-jenis pelanggan pada masing-masing kelompok sebagaimana dimaksud dalam peraturan yang berlaku berdasarkan kondisi obyektif dan karakteristik pelanggan masing-masing. Peran pelayanan pelanggan adalah memastikan masyarakat mengetahui tarif dan pembayaran serta penalti penunggakan dengan jelas (lihat bab 4 dan bab 5).

3.7. Studi Kasus dan Soal Latihan

Di Jepang, data mengenai tingkat NRW dan kebocoran diterbitkan selama setahun sekali berdasarkan peraturan Japan Water Works Association (JWWA Q100). Tingkat NRW di Penyelenggara SPAM Jepang adalah sekitar 10-15% (perusahaan skala besar: 5-10%). Jika tingkat NRW sudah rendah, umumnya Penyelenggara SPAM tidak memerlukan kegiatan rutin bulanan.

Adapun, evaluasi tingkat NRW yang dianjurkan adalah per trwilun atau per setengah tahun. Selisih antara pembacaan meter air dan interval yang konsisten adalah elemen penting dalam penagihan rekening air. Jika sistem SCADA belum digunakan dalam DMA, status NRW

dan konsumsi air seluruh pelanggan di area DMA tersebut dapat terlihat dengan membaca volume *inflow* dari meter induk di pintu masuk DMA dimana terkadang ada perbedaan antara selisih/interval dalam pembacaan meter induk dengan meter pelanggan.

Jika perbedaannya signifikan, artinya tingkat akurasi penghitungan NRW dalam DMA tidak terlalu tinggi. Selisih yang tinggi dapat disebabkan kondisi cuaca dan situasi pekerjaan petugas baca meter yang menyebabkan ketepatannya kurang sempurna. Terkait bahasan Bab 2, *database* dapat menghimpun berbagai macam item informasi dari data bulanan yang tersaji dalam satu dokumen yang mencakup item data seperti

- i. Tanggal pembacaan meter
- ii. Volume konsumsi air pelanggan
- iii. Jumlah tagihan rekening air
- iv. Tanggal pembayaran
- v. Tanggal pemutusan air
- vi. Tanggal buka/sambung ulang (jika pelanggan putus sambungan).

Data-data ini pula dapat dilengkapi dan diverifikasi saat baca meter.

Pada *database*, sebagaimana subbahasan sebelumnya telah diperlihatkan bagaimana memantau tingkat NRW bulanan. Pegawai hanya perlu mengolah data **hari pembacaan meter** dan **volume konsumsi pelanggan** yang sudah diinput dan Anda dapat mengoreksi selisih hasil baca meter (lihat Tabel-15). Koreksi ini dilakukan rutin di Jepang dan sangat dianjurkan untuk dilakukan di Indonesia.

Tabel-15-1. Contoh Koreksi Selisih Baca Meter

No	Nama Pelanggan	Ukuran meter		Januari				Februari				Maret						
		mm	inci	Tgl	Hari	Konter	Jumlah	Tgl	Hari	Konter	Jumlah	Tgl	Hari	Konter	Jumlah			
0	DMA Inlet	100	4'	12	29	76917	3233	11	30	80275	3358	14	31	83815	3540			
1	Farida	13	1/2'	5	28	1237	6	5	31	1244	7	7	30	1252	8			
2	Maria	20	3/4'	14	29	962	43	12	29	1006	44	13	29	1046	40			
3	Rika	25	1'	25	33	4728	111	22	28	4820	92	25	31	4924	104			
4	Slamet	50	2'	24	31	2900	2791	22	29	5800	2726	24	30	8650	2850			
Rata-rata hari / Jumlah total				30.3				2951	29.3				2869	30.0				3002
Faktor koreksi & Jumlah				0.959				2829	1.026				2943	1.033				3102
Tingkat NRW (Blm koreksi)				8.7%					14.6%					15.2%				
Tingkat NRW (Terkoreksi)				12.5%					12.4%					12.4%				

— Konsumsi air bulan ini
 — Kuantitas air berdasarkan baca meter
 — Selisih hari pembacaan meter Tanggal pembacaan meter

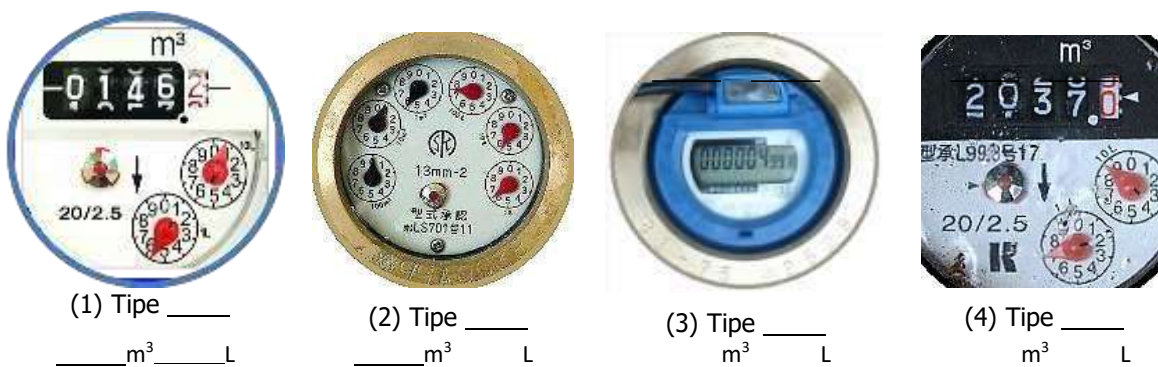
Tabel-15.2. Contoh Koreksi Selisih Baca Meter (Lanjutan)

Maret																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
0	106m ³ /d (Februari)															Hari pembacaan meter 113m ³ /d															
1	0.16m ³ /d (Februari)							Hari pembacaan meter 0.25m ³ /d																							
2	1.14m ³ /d (Februari)												1.52m ³ /d																		
3	3.11m ³ /d (Februari)																		3.29m ³ /d												
4	92m ³ /d (Februari)																		100m ³ /d												
3430m ³ (Meter induk)																															
3066m ³ (Meter pelanggan)																															
10.6% (Tingkat NRW)																															

Pembacaan dan pencatatan sangat berpengaruh terhadap akurasi pencatatan volume air berekening. Saat petugas baca meter melakukan pembacaan meter dari meter induk DMA, mereka harus memperhatikan pengaturan interval pembacaan meter. Uji kesalahan (*error*) juga harus dilakukan untuk menunjang peningkatan akurasi baca meter.

Gambar (1) dan (4) merupakan meter air digital, namun pembacaan volume meter air nomor (4) lebih sulit dilakukan. Meter air nomor (3) adalah meter air elektronik dan nomor (2) adalah tipe analog. Dalam pembacaan meter (4), terlihat ada perbedaan pendapat terkait volume yang terbaca yaitu antara 2037m^3 atau 2036m^3 akan tetapi dengan melihat posisi angka 0 dari 100L, diketahui yang benar adalah 203m^3 .

Dalam praktiknya, biasanya meter dibaca saat lebih dari 1m^3 , akan tetapi uji kesalahan meter harus dilakukan hingga mencapai 0.1 Liter. Tipe meter air digital sebagai tipe yang mulai banyak digunakan untuk membaca 0.1m^3 (100L) atau lebih, akan menunjukkan volume meter air sebagai nomor *counter* sehingga kesalahan pembacaan tidak akan terlalu besar. Sebaliknya, meter air analog dengan volume kurang dari 10L yang ditunjuk jarum cenderung lebih riskan mengalami kesalahan baca. Cobalah membedakan dan membaca bermacam-macam meter di bawah ini.



Gambar-23. Latihan Baca Meter

Walaupun kesalahan pembacaan hanya 1m^3 , dengan perbedaan tersebut, harga dari volume konsumsi air dalam rentang kategori tarif air bisa meningkat cukup besar. Oleh sebab itu, pembacaan yang akurat sangat penting untuk dipastikan dalam bisnis penyediaan air minum. Selain itu, kecepatan dan ketepatan baca meter sangat terkait dengan efisiensi *time cycle* Kemampuan inilah yang diperlukan untuk mencapai pembacaan meter yang akurat.

Jika dalam kasus tertentu, PDAM mengambil angka yang lebih besar (2037m^3), sementara ternyata konsumsi air pelanggan lebih sedikit di bulan depannya, perusahaan justru akan rugi karena hasil selisih bacaan semakin sedikit. Kerjakanlah soal-soal di bawah ini dan diskusikanlah Bersama rekan-rekan untuk melatih kemampuan Anda dalam menyiapkan kegiatan baca meter.

SOAL LATIHAN

1. Buatlah jadwal pencatatan pemakaian air berdasarkan jumlah pelanggan dan area pencatatan
2. Himpunlah masalah-masalah terkait dengan pencatatan pemakaian air di PDAM/perusahaan Saudara
3. Buatlah analisis kelebihan dan kekurangan dari sistem pembacaan meter di tempat saudara

BAB 4

Penanganan Pelanggan

Bab IV

Penanganan Pelanggan

4.1. Definisi

Dalam upaya pelayanan pelanggan, ada saja hal yang tidak memenuhi harapan pelanggan dari segi layanan air, rekening air, dan lain sebagainya. Ketika masalah sudah melampaui batas toleransi pelanggan, pelanggan akan mengajukan keluhan/aduan. Bab ini akan membahas bagaimana Penyelenggara SPAM merespon keluhan, penyelesaian keluhan, memberikan kepuasan pelanggan, serta memastikan pelanggan tetap setia dengan layanan air minum.

Pada prinsipnya, penanganan pelanggan adalah bagaimana perusahaan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, bahkan saat ada keluhan. Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring:

1. Diberikannya produk berkualitas yang dilengkapi layanan dan penanganan pelanggan yang baik
2. Dibentuknya pengelolaan data yang terintegrasi dan termutakhirkan
3. Dikembangkannya pengolahan dan pendistribusian air bersih yang efisien.

Kesemua ini akan mewujudkan keseimbangan antara pelanggan dengan perusahaan, juga meningkatkan partisipasi dan kerjasama pelanggan.

4.2. Melayani Permohonan Sambungan Baru

Sambungan baru maupun sambungan ulang merupakan salah satu proses hulu dalam kegiatan bisnis Penyelenggara SPAM. Tabel-16 menunjukkan perbedaan prosedur sambungan baru dan sambungan ulang secara umum.

Tabel-16. Perbandingan Sambungan Baru dengan Sambungan Ulang

Sambungan Baru	Sambungan Ulang/Buka Sambungan
Perlu dilakukan survei lapangan untuk mengetahui: <ul style="list-style-type: none"> - kondisi bangunan dan persil pelanggan (status tanah) - tersedianya jaringan perpipaan - cukup/tidaknya tekanan di lokasi calon pelanggan dan hal-hal lain yang dikoordinasikan dengan bagian jaringan dan distribusi 	Calon pelanggan sudah pernah menjadi pelanggan dan sudah memiliki sambungan. Perusahaan juga sudah memiliki data pelanggan, namun karena sebab-sebab seperti penunggakan, dsb., akhirnya mengalami pemutusan sambungan sehingga pelanggan perlu merehabilitasi sambungannya / mendaftar ulang.
Calon pelanggan perlu melewati prosedur-prosedur yang berlaku mencakup i) permohonan pemasangan sambungan baru/pengisian formulir berlangganan oleh calon pelanggan, ii) pembayaran biaya pemasangan sambungan, iii) pembuatan SPK, iv) koordinasi dengan bagian terkait untuk pemasangan instalasi dan memvalidasi pemasangan sambungan baru, v) pelanggan menerima kartu pelanggan/bukti berlangganan lainnya.	-

4.2.1. Melaksanakan Administrasi Pemasangan Sambungan Baru

Prosedur pemasangan sambungan baru merupakan salah satu kegiatan utama di Penyelenggara SPAM yang terdiri dari langkah-langkah yang sudah dirangkum pada tabel di atas. Peran pelayanan pelanggan mencakup keseluruhan proses berikut:

- input data sesuai informasi pada formulir berlangganan
- mendeterminasikan peta lokasi layanan
- mengeluarkan No. Daftar Sambungan
- memproses berkas dengan Surat Perintah Kerja kepada bagian yang bertanggung jawab atas teknis penyambungan
- bukti berlangganan kepada pelanggan berikut tanda terima dari pelanggan.

Pendaftaran lalu divalidasi dan dilengkapi dengan berita acara pemasangan meter air pada sambungan baru di persil pelanggan. Untuk memastikan baik perusahaan maupun pelanggan telah mengetahui dan memenuhi hak serta kewajibannya, pelayanan pelanggan harus melakukan pengarsipan data dengan baik. Proses ini berbeda dengan sambung ulang yang hanya perlu memproses registrasi ulang dan merehabilitasi sambungan pelanggan yang bersangkutan.

Dengan mengintegrasikan data pelanggan baru dengan unit pembacaan meter, maka perusahaan dapat menerbitkan rekening air atas penggunaan air pelanggan. Berikut adalah contoh kontrak (formulir) berlangganan PT. Adhya Tirta Batam. Seperti formulir pada umumnya, formulir tersebut mencakup informasi dasar dan keterangan lainnya. Pada contoh ini, kontrak PT. Adhya Tirta Batam dilanjutkan dengan detail ketentuan berlangganan mencakup hak dan kewajiban pelanggan dan perusahaan disusul dengan tahap-tahap administrasi.

a. Penyiapan Persyaratan administrasi

Layanan sambungan baru menjadi titik awal pengelolaan data pelanggan sehingga pengelolaan sambungan baru harus dilakukan dengan baik dan benar. Informasi-informasi tentang calon pelanggan harus digali secara maksimal. Persyaratan administrasi yang ditetapkan dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan. Umumnya, dua hal yang disiapkan dalam tahap ini adalah formulir berlangganan dan persyaratan pendukung administrasi, misalnya KTP, KK, surat tanah, surat kelurahan, tagihan rekening listrik, dsb. Keperluan dokumen ini dapat disesuaikan dengan jenis calon pelanggan apakah perseorangan, perusahaan, atau lainnya.

KONTRAK BERLANGGANAN AIR BERSIH PT. ADHYA TIRTA BATAM

Kami yang bertandatangan di bawah ini :

1. Nama :
 Jabatan : Manager PT. Adhya Tirta Batam.
 Alamat : Jl. Batam.
 dengan ini mewakili kepentingan hukum PT. Adhya Tirta Batam berdasarkan Keputusan Direksi Nomor tanggaltentang Pelimpahan Wewenang Direksi Untuk Menandatangani Kontak Berlangganan Air Bersih PT. Adhya Tirta Batam.

2. Nama :
 Alamat KTP :
 Pekerjaan :
 Nomor telepon :
 Alamat Properti :
 RT/RW :/.....
 Blok/No. Rumah :/.....
 Kelurahan :
 Kecamatan :
 Kota :
 Kode Pos :
 Nomor Meter :
 Nomor Pelanggan :

adalah Pelanggan PT. Adhya Tirta Batam.

Berdasarkan ketentuan Peraturan BP Batam Nomor:..... tanggal..... tentang....., dan Peraturan PT. Adhya Tirta Batam Nomor..... tanggal..... tentang....., dengan ini PT. Adhya Tirta Batam dan Pelanggan (Para Pihak) bersepakat untuk membuat dan menandatangani kontrak berlangganan air bersih dengan ketentuan sebagai berikut :

Gambar-24. Kontrak Berlangganan PT. ATB

b. Transparansi Biaya sambungan baru dan standar pemasangan

Masing-masing perusahaan memiliki acuan dan klasifikasi sendiri terkait biaya sambungan baru serta fasilitas yang diberikan. Besaran biaya sambungan baru sebagiannya didasarkan spek teknis yang dibuat oleh bagian perencanaan teknik. Bagian Perencanaan teknik membuat rancangan standar pemasangan sambungan baru didasarkan kajian teknis. Penetapan spesifikasi dapat menjadi dasar perencanaan kebutuhan pelayanan sambungan. Berikut contoh spesifikasi kebutuhan alat pemasangan sambungan baru:

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1) Meter air | 6) Ball Valve 1/2" |
| 2) Pipa 1/2" sesuai ketentuan | 7) Tee 1/2" |
| 3) Zadel 1/2" | 8) Stop kran 1/2" |
| 4) Double Nepel 1/2" | 9) Dop 1/2" |
| 5) Female Tread Elbow 1/2" | 10) Bak Meter air |

c. Fasilitas IT (Informasi Teknologi / Sistem Manajemen Informasi)

Guna pelayanan prima dalam sambungan baru maka dukungan fasilitas IT sangat diperlukan. Sebagaimana dibahas pada Bab 2, dengan IT, data calon pelanggan yang direkam dengan baik akan memudahkan proses *tracing* dan identifikasi data. Gambar-24 ini adalah

contoh tampilan aplikasi sambungan baru dan hasil proses data formulir belanganan:

The image shows two screenshots from a web application titled 'SISTEM INFORMASI PASANG BARU'. The main window is 'Register Pelanggan 02(Two Days)' with a 'PENDAFTAR ONLINE' button. It contains a registration form with fields for Nomor, Nosal, Nama, Alamat, RT, RW, Perisil, Telepon, Kelurahan, Keunaan Persil, Jumlah Penghuni, Daya PLN, Jenis Pasbar, and Biaya. A 'DENAH TIDAK TERSEDIA' (Denah Not Available) message is displayed on the right. An 'Upload' button is at the bottom right, and 'Simpan' and 'Tutup' buttons are at the bottom center.

A secondary window titled 'DETAIL INFO PELANGGAN' is overlaid on the bottom right, showing customer details:

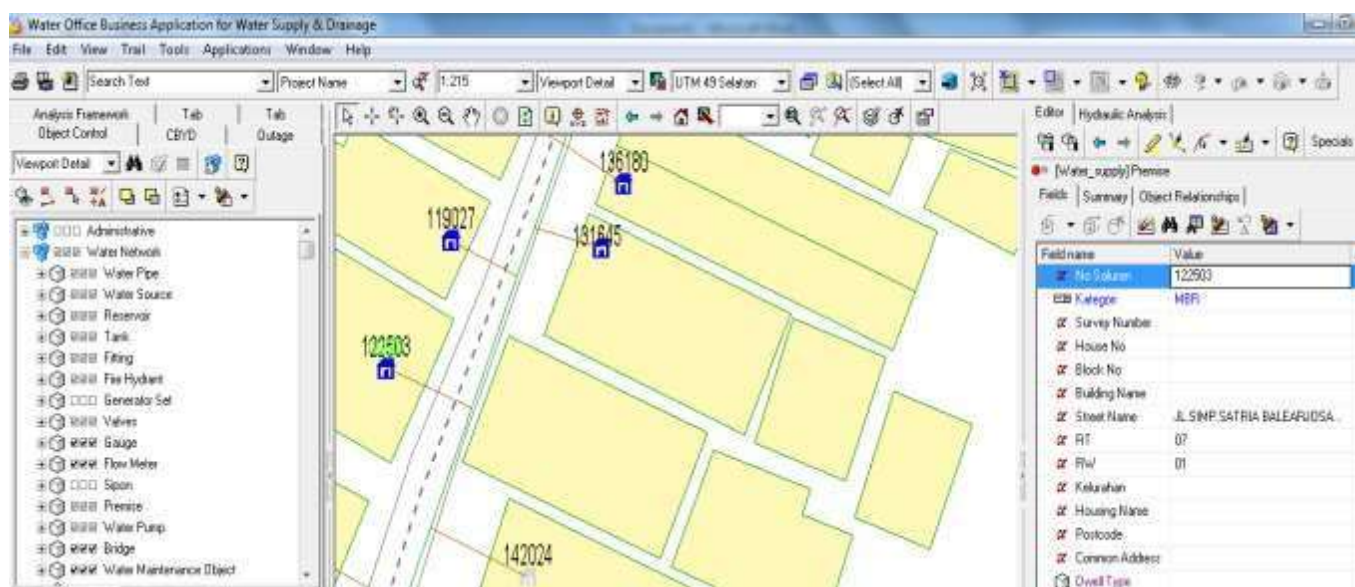
PENGAJUAN	: Rp.1,305,000
PEMBAYARAN	: Rp.1,305,000
TGL BAYAR	: 31-10-2016
TGL PERENCANAAN	: 31-10-2016
TGL BPB	: 31-10-2016
TGL EKSPEDISI PASANG	: 31-10-2016
VENDOR	: CV ADI GUNA KARYA
TGL PASANG	: 02-02-2017
REALISASI	: TERPASANG
PEMAKAIAN ALAT	
KETERANGAN	: ok

The 'DETAIL INFO PELANGGAN' window has a 'Tutup' button at the bottom right.

Gambar-25. Tampilan Informasi Sambungan Baru dan olahan Formulir Pelanggan PDAM Kota Malang

d. Melakukan Koordinasi Pengecekan Permohonan Sambungan Baru

Pasca tahapan administrasi sambungan baru terpenuhi, tahap berikutnya adalah penyusunan rencana pemasangan. Hal ini perlu memperhatikan kondisi perpipaan dan fasilitas pendukungnya. Guna memudahkan *monitoring* kondisi jaringan perpipaan, dokumentasi peta jaringan pipa akan sangat membantu proses percepatan realisasi permohonan sambungan baru. Peta jaringan pipa bisa didokumentasikan dalam bentuk buku maupun dibuatkan aplikasi peta jaringan (Gambar-25).



Gambar-26. Aplikasi Peta Jaringan pada *Database* PDAM Kota Malang

Dengan data pendukung mengenai peta jaringan, deteksi jaringan pipa, tekanan air, dan potensi calon pelanggan akan lebih mudah dilakukan. Adapun, jika tidak ada, penyelenggara SPAM dapat melakukan survei ke lokasi calon pelanggan. Dengan data wilayah, perusahaan akan lebih mudah memahami informasi lokasi yang akan dipasang. Petugas juga dapat mengidentifikasi dengan cepat jika calon pelanggan ternyata pernah menjadi pelanggan.

e. Memberikan Jawaban atas Permohonan Sambungan Baru

Berdasarkan informasi yang masuk dari data calon pelanggan dan data wilayah/peta, langkah selanjutnya adalah menyampaikan realisasi sambungan baru dan biaya yang dikenakan kepada pelanggan. Adapun biaya sambungan baru dapat bervariasi tergantung ada atau tidak adanya pipa jaringan.

f. Membuat Laporan

Setiap akhir bulan, data sambungan baru yang masuk harus dicatat dan dilaporkan. Laporan permohonan sambungan baru sangat bermanfaat dalam menganalisa dan mengevaluasi perolehan sambungan baru khususnya sebagai tolok ukur kinerja bagian sambungan baru, acuan target sambungan baru di masa depan, dan proyeksi penanaman jaringan pipa. Berikut contoh laporan permohonan sambungan dan realisasinya.

No.	NOMOR	NO SAL	NAMA	ALAMAT	KODE DESA	DESA	PLN
1	TD\04\150007525	156624	AAA	JL AAA	209	Bandungrejosari	900
	NO TELP	TGL DAFTAR	TOTAL	TGL BAYAR	TGL REALISASI	PETUGAS	
	0812-0000-0000	01/12/2017	550	01/12/2017	02/12/2017	Wasis Widodo	
2	TD\04\150007526	156625	BBB	JL BBB	403	Tunjungsekar	900
	NO TELP	TGL DAFTAR	TOTAL	TGL BAYAR	TGL REALISASI	PETUGAS	
	0813-0000-0000	01/12/2017	550	01/12/2017	02/12/2017	Wasis Widodo	
3	TD\04\150007527	156626	CCC	JL CCC	503	Madyopuro	900
	NO TELP	TGL DAFTAR	TOTAL	TGL BAYAR	TGL REALISASI	PETUGAS	
	0821-0000-0000	01/12/2017	550	01/12/2017	02/12/2017	Wasis Widodo	
4	TD\04\150007528	156627	DDD	JL DDD	502	Lesanpuro	1,300
	NO TELP	TGL DAFTER	TOTAL	TGL BAYAR	TGL REALISASI	PETUGAS	
	0831-0000-0000	01/12/2017	1,275K	01/12/2017	02/12/2017	Wasis Widodo	

Gambar-27. Laporan Sambungan Masuk PDAM Kota Malang

4.3. Menangani Pelanggan

Proses pendaftaran pelanggan baru, menanggapi pertanyaan, keluhan, dan apresiasi pelanggan merupakan bagian dari penanganan atau manajemen pelanggan. Kegiatan ini bersifat dua arah dan berdampak pada pemutakhiran informasi *database*. Sebagaimana telah dibahas pada Bab 2, penampungan informasi dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, misalnya sebagai bahan dan referensi sosialisasi kegiatan perusahaan, dan lain sebagainya.

Secara keseluruhan, kegiatan manajemen pelanggan tidak berhenti pada penerimaan, pendataan, ekstraksi, dan analisis keluhan / pertanyaan / permohonan pelanggan. Penyelenggara SPAM harus menjalankan peran sebagai penyedia informasi, antara lain informasi hasil penindaklanjutan keluhan / pertanyaan / permohonan pelanggan. Kesemua proses ini merupakan kegiatan pelayanan yang komprehensif dan dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Pada praktiknya, komunikasi antara Penyelenggara SPAM dengan pelanggan lebih banyak terjadi terjadi saat prosedur pendaftaran dan pertanyaan. Misalnya di Biro Pengairan Yokohama, di antara 1.82 juta jumlah pelanggan, terdapat sekitar 900,000 kontak pelanggan setiap tahunnya. Selain pendaftaran dan pertanyaan, terdapat sekitar 4,000 kontak keluhan yang masuk. Adapun, komunikasi Penyelenggara SPAM dalam melayani pelanggan dapat dibedakan dalam 3 kategori, antara lain:

1. Pengaduan atau Keluhan (*Complaint*):

Pengaduan umumnya berupa masalah penagihan dan rekening air, data pelanggan, maupun kesalahan baca meter. Terkadang ada juga pengaduan teknis terkait pengecekan dan verifikasi meter, pasokan air, serta masalah pipa dan jaringan.

2. **Informasi atau Pertanyaan** (*Inquiry*):

Tidak semua pelanggan menyampaikan aduan, sebagian hanya menanyakan informasi atau justru memberikan informasi. Informasi tersebut bisa terkait kurangnya jumlah pembayaran yang ditagihkan, informasi atas gangguan penyediaan air, laporan kasus kebocoran di pipa utama, dan informasi tindak sambungan ilegal atau pencurian air.

3. **Permohonan atau Permintaan** (*Appointment/Request*):

Permohonan atau permintaan pelanggan dapat mencakup permohonan penyambungan baru, sambung ulang, perubahan kategori pelanggan, pengembalian uang, permohonan cicilan, penundaan pembayaran, permohonan pemutusan meter sementara, pemindahan meter, permohonan balik nama, tes akurasi meter, permintaan pengiriman air melalui mobil tangki, dan lain sebagainya

4.4. **Melayani Keluhan Pelanggan**

Tidak jarang perusahaan akan menganggap aduan pelanggan sebagai masalah, padahal dalam operasi bisnis, keluhan adalah hal yang sangat wajar. Kembali pada prinsip bahwa jika pelanggan tidak memiliki kendala dengan produk atau jasa yang dibayarkan, mereka tidak merasa perlu mengajukan keluhan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu menanggapi keluhan dengan bijak dan mampu mengolah hal tersebut untuk meningkatkan layanan.

Fungsi pelayanan pelanggan dalam hal ini adalah menerima dan mendokumentasikan keluhan ke *database* (baik tertulis maupun di komputer), mengkonfirmasi data pelanggan yang mengajukan keluhan, dan mendistribusikan keluhan sesuai kategori kepada penindaklanjut terkait. Subklasifikasi keluhan pada *database* sangat penting dalam memberikan data riwayat keluhan dan penanganan keluhan pelanggan kepada Penyelenggara SPAM.

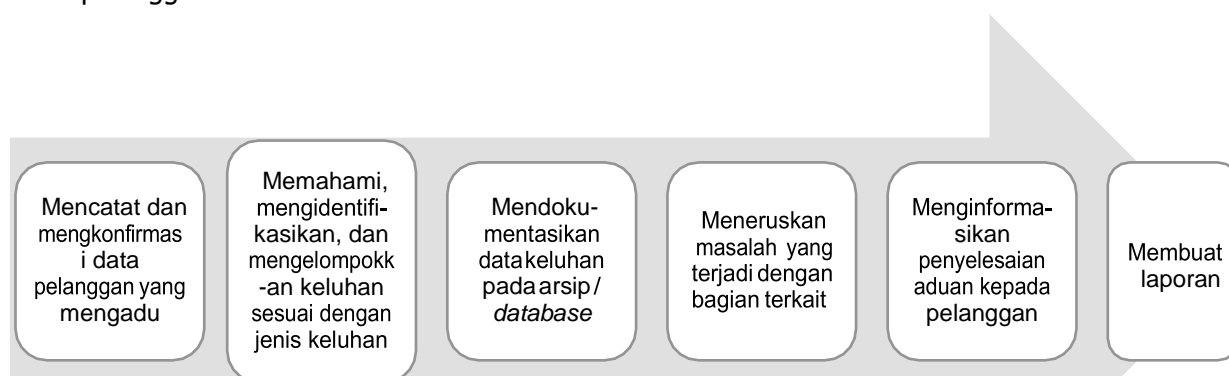
Pelayanan pelanggan yang baik akan mampu memberikan ruang dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk menyampaikan informasi, keluhan, permohonan, maupun kritik dan saran. Berdasarkan SKKNI, media yang dapat digunakan Penyelenggara SPAM dapat berupa **i) kotak pengaduan, ii) call center, iii) datang langsung ke kantor pelayanan pelanggan di perusahaan, iv) media sosial, v) SMS center**. *Pelayanan pelanggan yang baik akan mampu memberikan ruang dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk menyampaikan informasi, keluhan, permohonan, maupun kritik dan saran.*

Informasi keluhan umumnya diperoleh dari pelanggan, namun ada kalanya informasi diperoleh dari petugas lapangan seperti pembaca meter yang dapat memonitor kondisi pelanggan secara langsung terutama terkait kategori pelanggan, kondisi meter air, indikasi kebocoran, dan lain sebagainya (lebih lanjut pada Bab 3).

Akan tetapi, tidak ada salahnya jika Penyelenggara SPAM menyebarkan survei kepuasan

untuk menjemput *feedback* dari pelanggan. *Feedback* dapat dikelompokkan ke dalam "Pertanyaan". "Apresiasi / Ucapan terima kasih", "Keluhan" serta "Dan lain-lain". Klasifikasi "Dan lain-lain" biasanya tidak berhubungan dengan layanan SPAM. Dengan menyebarkan *form* seperti ini perusahaan akan mendapatkan nilai tambah atas inisiatif mencari penilaian pelanggan terhadap layanan air minum. Pengumpulan *feedback* secara periodik akan membantu perusahaan merefleksikan kegiatan bisnis dan layanan Penyelenggaraan SPAM selama ini.

Berikut adalah ruang lingkup penanganan keluhan pelanggan dalam pelayanan pelanggan.



Skema-12. Ruang Lingkup Penanganan Keluhan Pelanggan

Dalam Pelayanan Pelanggan secara jangka panjang, umpan balik yang masuk dari berbagai macam media dapat membantu perusahaan merancang perencanaan yang tepat sasaran. Secara jangka pendek pun, perusahaan dapat memperoleh penilaian pelanggan atas ketidakpuasan yang dialami pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan penanganan masalah secara cepat dan tepat. Dengan demikian, kepuasan pelanggan juga akan semakin baik.

Terdapat lima dimensi yang perlu diperhatikan dalam melayani keluhan pelanggan, yakni:

1. Bukti Langsung / *Tangible*
Meliputi penampilan petugas perusahaan, kelengkapan fasilitas, dan peralatan yang digunakan.
2. Keandalan / *Reliability*
Meliputi kecepatan dan ketepatan waktu penyelesaian masalah, kecepatan proses transaksi, kehadiran petugas pembaca meter setiap bulan, dsb.
3. Daya tanggap / *Responsiveness*
Meliputi ketanggapan petugas perusahaan dalam menanggapi dan menangani keluhan pelanggan secara tepat. Misalnya dalam mengatasi antrean pembayaran rekening atau ketanggapan petugas mengatasi gangguan distribusi air sebelum pelanggan mengajukan keluhan.

4. Jaminan / *Assurance*

Meliputi keakuratan petugas dalam membaca, mencatat, dan memproses data baca meter air pelanggan, kemampuan petugas dalam menjelaskan berbagai masalah dengan benar, dan jaminan bahwa tindak lanjut atas keluhan tetap sasaran.

5. Empati / *Empathy*

Meliputi sikap petugas perusahaan dalam menerima dan mendengarkan keluhan pelanggan dengan sopan, sabar, dan perhatian yang profesional.

Adapun pada praktiknya, petugas harus mampu mengenal karakter pelanggan. Ada pelanggan yang pendiam dan sulit menyampaikan keluhannya secara jelas, ada yang tidak sabar dan sering mengajukan keluhan atas masalah kecil sehingga petugas harus lebih sigap dan sabar. ada yang tidak banyak bicara, ada juga yang senang mendebat sehingga petugas harus dapat membatasi permasalahan. Selain itu ada juga jenis pelanggan dengan banyak permintaan sehingga petugas harus pandai-pandai meringkas dan mememuhi permintaan pelanggan yang relevan sebisa mungkin.

Bagaimanapun tipe pelanggan yang dihadapi, pengaduan pelanggan merupakan sumber informasi dimana Penyelenggara SPAM dapat mengetahui kekurangan dan melakukan perbaikan. Selain dari aspek penanganan pelanggan, Penyelenggara SPAM harus memastikan bahwa semua informasi yang masuk dapat terdokumentasi dan tersimpan dengan baik.

4.4.1. Mendokumentasi Keluhan Pelanggan

Pendataan informasi yang terakumulasi dan terdokumentasi dengan baik akan memberikan sumber informasi yang komprehensif. Dalam aspek keluhan, beberapa data dasar yang perlu ditanyakan mencakup **i) nomor pelanggan, ii) tanggal mengajukan keluhan, iii) deskripsi keluhan, iv) jenis keluhan, dan v) rentang waktu terjadinya keluhan**. Akan sangat baik jika Penyelenggara SPAM dapat memasukan **informasi wilayah** pelanggan sebagai salah satu data utama ke *database*.

Sebagaimana dibahas pada Bab 2, informasi wilayah pelanggan dapat membantu perusahaan memetakan masalah yang kerap terjadi di suatu area berdasarkan informasi yang masuk. Dengan begitu, perusahaan akan memperoleh gambaran wilayah pelayanan dan masalah-masalah per area sehingga perencanaan tindak lanjut dan kegiatan jangka panjang lebih tepat sasaran. Hal ini penting untuk diketahui mengingat analisis terhadap data keluhan pelanggan belum banyak dilakukan di Indonesia.

Adapun langkah selanjutnya dalam mendata keluhan pelanggan adalah **i) melakukan pengelompokan keluhan berdasarkan tingkat urgensi penangannya, ii) melakukan analisis aduan berdasarkan keterangan yang disampaikan pelanggan dan fakta yang ada, dan iii) membuat laporan**. Yang paling penting dari dokumentasi keluhan pelanggan adalah penelompokan keluhan berdasarkan jenisnya. Pada umumnya, jenis keluhan dibagi antara teknis dan non-teknis atau disesuaikan dengan prinsip kuantitas, kualitas, dan kontinuitas.

Pengelompokan sangat penting untuk memudahkan penindaklanjutan keluhan, penelusuran dan kroscek data, pengarsipan serta analisis data agar lebih lebih mudah dan efisien. Dibutuhkan kurang lebih satu tahun untuk mengumpulkan dan mengelompokan informasi untuk pengolahan data statistik. Namun, semua dapat dimulai hari ini.

Lihatlah tabel berikut untuk membedakan kategorisasi keluhan, dan tambahkanlah kolom kosong dengan kasus-kasus yang biasa muncul di perusahaan masing-masing. Diskusikanlah dengan rekan Anda.

Tabel-17. Pengelompokan Jenis Keluhan Pelanggan (Latihan)

Keluhan Teknis	Keluhan Non-Teknis
Isu kebocoran	Prosedur berlangganan, pendaftaran dan pemutusan langganan, balik nama
Sambungan ilegal	Pembelian air tanki
Masalah kualitas air (air keruh, tidak jernih, berlumut, berbau, atau ada penyemburan senyawa asing)	Pembayaran dan masalah tagihan rekening air/sistem pembayaran
Pekerjaan konstruksi dan pemasangan sambungan	Klaim volume konsumsi air
Tekanan air rendah (kurangnya pasokan air)	Ketidakjelasan informasi, masalah sikap pegawai

Terdapat contoh lain klasifikasi dan subklasifikasi Suara Pelanggan yang digunakan di Jepang. Klasifikasi dan sub-klasifikasinya pada Tabel-18 ini dapat dimodifikasi, disesuaikan, dan dipakai untuk memudahkan pengelompokan data di Perusahaan Anda. Secara umum pengelompokan di bawah ini dapat digunakan untuk mengelompokan keluhan, informasi, pertanyaan, permohonan, apresiasi, dan lain sebagainya.

Tabel-18. Contoh Klasifikasi dan Sub-Klasifikasi Keluhan dalam Form Suara Pelanggan

Klasifikasi	Sub-Klasifikasi
Pembacaan meter	Pemberitahuan / Baca meter / Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Pengurangan kebocoran di rumah / Lainnya
Pembayaran dan administrasi	Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Sistem dan Lembaga / Administrasi / Korespondensi PDAM dengan pelanggan / Rekening bank / Kartu kredit / Laman web / Pemotongan dan pembebasan pembayaran / Pengumuman atau Notifikasi / Pemutusan atau Pendaftaran Langganan / Pemutusan sambungan atas penunggakan / Lainnya

Pekerjaan konstruksi	Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Perbaikan jalur perpipaan / Survei kebocoran air / Kerusakan jalan / Pemutusan air, air keruh / Penggantian meter air lama / Etike pekerja / Kontek pengerhaan (penjelasan sebelum pengerjaan) / Arahkan pengaturan lalu lintas, Tindakan pengamanan, Pencegahan kemacetan / Jangka waktu pengerjaan konstruksi / Tindak lanjut setelah pengerhaan / Suara, getar / Lainnya
Lain-lain	Apresiasi, ucapan terima kasih / Kegiatan / Penjualan air minum dalam kemasan / Pengelolaan taman di perkarangan PDAM / Kualitas air / Skandal, kecelakaan / Informasi mencurigakan atas individu / Lainnya
Kosong	Kosong

Setelah pengelompokan yang tepat, langkah selanjutnya adalah mengarsipkan keluhan pada *database*. Pada tabel contoh berikut, keluhan yang masuk didata berdasarkan sumber (misal: nama pelanggan), tanggal masuk keluhan, serta klasifikasi dan subklasifikasi masalah. Klasifikasi tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan tiap Penyelenggara SPAM.

Tabel-19. Contoh *Database* Keluhan

No. Urut	Nomor kontrol	Sumber	Tanggal diterima	Klasifikasi	Sub-Klasifikasi	Isi pendapat
1	Hyperlink	Bapak Y	29 Nov 16	Pembacaan Meter	Baca Meter	Petugas tidak membaca meter secara benar

Sebagai referensi lain, berikut contoh input *form* keluhan PDAM Kota Malang.

Gambar-28. Form Kosong *Work Order* Keluhan PDAM Kota Malang

Gambar di atas kemudian kemudian menjadi referensi data *database* keluhan di PDAM Kota Malang yang di dalamnya mencakup informasi **No. Pelanggan / Wilayah / Bagian / Tanggal / No. Sal / Nama Pelanggan / Alamat / Nama Pelapor / Alamat Pelapor / Telepon / Jenis (Kode) / Keterangan**. Bentuk *database*-nya dapat dilihat di gambar berikut.



BUAT WORK ORDER						
WORK ORDER		DOKUMEN ORDER		RESPON WORK ORDER		
DAFTAR SPK						
NOMOR	TGL SPK	RESPON	KEGIATAN	TGL REALISASI	USER	
SP102/001160001935	27-12-2016	PROSES	CU 29/12/2016, LJ = 8 MTR, PERSIL DIGUNAKAN UTK RUMAH TANGGA. PERUB. GOL TARIF DARI IV C MJD II E (ACC. M. HUBLANG 29/12/2016)	30-12-2016	DRA. NOVENTA WUJAYANTI	

Gambar-29. Status *Work Order* PDAM Kota Malang

4.4.2. Menindaklanjuti Keluhan Pelanggan

Dengan mendokumentasikan keluhan yang masuk, data keluhan dapat ditindaklanjuti dengan beberapa cara dan tujuan.

1. Data keluhan dientri, diolah dan diteruskan ke bagian terkait untuk ditangani. Hasil penanganan kemudian diinformasikan kepada pelanggan. Keseluruhan kegiatan ini kemudian dilaporkan secara berkala kepada internal.
2. Data keluhan diolah dan dianalisis lebih lanjut secara statistik untuk memahami:
 - i) lama waktu yang digunakan dalam memproses keluhan,
 - ii) karakteristik aduan tiap-tiap wilayah layanan,
 - iii) gangguan yang terjadi pada jam-jam tertentu
 - iv) langkah-langkah yang digunakan dalam menangani keluhan.

Olahan data ini kemudian dapat menjadi refleksi perusahaan dalam merencanakan perbaikan dan peningkatan layanan.
3. Hasil laporan/olahan data keluhan yang masuk dapat dipublikasikan pada "Suara Pelanggan" maupun media humas sejenis. Perusahaan mungkin akan merasa risih mempublikasikan kelemahan pelayanannya, akan tetapi dengan publikasi yang diramu tepat, pelanggan akan menilai hal tersebut sebagai upaya membangun relasi dengan pelanggan serta inisiatif perusahaan memperbaiki kekurangan.
4. Jika keluhan dari pelanggan ternyata disebabkan oleh program, kegiatan operasional, maupun kegiatan rutin Penyelenggara SPAM, maka Penyelenggara SPAM perlu melakukan sosialisasi sebelum kegiatan tersebut dilakukan melalui berbagai media milik perusahaan.

RESPON WORK ORDER		TUTUP KASUS		JENS: PEMAKAIAN MENINGKAT		WIL:		NOMOR		KETERANGAN		
NOMOR	WILAYAH	BAGIAN	TGL	NDSAL	NAMA	ALAMAT	PELAPOR	ALAMAT PELAPOR	TELP	JENS	KETERANGAN	
2	PE04001701230120	04	00	2017-01-23 11:00:00	95022	YEBIANTO	JL SELAT SUNDA V06-75	DIYAH	ADMIN WL 4	004	PEMK. MENINGKAT MHN CU	
3	PE04001701230118	04	00	2017-01-23 10:55:00	95292	KHUNANI	JL MENDIT BARAT 11	KHUNANI	JL MENDIT BARAT 11	085756750587	004	MHN CEK P MENINGKAT
4	PE04001701230108	04	00	2017-01-23 10:40:00	959071	M. ANHARI BA	JL SELAT SUNDA RD 3-53	DIYAH	ADMIN WL 4	004	PEMK. MENINGKAT MHN CU	
5	PE04001701230106	04	00	2017-01-23 10:40:00	97485	WAHYUNI NURWULANDARI	JL SELAT SUNDA D4-2	DIYAH	ADMIN WL 4	004	PEMK. MENINGKAT MHN CU	
6	PE04001701230102	04	00	2017-01-23 10:36:00	964248	SRI MULYATI	JL SBRANG DIRGANTARA 1 BLOK 42. NO. 42	DIYAH	ADMIN WL 4	004	PEMK. MENINGKAT MHN CU	
7	PE04001701230101	04	00	2017-01-23 10:34:00	940349	FMX RAWANWAJANTI A D1-02	JL PERUM AURI	DIYAH	ADMIN WL 4	004	PEMK. MENINGKAT MHN CU	
8	PE04001701230089	04	00	2017-01-23 09:25:00	968435	SLAMETAB	JL KH MALK DALAM 31	SLAMETAB	JL KH MALK DALAM 31 RT 1 RW 6	004	MHN CEK P MENINGKAT TRMIA KSH	
9	PE01001701200005	01	00	2017-01-20 10:46:00	938688	SOEPARNAN	JL KOL SUGIONO V0736	AGUS KARJANI	WIL 1	004	MOHON CEK ULANG	
10	PE04001701200056	04	00	2017-01-20 09:39:00	973405	HADI SUHARNO	JL GADANG XXI B85 18/02	SITI MUNAWAROH	JL GADANG XXI B85 18/02	081333607601	004	MOHON DI CEK KARENA PEMAKAIAN MENINGKAT HANYA 3 ORANG TELP PLS 081333607601

Gambar-30. Database Keluhan PDAM Kota Malang

Terkait penindaklanjutan, Penyelenggara SPAM harus memiliki target waktu penyelesaian keluhan dan menyediakan solusi yang tepat. Pada dasarnya, dengan kategorisasi, penanganan, analisis, dan publikasi yang baik, perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas dan kinerjanya terutama karena keluhan dan bentuk komunikasi lain dengan pelanggan merupakan sumber informasi penting bagi perusahaan.

Sebagai pengayaan, contoh pendataan dan deskripsi keluhan dapat dilihat pada tabel berikut. Tabel di bawah ini merupakan salah satu cara untuk memudahkan perusahaan dalam melakukan analisis dan penindaklanjutan keluhan.

Tabel-20. Pendataan Deskripsi Keluhan (Tanpa Informasi Wilayah)

No Supply	Indikator Informasi Keluhan	Keterangan Pelanggan
A-13XK	Sejak kapan mati air?	Air sudah mati 3 hari
	Apakah aliran air tetangga lancar?	Tetangga 1 komplek mati
	Apakah valve terbuka / tertutup?	valve dalam kondisi terbuka
	Jam berapa air hidup / mati?	Air hidup jam 12 malam – 5 subuh
	Keluhan diteruskan ke operator?	Mohon di cek kondisi supply air
	Status keluhan (direview / tidak)?	
	Jika pelanggan meminta pengiriman air, masukkan nomor request tanki	

Dalam penerimaan keluhan pelanggan, jika ada pelanggan yang memberikan informasi terkait kebocoran, dan pencurian air/sambungan ilegal, maka Penyelenggara SPAM harus segera mendata dan menindaklanjuti terutama untuk mencegah peningkatan NRW.

Dalam sistem pelaporan kebocoran air, Penyelenggara SPAM harus sudah memiliki *work flow* atau alur kerja. Jika kebocoran berada di permukaan, maka deteksi kebocoran dan perbaikan titik kebocoran harus dilakukan sesegera mungkin. Jika ada indikasi sambungan

ilegal atau pencurian air, perusahaan harus segera menyelidiki dan menetapkan saksi. Sebisa mungkin, pelanggar harus segera diproses menjadi pelanggan.

Informasi wilayah berdasarkan keluhan pelanggan juga sangat penting dalam merefleksikan situasi SPAM. Misalnya, jika pelanggan mengeluhkan tekanan air yang rendah, petugas dapat mengkoscek area domisili pelapor untuk menentukan apakah perusahaan perlu melakukan rehabilitasi jaringan distribusi air. Jika diameter sambungan pipa tergolong kecil dibandingkan jumlah rumah yang dilayani, maka keluhan dapat diatasi dengan melakukan pekerjaan konstruksi untuk mengganti pipa dengan yang lebih memadai.

Pelanggan akan puas dengan pelayanan yang cepat tanggap sehingga tingkat kepercayaan juga akan meningkat. Itulah peran penting analisis *database* keluhan bagi Penyelenggara SPAM bagi perencanaan ke depannya. Selanjutnya, setelah keluhan masuk selesai didata ke *database*, petugas dapat melakukan pemecahan masalah dengan pengelompokan keluhan. Sebagai contoh:

- Pengaduan terkait tagihan dapat diteruskan ke seksi pembacaan meter dan *billing* untuk mengkoscek akurasi dan melakukan penyesuaian (jika ada).
- Pengaduan terkait meteran air, segel meteran, dan pemindahan meteran diteruskan ke seksi teknis untuk dilakukan pengecekan dan verifikasi meteran air.
- Pengaduan terkait kualitas air dapat diteruskan ke seksi distribusi untuk dinalisis.
- Pengaduan terkait kebijakan pembayaran, ajuan cicilan, dan penundaan pembayaran dapat ditindaklanjuti bagian pelayanan dengan persetujuan atasan.

Contoh-contoh ini adalah sebagian kecil contoh dari korelasi kerja antar divisi terkait manajemen pelanggan dan penindaklanjutan aduan.

Selain itu, penyusunan laporan atas keluhan yang masuk juga penting bagi Penyelenggara SPAM. Cara penyusunan laporan umumnya sudah ditentukan sesuai POS masing-masing Penyelenggara SPAM, akan tetapi secara umum isi laporan mencakup **jenis kegiatan penanganan pelanggan / tempat dan waktu / petugas yang bertanggungjawab / persiapan dan rencana kegiatan / kesulitan dan hambatan / hasil kegiatan.**

Pendataan dan pengelompokan data akan membantu menyusun jenis keluhan secara sistematis sehingga penyusunan laporan akan menjadi lebih mudah. Pendataan juga akan memudahkan identifikasi, serta kegiatan *monitoring* dan evaluasi nantinya. Gambar berikut adalah contoh rekapitulasi keluhan pelanggan.

Tabel-21. Rekapitulasi Keluhan Pelanggan PDAM Kota Malang berdasarkan Jenis Keluhan

No.	Jenis Pengaduan Keluhan Pelanggan Secara Teknis.	Bulan			
		Order Pebruari 2017	Realisasi Pebruari 2017	Order Maret 2017	Realisasi Maret 2017
1	Aanboring permintaan sendiri	0	0	0	0
2	Air tangki	28	28	1	1
3	Air tangki mengalir	24	24	7	7
4	Air tidak mengalir	305	302	421	352
5	Atm sambungan baru	0	0	13	0
6	Bak meter belum ada/plat sl blm ada	2	0	3	0
7	Cek ulang stand meter	267	267	252	252
8	Cop bocor	206	199	243	242
9	Kualitas air tidak sesuai	7	4	14	14
10	Perubahan Golonga	112	112	140	140
11	Pindah meter penertiban	631	393	818	586
12	Pindah meter permintaan plg	7	7	8	8
13	Pipa bocor	159	141	454	441
14	Rekondisi jalan	617	561	641	597
15	Segel putus	0	0	0	0
16	Slah/plat sl tidak sesuai	0	0	1	0
17	Terlambat ganti stop kran	0	0	1	0
18	Terlambat pemasangan pb	0	0	23	0
19	Terlambat pindah meter	0	0	1	0
20	Verifikasi sambungan baru	0	0	0	0
21	Pelanggaran	76	75	58	58
22	Terlambat buka kembali tms	0	0	0	0
23	Buka kembali	42	42	52	52
24	Ganti stp kran	98	89	90	85
	Total	2,581	2,244	3,241	2,835
No.	Jenis Pengaduan Keluhan Pelanggan Secara Administratif.	Bulan			
		Order Pebruari 2017	Realisasi Pebruari 2017	Order Maret 2017	Realisasi Maret 2017
1	Angsuran buka kembali	0	0	0	0
2	Angsuran rekening	107	107	51	51
3	Buka blokir tutup tetap	50	48	51	51
4	Ganti nama	24	24	29	29
5	Kirim stand	344	344	318	318
6	Pemakaian meningkat	440	440	405	404
7	Pengembalian pasangan baru	6	6	3	3
8	Pengembalian rekening	0	0	0	0
9	Penyesuaian alamat	11	11	37	37
10	Perubahan rekening	0	0	1	1
11	Reduksi pasangan baru	0	0	0	0
12	Reduksi rekening	19	19	13	13
13	Rekening tidak timbul	0	0	0	0
14	Retribusi sampah	1	1	35	35
15	Salah baca stand	0	0	0	0
16	Tunda tutup	70	70	99	99
17	Pesan pelanggan	150	150	150	150
18	Pengaduan non work order (909)	1,483	1,483	1,789	1,789
19	Biaya sambungan baru	0	0	0	0
20	Penulisan kartu stand	0	0	0	0
21	Ganti golongan	0	0	0	0
22	Pengaduan Melalui surat	3	3	7	7
	Total	1,225	1,223	1,281	1,280
	Jumlah Total	3,806	3,467	4,522	4,115

4.5. Contoh Penanganan Pelanggan

Di bawah ini adalah contoh penanganan pengaduan pelanggan dan resolusi masalahnya.

Tabel-22. Sampel dari PT Adhya Tirta Batam

Deskripsi	Alur Penyelesaian Pengaduan
Pelanggan menyampaikan keberatan atas tagihan Oktober 2016 yang tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisa oleh staff pelayanan bahwa tagihan pelanggan tinggi dikarenakan pembacaan pelanggan untuk tagihan bulan Oktober 2016 diestimasi karena petugas tidak dapat melakukan pembacaan karena rumah terkunci 2. Pengaduan diteruskan ke seksi Penganan keluhan pelanggan untuk analisa lebih lanjut, bahwa estimasi yang diberikan terlalu tinggi dibandingkan dengan rata- rata pelanggan. 3. Untuk mendapatkan kepastian konsumsi atau pembacaan pelanggan, pengaduan diteruskan ke seksi pembaca meteran. Unit Meter melakukan verifikasi atas pembacaan dan memberikan stan koreksi. 4. Pengaduan dilanjutkan ke seksi <i>billing</i> untuk koreksi tagihan. 5. Staff Pelayanan menghubungi pelanggan untuk menyampaikan hasil dari pengaduan yang di sampaikan.
Pelanggan menyampaikan bahwa air sudah tidak mengalir selama 2 hari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisa dari Staff Pelayanan bahwa gangguan suplai yang dialami pelanggan diidentifikasi karena terjadinya penyumbatan pipa atau meteran karena tetangga di sebelah pelanggan tidak mengalami gangguan suplai air. 2. Keluhan di teruskan ke bagian Distribusi, dimana petugas akan melakukan tindakan perbaikan jaringan pipa. Jika penyumbatan terjadi di area meteran maka pengaduan di teruskan ke NRW. 3. Setelah dilakukan perbaikan, pengaduan di kembalikan ke Staff Pelayanan untuk menghubungi pelanggan.
Pelanggan menyampaikan aduan bahwa meteran di lokasi pelanggan rusak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisa Staff Pelayanan terjadi kerusakan pada meteran pelanggan karena air mengalir tapi meteran tidak berputar. 2. Analisa oleh Staff Penangan pengaduan bahwa pengaduan akan diteruskan ke <i>Meter service</i>. 3. <i>Meter Service</i> akan menindaklanjuti dengan melakukan perbaikan atas meteran yang rusak, namun jika meteran tidak bisa diperbaiki maka meter akan diganti. <p>Staff Pelayanan akan menghubungi pelanggan kembali terkait perbaikan yang telah di lakukan.</p>

Adapun dalam penanganan pelanggan, ada kalanya Penyelenggara SPAM hanya menerima dan memproses pertanyaan dan permohonan sebagaimana terlihat di permohonan yang diposes di PDAM Kota Banjarmasin berikut ini.

4.5.1. Mengolah Informasi Tunggakan Rekening Air

Air merupakan elemen penting dalam kelangsungan hidup dan aktivitas manusia, tetapi air yang bersih dan berkualitas melalui Penyelenggara SPAM tidak disediakan secara gratis. Oleh karenanya, penyaluran air bersih dan berkualitas merupakan kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan dengan diseimbangi kewajiban pembayaran oleh pelanggan yang dikenakan secara adil berdasarkan kesepakatan kontrak belangganan

**PERMOHONAN PELAYANAN TUTUP TOTAL
NO: 02553/CS/XII/2016**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pelanggan : AAAA BBBB CCCC
 Alamat Pelanggan : JL AAA, BBBB RT.10
 No. Kontrak : 8001289
 Golongan : A3
 No Telp : 0812-0000-0000
 Alasan Permintaan : Tutup Permintaan, karena rumah bongkar dan air tidak diperlukan lagi
 Dengan biaya administrasi : Rp. 0

Terbilang (Nol Rupiah)

Apabila ada kerusakan / kebocoran setelah penggantian meter air harap segera lapor ke seksi meter air PDAM Banjarmasin untuk perbaikan. Terima kasih.

Banjarmasin, 28 Desember 2017

Keterangan :

- Rekening terakhir yang sudah terbayar

PETUGAS

PELANGGAN

AAAA BBBB CCCC

Gambar-31. Berkas Permohonan Pemutusan Air Minum Pelanggan PDAM Kota Banjarmasin

Maka dari itu, penunggakan tagihan rekening air secara tidak langsung adalah pelanggaran kesepakatan. Keterlambatan pembayaran dan penunggakan dapat terjadi akibat ketidakmampuan membayar, dan lain sebagainya akan tetapi perusahaan perlu menyadari

bahwa penagihan harus dilakukan secara sistematis dan terlembaga tanpa terkecuali. Penunggakan pembayaran tidak bisa disepelekan karena alasan yang tidak profesional.

Berkenaan dengan itu, pelayanan pelanggan wajib memonitor indikasi kelalaian pembayaran oleh pelanggan. Jika ada tunggakan tagihan, maka Penyelenggara SPAM harus segera melakukan tindak lanjut agar pelanggan segera melunasi kewajibannya. Penyelenggara SPAM dapat menindaklanjuti dengan:

- a) melakukan penagihan,
- b) memberi peringatan,
- c) melakukan negosiasi, hingga
- d) memutus sambungan.

Keempat langkah tersebut dapat dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan alasan keterlambatan pembayaran/penunggakan, latar belakang dan riwayat pelanggan, bobot tunggakan, dan lain sebagainya. Adapun skema penindaklanjutan secara umum dibagi dua, yakni negosiasi dan penindaklanjutan. Lebih lengkapnya sebagai berikut.

4.5.1.1. Negosiasi

Terkadang ada pelanggan yang terlambat membayar, misalnya akibat kelupaan atau ada alasan ekonomi, namun beritikad baik ingin melunasi tagihan rekening air. Dalam hal ini,

perusahaan perlu mengkoscek latar belakang dan riwayat pelanggan untuk melihat tingkat komitmen pelanggan terhadap kewajibannya. Jika positif, perusahaan dapat memilih opsi negosiasi sehingga pelanggan dapat melakukan cicilan agar pelayanan dapat tetap dilanjutkan. Perusahaan bisa juga memberlakukan pengurangan tagihan (diskon), dan lain sebagainya.

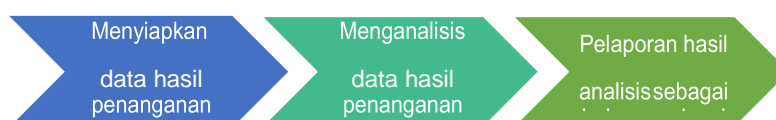
4.5.1.2. Penindakan

Untuk keterlambatan pembayaran lewat masa tenggang, seharusnya pelanggan yang bersangkutan dikenakan denda sesuai lama keterlambatan per kebijakan masing-masing Penyelenggara SPAM. Ada yang menerapkan denda bertingkat, dan ada juga yang menerapkan tarif denda rata untuk dikenakan kepada pelanggan yang lalai membayar tepat waktu.

Jika pelanggan tidak kunjung melakukan pembayaran, Penyelenggara SPAM dapat mengenakan masa tenggang sebelum **memutus pasokan air**, sebelumnya tentu Penyelenggara SPAM dapat mengumumkan tanggal pemutusan air dan tanggal pemutusan sambungan. Jika pelanggan yang bersangkutan kemudian ingin melakukan buka kembali atau sambung ulang, perusahaan dapat mengenakan pembayaran atas jumlah yang belum dibayar dan biaya pengerjaan sambungan ulang. Penyelenggara SPAM juga dapat mengenakan biaya jaminan, biaya meter air, dan lain sebagainya.

Sebagai contoh, di PDAM Kota Banjarmasin, PDAM memberlakukan 1-2 bulan masa tenggang sebelum pemutusan pasokan air, Tergantung jenis pelanggan, setelahnya PDAM dapat melakukan tutup stop keran (*faucet*) yang bersifat segel sementara. Setelahnya, jika pelanggan belum melakukan pembayaran, PDAM baru akan melakukan *boring*. Jika lewat 3-6 bulan setelahnya pelanggan masih belum membayar, barulah PDAM akan mengerjakan pemutusan sambungan. Hal ini tentunya tergantung kebijakan di masing-masing PDAM.

Umumnya setelah pemutusan sambungan, mantan pelanggan yang ingin berlangganan air harus memulai prosedur pendaftaran dari awal dengan menjadi pelanggan baru atau mengaktifasi akun pelanggan sebelumnya. Pada prosedur tersebut, pelanggan akan dikenakan biaya registrasi ulang, biaya penunggakan (jika belum lunas), dan biaya pemasangan sambungan air.



Skema-13. Tahapan dalam Evaluasi Penanganan Pelanggan

4.6. Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan

Evaluasi perlu dilakukan terhadap data keluhan masuk beserta upaya perbaikan yang sudah dilakukan. Hal ini penting untuk mencegah keluhan yang sama terjadi lagi. Evaluasi

mencakup apakah deskripsi yang dilaporkan sudah jelas, benar, lengkap, dan sesuai kategori keluhan yang ada. Hal ini harus dipastikan mengingat bahwa penindaklanjutan tepat, efektif, dan efisien sangat bergantung pada deskripsi yang disampaikan.

Secara umum, evaluasi hasil penanganan pelanggan mencakup tiga tahap sebagaimana terlihat pada skema-12. Tahap awal evaluasi adalah pengumpulan data hasil penanganan pelanggan berdasarkan *database* keluhan. Data-data ini kemudian dapat disortir dan dianalisis berdasarkan: i) jenis keluhan, ii) tanggal, bulan, dan tahun pengaduan, dan iii) durasi penyelesaian masalah.

Umumnya, data-data evaluasi mengambil informasi dari laporan pengaduan, antara lain jenis pengaduan, kegiatan penanganan, petugas yang bertanggung jawab, persiapan dan rencana penanganan, kesulitan dan hambatan penanganan pelanggan, hasil kegiatan, serta kesimpulan dan saran.

Analisis kemudian dilakukan dengan membandingkan hasil penanganan pelanggan dengan standar pelayanan agar Penyelenggara SPAM dapat menentukan apakah penanganan pelanggan sudah baik atau belum. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, informasi wilayah layanan, jenis keluhan, dan waktu penanganan keluhan dapat memberikan referensi bagi Penyelenggara SPAM untuk melakukan perbaikan dan peningkatan pada area layanan yang menjadi sumber keluhan. Lebih lanjut mengenai kinerja penanganan pelanggan.

Perbaikan dan peningkatan kualitas layanan tentu harus komprehensif dan berkesinambungan. Secara berkala, Penyelenggara SPAM perlu melakukan analisis *database*

keluhan dan melakukan evaluasi terhadap:

- Jenis keluhan pelanggan
- Penyebab keluhan pelanggan
- Hasil penanganan pelanggan berdasarkan jenis, wilayah, dan golongan pelanggan.
- Jangka waktu penyelesaian keluhan pelanggan.

Klasifikasi data secara tepat merupakan hal yang penting agar data tersebut dapat diolah secara statistik. Data statistik tidak hanya penting untuk menghitung rasio penyelesaian keluhan tetapi juga untuk:

1. Mengidentifikasi apa saja keluhan yang masuk dan berapa frekuensi dan jumlahnya dalam satu periode
2. Apa keluhan yang sering muncul dan mengapa
3. Jumlah wilayah layanan yang mengajukan keluhan
4. Keluhan apa yang paling sering muncul di suatu wilayah
5. Jumlah hari yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah
6. Jumlah pegawai yang terlibat, serta

7. Biaya yang dikeluarkan dan apakah biaya tersebut sudah efektif dan sepadan dengan upaya dan hasil penanganan keluhan.

Ketika data-data ini sudah diolah, Penyelenggara SPAM dapat menyusun rekomendasi tindak lanjut bagi internal perusahaan agar akspek bisnis dan pelayanan menjadi lebih baik. Analisis evaluasi penanganan pelanggan juga dapat diteruskan kepada Pemerintah agar Pemerintah dapat merencanakan tindakan preventif secara makro sehingga jumlah keluhan dapat ditangani secara signifikan.

4.7. Saluran Pengaduan

Perusahaan yang peduli akan kepuasan pelanggan akan terus menerus memfasilitasi kemudahan akses pelanggan ke perusahaan. Dengan adanya saluran akses, pelanggan akan makin yakin bahwa berhubungan dengan perusahaan ternyata hanya sebatas jangkauan tangan, sebatas meraih telepon tetap, telepon genggam, atau sebatas membuka *website*, internet dan *e-mail* (Agung, 2006:37).

Berdasarkan SKKNI, media yang dapat digunakan Penyelenggara SPAM dapat berupa:

- i) kotak pengaduan,
- ii) *call center*,
- iii) datang langsung ke kantor pelayanan pelanggan di perusahaan,
- iv) media sosial,
- v) *SMS center*.

Call Center adalah layanan yang banyak disediakan oleh perusahaan, institusi atau organisasi tertentu untuk menerima telepon, menjawab berbagai pertanyaan pelanggan serta sebagai sarana yang mampu menjembatani perusahaan, institusi atau organisasi dengan para pelanggannya terhadap berbagai informasi yang tersedia dan dibutuhkan oleh pelanggan sekaligus sebagai upaya perusahaan mendekatkan diri pada pelanggan dengan menyediakan sarana interaksi yang tersedia setiap saat.

Tujuan *call center* adalah untuk memberikan suatu media buat para pelanggan berbicara dengan perusahaan. Dengan adanya media tersebut, perusahaan akan mampu menampung apa keinginan dan harapan pelanggan terhadap produk-produk atau jasa-jasa layanan perusahaan. Ada dua jenis panggilan yang dapat dilakukan *call center*, yaitu panggilan keluar (*outbond calls*) dan menerima panggilan masuk (*inbound calls*).

Dalam penyelenggaraan ada tiga aspek yang harus diperhatikan oleh sebuah *call center* agar berjalan efektif, yaitu [6]: (Rahmayanty, Nina. 2010. Manajemen Pelayanan Prima)

- 1) *System*, dalam hal ini aplikasi yang digunakan pada *call center* harus dibuat sederhana dan mencakup keragaman kebutuhan serta keinginan pelanggan. Sistem

dan prosedur

- 2) yang berbelit-belit akan melemahkan konsep *call center* yang menawarkan "kepraktisan dan kecepatan."
- 3) *People*, dalam hal ini agen atau petugas yang melayani dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Kemampuan *interpersonal* dan *intrapersonal skill* petugas sangat menentukan. Berkomunikasi tanpa tatap muka memerlukan keterampilan lebih tinggi. Sejalan dengan Pendapat yang dikemukakan oleh Jahari (2006:24) yang mengatakan bahwa "pada akhirnya, kemampuan *soft skill* (menyangkut kemampuan berkomunikasi, keramahan dan ketanggapan petugas) dan *hard skill* (menyangkut pengetahuan produk yang baik) akan menjadi penentu terakhir saat berhubungan dengan *call center*."
- 4) *Technology*, dalam hal ini komitmen perusahaan terhadap *call center*, teknologi dan besarnya investasi tergantung pada bagaimana perusahaan memposisikan *call center*, apakah hanya sebagai pendukung atau sebagai *delivery channel* dan *im-age center*.

Call center dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan alasan:

- (1) Biaya kontak per pelanggan ke perusahaan lebih murah dibandingkan dengan menyediakan waktu khusus bagi pelanggan untuk datang ke tempat layanan. Demikian juga bagi perusahaan, makin banyak tempat layanan disediakan biaya investasi dan biaya operasional menjadi semakin mahal. Dengan *call center*, biaya pelayanan per pelanggan dapat ditekan dalam jangka menengah dan jangka panjang.
- (2) Karena akses pelanggan ke perusahaan lebih cepat dan lebih murah, maka pelanggan yang dilayani dengan tuntas akan jauh lebih puas, karena telah mendapatkan *value* yang diinginkan. Artinya, manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.
- (3) Pelanggan makin yakin akan profesionalisme perusahaan yang memiliki *contact center* atau minimal *call center*. Jadi, *call center* yang dikelola dengan baik, bukan saja berfungsi sebagai *contact center*, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan.

Faktor yang harus dipertimbangkan untuk memberikan layanan terbaik kepada penelpon menurut Grace Henry (2012:46), sebagai berikut :

- a) Kelengkapan informasi yang dibutuhkan oleh si penelpon
- b) Tipe interaksi (*contact*) yang berbeda
- c) Kesiapan penelpon dalam menerima informasi dan komunikasi
- d) Kesiapan infrastruktur penunjang
- e) Waktu menelpon juga berpengaruh terhadap lamanya interaksi

Aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengguna atas kualitas pengguna pada layanan *Call Center* adalah sebagai berikut:

- 1) Meng*upgrade* data nomor telepon yang terbaru.
- 2) Meng*upgrade* data alamat yang terbaru.
- 3) Lebih memperhatikan dalam memberikan ketepatan waktu menunggu yang di janjikan.
- 4) Kesigapan dalam respon permintaan informasi oleh pengguna lebih ditingkatkan.
- 5) Mendengarkan baik-baik apa yang diminta oleh pengguna dan menyampaikan informasi kepada pengguna dengan jelas dan tepat.
- 6) Mendapatkan *training* lanjutan mengenai penguasaan atas pengetahuan produk layanan.
- 7) Memantau *performance petugas* dalam berkomunikasi saat proses penyampaian informasi kepada pengguna layanan.

Di bawah ini adalah contoh Instruksi Kerja *Call Center* di PDAM Kota Malang.

INSTRUKSI KERJA PENERIMAAN TELEPON PELANGGAN

- 1) Angkat telepon ketika berdering (maksimal 3 kali dering)
- 2) Ucapkan salam dengan tersenyum dengan menyebutkan nama organisasi/instansi, contoh : "BKPPM Kota Surabaya, Selamat pagi/siang"
- 3) Sapa pelanggan "Saya dengan (Nama Petugas), bisa dibantu?"
- 4) Dengarkan permasalahan pelanggan dengan baik.
- 5) Klasifikasikan permasalahan pelanggan, jika permasalahan dapat langsung dijawab, maka berikan penjelasan dan jawaban yang jelas. Apabila dibutuhkan data lebih lanjut tanyakan nama pelanggan, alamat pelanggan dan nomor telepon yang dapat dihubungi.
- 6) Jika pelanggan harus menunggu, ucapkan "Mohon ditunggu sebentar".
- 7) Setelah pelanggan menunggu, ucapkan "Terima kasih telah menunggu", dan berikan penjelasan dan jawaban yang jelas.
- 8) Apabila permasalahan pelanggan perlu tindak lanjut, berikan kepastian hari penyelesaian.
- 9) Tanyakan " Masih ada lagi yang bisa kami bantu ?"
- 10) Apabila tidak ada yang ingin ditanyakan lagi oleh pelanggan, ucapkan "Jika Bapak/Ibu/Saudara membutuhkan informasi dan bantuan kami, silahkan menghubungi kami kembali. Terima kasih telah menghubungi kami."

Gambar-32. Instruksi Kerja Penerimaan Telepon Pelanggan di PDAM Kota Malang

DIAGRAM ALUR	DOKUMEN	WAKTU	KETERANGAN
<pre> graph TD A([Menerima Pengaduan Pelanggan]) --> B[Entry Data : 1. Membuat Work Order 2. Menentukan Jenis Pengaduan 3. Memberikan informasi kepada pelanggan] B --> C[Ke bagian terkait sesuai jenis pengaduan lewat aplikasi SIPDAM] C --> D([Selesai]) D --> E[/arsip/] </pre>	<p>Work Order</p>	<p>Respon 1 hr</p>	<p>Operator Call Center menerima pengaduan pelanggan</p> <p>Persiapan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Periksa dan pastikan pesawat telepon berfungsi dengan baik jika ternyata ada gangguan maka segera melaporkannya ke Asuransi Pelayanan dan selanjutnya dilaporkan ke Bagian Umum untuk dilakukan perbaikan <ol style="list-style-type: none"> 1. Angkat telepon, ucapkan salam 2. Tanyakan apa yang bisa dibantu, tanyakan identitas pelanggan (nomor saluran, nomor telepon) dan keluhan / pengaduannya 3. Entry data pelanggan melalui Aplikasi SIPDAM : Nomor Saluran, Nama Pelanggan, nomor telepon, jenis pengaduan 4. Merindaklanjuti pengaduan pelanggan dengan membuat work order sesuai jenis pengaduan pelanggan 5. Ucapkan terima kasih dan salam 6. Selesai

TERKENDALI
 Tanggal: 03-05-2011

Gambar-33. Gambar Alur SOP Call Center PDAM Kota Malang

SOAL LATIHAN

Kajilah situasi di bawah ini sesuai kondisi perusahaan Anda, diskusikanlah bersama kelompok Anda!

1. Bagaimana pengalaman dalam penanganan pelanggan?
2. Pengaduan apa yang paling sering terjadi? Apa solusinya?
3. Adakah kasus pengaduan pelanggan unik yang belum pernah dialami sebelumnya?
4. Bagaimana proses penerimaan sambungan baru di tempat saudara?
5. Apa kelebihan dan kekurangan dari proses penerimaan sambungan baru di perusahaan Anda? Cobalah merumuskan proses sambungan baru yang baik. Jika sudah baik, mengapa?



BAB 5

Pemasaran

Bab V

Pemasaran

5.1. Definisi

Pemasaran merupakan bagian dari pelayanan pelanggan yang berperan menjalin relasi, memberikan informasi dan edukasi, mempersuasi, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat terkait kegiatan, produk, maupun lingkup bisnis perusahaan. Kegiatan pemasaran merupakan motor perusahaan, termasuk Penyelenggara SPAM, yang bermanfaat untuk **i) memberikan pemahaman terkait lingkup bisnis, ii) memasarkan layanan kegiatan perusahaan, serta iii) membangun hubungan dengan pelanggan maupun calon pelanggan.**

Secara umum, kegiatan pemasaran umumnya merupakan kegiatan kehumasan yang bertujuan menyampaikan upaya-upaya dan konten layanan kepada masyarakat secara umum. Kegiatan penerangan masyarakat seperti edukasi seperti seminar juga akan membantu masyarakat menyadari dan memahami layanan, termasuk layanan air minum serta memperoleh pengetahuan terkait air bersih. Lebih lanjutnya konsep pemasaran dapat dilihat pada UU Pelayanan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

5.2. Melakukan Promosi kepada Calon Pelanggan

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran untuk memberitahukan atau menawarkan layanan air bersih kepada calon pelanggan dengan tujuan untuk menarik mereka menjadi pelanggan. Tujuan pemasaran adalah:

- Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial;
- Mendapatkan kenaikan penjualan dan laba, menjaga kestabilan pendapatan;
- Mendapatkan pelanggan baru, menjaga loyalitas pelanggan, mengapresiasi pelanggan; serta
- Membuat citra produk dan perusahaan (*branding*).

Singkatnya, kegiatan pemasaran dapat menghubungkan perusahaan dengan masyarakat. Untuk membuat kegiatan yang tepat, perusahaan harus bisa membuat perencanaan berdasarkan refleksi kondisi bisnis dan perusahaannya. Perusahaan juga secara aktif harus menangkap minat dan kebutuhan pelanggan, misalnya melalui survei. Dengan langkah yang tepat, perusahaan dapat melakukan upaya promosi untuk mengoptimalkan tingkat penjualan air.

Di kebanyakan perusahaan, promosi dapat dilakukan oleh semua lini yang ada di perusahaan dari level atas sampai level terbawah karena semua pegawai adalah representative perusahaan yang berperan menyampaikan informasi produk dan jasa kepada calon pembeli. Kegiatan promosi biasanya sekaligus mengkomunikasikan profil dan kegiatan perusahaan dan dilakukan dengan persiapan yang matang agar tepat sasaran

dan mencapai tujuan.

Tahapan pemasaran secara garis besar mencakup perencanaan, strategi, pelaksanaan dan evaluasi – tergantung dari tiap-tiap SOP perusahaan. Adapun umumnya adalah sebagai berikut:

- i. Menetapkan tujuan dan menganalisis situasi (dapat melalui survei maupun kajian data perusahaan lainnya);
- ii. Membuat target audiens untuk disesuaikan dengan jadwal, *tools* komunikasi, dan konsep kegiatan;
- iii. Menyusun taktik dan strategi kegiatan (*promotional* dan *media mix*);
- iv. Menyusun anggaran; dan
- v. Membuat laporan mencakup garis besar kegiatan, hambatan, dan hasil kegiatan.

Selain dari tahapan di atas, terdapat tahapan yang lebih *advanced*, meliputi penentuan indikator keberhasilan aktivitas dan *monitoring* evaluasi (*monev*) untuk mengukur apakah dampak yang terjadi sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Selain untuk mengukur keberhasilan kegiatan, *monev* juga dapat membantu perusahaan melakukan pengembangan dan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

SURVEI POTENSI & MINAT CALON PELANGGAN			
<p><i>Alamat :</i> JL. RT. RW. Kelurahan : Kecamatan</p>			
<p><i>Pemasangan jaringan Pipa :</i></p> <p>Jalan : Aspal Rabat paving Tanah</p> <p>Nama : 1 Setuju Tidak Setuju</p> <p> 2 Setuju Tidak Setuju</p> <p> 3 Setuju Tidak Setuju</p>			
<p><i>Animo Menjadi Pelanggan PDAM :</i></p> <p>1 Minat Tidak Minat No. Tilp.</p> <p>2 Minat Tidak Minat No. Tilp.</p> <p>3 Minat Tidak Minat No. Tilp.</p>			
<p><i>Air yang dipakai Saat ini :</i></p> <p>Sumur Gali Sumur Bor Sungai Jml. KK</p> <p style="text-align: right;">....., 2017</p>			
<p>Mengetahui / Menyetujui Ketua RT</p> <p>(.....)</p>		<p>Petugas PDAM</p> <p>(.....)</p>	

Gambar-34. Form Survei Potensi dan Minat Calon Pelanggan PDAM Kota Malang

SURVEI POTENSI PELANGGAN & KEMAMPUAN MEMBAYAR PELANGGAN	
Surveyor	No.
Tanggal Survei
Nama Responden
Alamat
RT/RW Kode Pos	Responden
Kelurahan	Surveyor
Kecamatan
A. OBSERVASI LINGKUNGAN	
1. Pola Lingkungan Pemukiman a. Komplek Perumahan b. Perkampungan Teratur c. Perkampungan Tidak Teratur	
B. JATI DIRI RESPONDEN	
2. Status Responden a. Kepala Rumah Tangga b. Ibu Rumah Tangga c. Lainnya, Sebutkan	
3. Usia Responden a. < 20 Tahun b. 20 – 35 Tahun c. > 35 Tahun	
4. Tingkat Pendidikan Responden a. SD / SMP / SMA / SMK b. Diploma (D1 / D3), Sarjana (S1) c. Magister (S2), Doktor (S3)	
5. Pekerjaan Utama a. PNS / TNI / POLRI b. Karyawan Swasta c. Wiraswasta / Usaha d. Lainnya, Sebutkan :	
6. Pendapatan Tambahan a. Karyawan Swasta b. Wiraswasta / Usaha c. Pekerjaan Informal Lainnya	
7. Penghasilan Total Rata-rata Per Bulan a. < Rp. 1 Juta b. Rp. 1 Juta – Rp. 3 Juta c. Rp. 3 Juta – Rp. 5 Juta d. > Rp. 5 Juta	
8. Pengeluaran Listrik Rata-rata Per Bulan a. < Rp. 200 Ribu b. Rp. 200 Ribu – Rp. 250 Ribu c. Rp. 251 Ribu – Rp. 300 Ribu d. > Rp. 300 Ribu	
C. KATAGORI RUMAH TANGGA	
9. Jumlah PEnghuni Rumah Tangga	
10. Lusa Tanah / Kavling Bangunan a. < 90m ² b. > 90m ²	
13. Sumber Daya Listrik a. < 900 Watt b. 1,300 Watt c. 2,200 Watt d. > 2,200Watt	
14. Status Kepemilikan Rumah a. Milik Sendiri b. Sewa / Kontrak / Lainnya	
D. PEMAKAINAN AIR MINUM SAAT INI	
15. Sumber Air Yang Digunakan a. Sumur Tanpa Pompa Listrik b. Sumur Pompa c. Penjual Air d. Lainnya, Sebutkan :	
16. Kuantitas / Jumlah Air Pada Musim Hujan a. Mencukupi b. Tidak Mencukupi	
17. Kuantitas / Jumlah Air Pada Musim Kemarau a. Mencukupi b. Tidak Mencukupi	
18. Kuantitas Air Yang Digunakan a. Berbau / Berasa / Berwama b. Berminyak c. Tidak Berbau / Berasa / Berwama / Berminyak d. Lainnya, Sebutkan :	
19. Pengeluaran Per Bulan Untuk Membeli Air a. Tidak Ada b. < Rp. 25 Ribu c. Rp. 25 Ribu – Rp. 50 Ribu d. > Rp. 50 Ribu	
20. Rata-rata Pemakaian Air Per Bulan (Liter)	
E. MINAT MENJADI PELANGGAN PDAM	
21. Apakah Berminat Menjadi Pelanggan PDAM a. Berminat b. Tidak Berminat (Langsung Ke No. 24)	
22. Bersedia Membayar Biaya Sambungan Baru a. Bersedia b. Tidak Bersedia	
23. Bersedia Membayar Rekening Bulanan PDAM a. Bersedia b. Tidak Bersedia	

Gambar-35. Form Survei Potensi Pelanggan PDAM Kota Bekasi

Di Indonesia, survei yang dikenal antara lain adalah survei kebutuhan nyata, riset kebutuhan dasar, dan survei potensi pelanggan. Adapun survei yang baik bermanfaat untuk i) mengumpulkan informasi dari masyarakat terkait ketertarikan suatu produk, ii) memudahkan analisa potensi calon pelanggan, dan iii) Alat ukur penentuan investasi jaringan pipa. Mengetahui profil dan minat pelanggan penting agar konten dan jenis kegiatan pemasaran dapat dirancang secara tepat.

Survei dapat diberikan secara tatap muka, disebarakan melalui sosial media maupun *telemarketing*. Setelah disebarakan, survei lalu dapat diproses menjadi pendaftaran pelanggan (pada calon pelanggan). Data-data yang diperoleh juga dapat digunakan untuk memutakhirkan *database* maupun ditambahkan ke kolom informasi baru. Survei tersebut dapat dikembangkan sesuai kebutuhan perusahaan. Lihat dan bandingkanlah form pada

Gambar-34 dan 35.

5.3. Mengelola Hubungan Pelanggan

Guna melakukan pemasaran, Penyelenggara SPAM perlu mengenali pelanggan agar hubungan yang dibangun dapat terjalin dengan baik. Dengan *database*, Penyelenggara SPAM dapat menemukan riwayat pelanggan dan semua data kepelanggan termasuk juga data pemetaan. Identifikasi pelanggan melalui *database* akan membantu perusahaan menentukan target dan materi untuk tiap-tiap kegiatan hubungan pelanggan yang direncanakan.

Manfaat dari pengelolaan hubungan pelanggan antara lain untuk mengelola layanan kepelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun, tiga jenis kegiatan utama yang dapat dilakukan perusahaan, mencakup:

1. Promosi

Kegiatan pengenalan perusahaan guna memajukan jasa layanan air minum yang umumnya spesifik untuk meningkatkan konsumsi wajar pelanggan, menambah jumlah pelanggan, dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. Sosialisasi

Kegiatan yang meliputi proses penyampaian program kerja kepada pelanggan atau pemangku kepentingan agar memperoleh pemahaman yang sama, khususnya terkait pemakaian air minum. Kegiatan ini umumnya dilakukan secara langsung (tatap muka).

3. Publikasi

Kegiatan yang bertujuan menginformasi pelanggan atau pemangku kepentingan terkait jasa layanan air minum yang umumnya dilakukan melalui media-media publikasi yang bersifat tidak langsung.

Ketiga kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui media, antara lain melalui forum pelanggan, temu pelanggan, edukasi pelanggan, SMS *center* atau *broadcast*, media sosial, media elektronik (iklan, fitur, dsb), media cetak, media luar ruang (spanduk, reklame, dsb), kunjungan pelanggan, dsb. Adapun strategi-strategi pemasaran akan dibahas lebih lanjut pada subbahasan berikut ini.

5.3.1. Sosialisasi

Sosialisasi oleh Penyelenggara SPAM dapat dilakukan secara formal maupun informal. Sosialisasi dapat dilakukan dengan mengundang RT, RW, maupun kelompok masyarakat lainnya guna menyampaikan topik-topik seperti: tarif dan kenaikan tarif, denda, adanya pekerjaan konstruksi, dan lain sebagainya. Adapun beberapa contoh kegiatan sosialisasi dapat dilihat di bawah ini.

5.3.1.1. Upaya Perbaikan NRW

Penyelenggara SPAM dapat melakukan sosialisasi terkait NRW agar masyarakat dapat memahami kondisi pelayanan Penyelenggara SPAM dan memperoleh gambaran mengenai

pentingnya penurunan NRW. Sebab, tidak semua pelanggan memahami dan mengetahui cara menangani NRW meskipun NRW dapat berimbas pada masyarakat (kebocoran). Informasi mengenai NRW tidak hanya bermanfaat bagi pelanggan, tetapi juga penting untuk di-*refresh* kembali kepada pegawai perusahaan.

Pengetahuan mengenai NRW dapat menjadi sosialisasi bagi internal perusahaan sebagai bagian dari peningkatan kapasitas SDM. Jika pegawai perusahaan hanya memahami NRW sekenanya, perusahaan akan kesulitan memberikan informasi kepada pelanggan. Topik ini dapat disosialisasikan dan dikampanyekan bersamaan dengan situasi dan kondisi perusahaan secara general di tempat yang menyenangkan. Kegiatan kampanye akan menjadi kesempatan yang baik untuk:

- menjelaskan langkah-langkah penurunan NRW
- sosialisasi awal-mula perhitungan dan revisi tarif air
- memberikan pemahaman bisnis dan layanan Penyelenggara SPAM
- gambaran kerjasama dalam pekerjaan konstruksi skala-besar

Pada umumnya, proporsi pelanggan yang memiliki ketertarikan pada kegiatan di bidang bisnis penyediaan air minum seperti ini biasanya tidak banyak. Akan tetapi, dengan penyusunan konsep acara yang jelas dan menarik, maka kegiatan sosialisasi, kampanye, promosi, dan peningkatan kesadaran akan menjadi efektif dan mengundang minat dalam rangka peningkatan hubungan masyarakat dan pelanggan.

5.3.1.2. Peningkatan Kesadaran mengenai Sambungan Ilegal

Pada pembahasan sebelumnya di bab 3, telah disebutkan teknik untuk menemukan indikasi sambungan ilegal dengan ketelitian pembaca meter. Sambungan ilegal juga dapat ditemukan dengan memeriksa kembali informasi penduduk sekitar. Selain dari situ, indikasi sambungan ilegal juga dapat ditemukan dari bekas konstruksi di area sekitar meter air di saat perusahaan sedang tidak menjadwalkan konstruksi.

Sambungan ilegal merupakan kejahatan yang setara dengan pencurian dan dapat ditindak secara hukum. Oleh karenanya, perusahaan harus tegas. Penyelenggara SPAM harus menjalin hubungan dan kerjasama yang baik dengan pembaca meter dan masyarakat sekitar, khususnya dalam mengumpulkan informasi, mengawasi indikasi, dan menindaklanjuti dengan tepat. Agar masyarakat dan petugas baca meter lebih sensitif terhadap indikasi sambungan ilegal, kegiatan sosialisasi dan peningkatan kesadaran pada topik ini dapat dilakukan.

5.3.1.3. Perbandingan antara Penunggakan (Dengan Pemutusan Pasokan Air) dan Pembayaran Teratur

Pelanggan seharusnya dapat menemukan informasi mengenai pembayaran rekening air atas volume air yang digunakan, beserta informasi denda atas keterlambatan pembayaran, pemutusan pasokan air minum akibat lewat masa tenggang, hingga biaya sambung ulang pada kontrak berlangganan maupun media sosialisasi lainnya.

Menindaklanjuti pembahasan pada Bab 4 terkait penunggakan, perusahaan dapat juga

melakukan sosialisasi mengenai perbandingan antara:

- a. **Pembayaran teratur**, dengan
- b. **Penunggakan + pemutusan air + pembayaran tunggakan + biaya sambung ulang**

Penyelenggara SPAM hanya perlu mempromosikan sisi positif dari membayar rekening air secara tepat waktu bagi para pelanggan. Pada Tabel-23, total biaya dari "Pembayaran Teratur" akan dibandingkan dengan "Penunggakan dan Pemutusan air".

Tabel-23. Perbandingan antara "Pembayaran teratur" dengan "Tunggakan dan Pemutusan air"

Pembayaran Teratur	Penunggakan dengan Pemutusan Air
<u>150,000 Rp</u> (Pembayaran bulan April)	<u>0 Rp</u> (Tidak ada pembayaran di bulan April)
<u>150,000 Rp</u> (Pembayaran bulan Mei)	Pemutusan sambungan air Membeli air curah dari tetangga pada bulan Mei <u>100,000 Rp</u> / 2500L
<u>150,000 Rp</u> (Pembayaran bulan Juni)	Membeli air curah dari tetangga pada bulan Juni <u>60,000 Rp</u> / 1500L Membayar denda bulan April di bulan Juni <u>165,000 Rp</u> (Denda 10%) Biaya penyambungan kembali di bulan Juni <u>65,000 Rp</u> / DN13mm <u>120,000 Rp</u> (Pembayaran bulan Juni)
450,000 Rp	500,000 Rp (+50,000 Rp)

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa pembayaran dengan tunggakan dengan pemutusan air akan menjadi lebih mahal dibandingkan membayar dengan tepat waktu. Jika perusahaan menginginkan pendapatan yang stabil, maka perusahaan juga harus dapat melakukan penagihan atas rekening air pelanggan secara berkesinambungan. Pembayaran rutin merupakan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pelanggan. Hal-hal terkait pembayaran, penunggakan, revisi tarif, kategori tarif, dan kontrol tarif juga dapat menjadi topik sosialisasi.

5.3.1.4. Sanksi Atas Keterlambatan Pembayaran

Meskipun hubungan pelanggan yang baik adalah hal yang harus dapat dibangun oleh perusahaan, profesionalisme dan kedisiplinan terhadap pelanggan juga perlu diberlakukan agar tidak merugikan perusahaan. Pada prinsipnya, pelanggan wajib membayar rekening air berdasarkan volume air yang digunakan sebelum masa jatuh tempo. Jika pembayaran belum dilakukan hingga melewati masa tenggang, maka tidak hanya tercatat dengan tunggakan, pelanggan juga terancam putus dari pasokan air minum.

Bagi Penyelenggara SPAM, rekening air merupakan modal lancar utama yang harus selalu dapat dihimpun guna tetap menjalankan bisnis. Jumlah kekurangan pembayaran dan penunggakan yang tinggi akan berdampak buruk pada kelangsungan administrasi dan

finansial perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan harus memastikan bahwa jumlah yang ditagihkan selalu akurat dan pembayarannya dilakukan tepat waktu. Keterlambatan dan penunggakan harus ditegaskan dengan denda dan kebijakan pemutusan pasokan air.

Hal ini tentu tidak dimaksud untuk mengintimidasi pelanggan, melainkan untuk memastikan bahwa kontrak pelayanan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Denda yang ditetapkan juga harus ditetapkan agar tidak terlalu mahal tetapi juga tidak disepelekan begitu saja, misalnya berjumlah 5-10% dari total pembayaran yang semestinya dibayarkan.

Jika pemutusan air perlu dilaksanakan, biaya tenaga kerja dan material yang dikeluarkan untuk pemutusan dan sambung ulang perlu dihitung dengan seksama agar tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Misalnya pada pelanggan yang memberhentikan langganan lalu memohon sambung ulang, mereka harus membayar biaya selayaknya pelanggan baru.

Penanggung biaya tersebut dihitung sedemikian rupa, karena pelangganlah yang menanggung biaya layanan air, pekerjaan konstruski, dan pemasangan. Hal-hal seperti ini harus dapat dicantumkan dengan jelas dalam kontrak berlangganan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kemudian hari yang dapat memperburuk citra perusahaan. Syarat ketentuan terkait pembayaran dan denda yang berlaku harus dicantumkan seluruhnya dan dapat disosialisasikan secara berkala kepada calon pelanggan dan pelanggan.

5.3.1.5. Kegiatan Hubungan Masyarakat melalui Kelompok Masyarakat

Penyelenggara SPAM dapat menyalurkan informasi dan memperoleh *feedback* dari masyarakat dengan memobilisasi kelompok masyarakat. Di beberapa Penyelenggara SPAM seperti PDAM Kota Bekasi dan PDAM Kab. Ogan Ilir, kelompok berbasis masyarakat dimobilisasi untuk melakukan sosialisasi terkait tarif, adanya gangguan, membantu menghimpun pembayaran pelanggan, dan lain sebagainya. Kegiatan sosialisasi juga lazim diselenggarakan di mushola, majlis taqlim, Kantor RT/RW, balai desa, dan lain sebagainya.

Metode ini terbilang efektif terutama untuk Penyelenggara SPAM dengan jumlah sumber daya manusia yang terbatas. Adapun, perusahaan yang ingin memanfaatkan kelompok masyarakat harus memastikan adanya rasa tanggung jawab, keterandalan informasi, dan batasan-batasan professional antara perusahaan dengan kelompok masyarakat. Adanya sistem pelaporan dan pengawasan yang jelas juga dapat diberlakukan untuk mencegah kekurangan dan hal-hal yang tidak diinginkan lainnya.

5.3.2. Kegiatan Edukasional

Kegiatan edukasional merupakan salah satu kegiatan sosialisasi. Edukasi kepada pelanggan dapat dilakukan melalui penyebaran informasi, sosialisasi, dan dialog interaktif. Pada kegiatan edukasional, Penyelenggara SPAM dapat aktif mengedukasi melalui kegiatan pembelajaran atau demonstrasi pengetahuan, keterampilan dan teknologi, khususnya kepada tamu yang berkunjung ke perusahaan.

Kegiatan edukasional biasanya ditargetkan kepada peserta karyawisata sekolah, studi banding, kunjungan lapangan, dan lain sebagainya. Sebagai opsi lain, Penyelenggara SPAM dapat menyelenggarakan kegiatan edukasional di area fasilitas SPAM-nya dengan terorganisir dan terjadwal untuk umum agar masyarakat dapat melihat kegiatan operasional fasilitas SPAM. Selain dari kunjungan ke Penyelenggara SPAM, tipe kegiatan lainnya dapat berupa pelatihan, pengajaran, dan penelitian.

Agar kegiatan edukasi menjadi tepat sasaran, perusahaan dapat menganalisis data pelanggan berdasarkan klasifikasi dan menyiapkan materi berdasarkan target klasifikasi pelanggan yang ditetapkan. Berikut adalah beberapa contoh topik kegiatan edukasional yang dapat direplikasi.

5.3.2.1. Kampanye Hemat Air

Kampanye adalah usaha yang bertujuan mendapatkan dukungan. Usaha kampanye dapat dilakukan secara perorangan atau sekelompok guna mencapai suatu proses perubahan perilaku atau sikap di dalam suatu kelompok. Adapun dalam bisnis Penyelenggaraan SPAM, dasar-dasarnya adalah: pengembangan sumber daya air, pengolahan air, pengendalian distribusi air, manajemen kualitas air, dan sambungan pelayanan air.

Pengembangan sumber daya air untuk menyelesaikan permasalahan kekurangan air akibat pertumbuhan populasi merupakan hal yang sangat sulit. Walaupun secara geografis hal tersebut tidak sulit, akan tetapi waktu dan biaya yang diperlukan untuk upaya pengembangan sumber daya air akan sangat besar. Proyeksi penduduk untuk beberapa dekade dalam perencanaan sumber daya air, kuantitas distribusi air, kuantitas air yang dapat diolah dan jumlah *intake* harus dapat diestimasi oleh perusahaan.

Tempat sumber air yang optimal untuk sumber pelayanan air harus dipilih sebagai sumber air baku. Namun demikian, meski dengan estimasi, Asia dan Afrika seringkali mengalami peningkatan jumlah penduduk yang tidak terduga. Hal ini tentu berpengaruh pada tingkat kebutuhan yang semakin tinggi sementara sumber air yang ada semakin sedikit. Oleh karena itu, sebagai penanggulangan, diperlukan langkah-langkah pengurangan tingkat kehilangan air serta penghematan/konservasi air.

Usaha-usaha penghematan air terdiri dari berbagai faktor antara lain: (i) penyebaran peralatan penghematan air, (ii) peningkatan kesadaran penghematan air oleh pelanggan, dan (iii) usaha penghematan air oleh Penyelenggara SPAM itu sendiri. Pembaharuan fasilitas penyediaan air bersih, pengenalan konstruksi tahan gempa, peningkatan biaya tenaga kerja dan biaya variabel, serta revisi tarif air merupakan beberapa hal yang dilakukan di Jepang secara konsisten guna mengkonservasikan air.

Di Jepang, seiring dengan kenaikan biaya listrik dan gas, kesadaran masyarakat untuk melakukan penghematan semakin meluas secara masif. Pada tahun 1995 di Yokohama, terjadi kekeringan akibat perubahan iklim yang turut membatasi pengambilan sumber air sehingga penggunaan air secara rasional juga telah dilaksanakan oleh Penyelenggara SPAM disana.

“Hemat Air” telah menjadi kata kunci sehingga teknologi hemat air juga semakin banyak dikembangkan, misalnya toilet, mesin pencuci piring, mesin cuci, dan *bathtub*; kesemuanya hemat air sehingga konsumsi air bersih berkurang dengan sangat signifikan.

Pada tahun 1992, jumlah rata-rata air yang dipasok kepada populasi pelanggan sejumlah 3,27 juta orang adalah 1,33 juta m³/hari dan efek dari penghematan air baru dirasakan pada tahun 2015. Jumlah rata-rata air yang dikonsumsi untuk 3,27 juta orang berkurang menjadi 1,13 juta m³/hari. Hal ini terlihat bahwa meski jumlah populasi meningkat sebesar 13,9%, jumlah konsumsi air berkurang 14,9%.

Sudah cukup lama sejak Jepang tidak terancam kekeringan dan sudah tidak memiliki urgensi untuk menghemat air. Langkah penghematan yang mulanya harus didampingi satu per satu oleh petugas SPAM untuk memastikan pelanggan mematikan keran air di samping meter air guna mengurangi penggunaan dan tekanan, kini menjadi bagian dari gaya hidup. Kesadaran untuk menghemat air di kalangan pelanggan tetap penting meski jumlah populasi akan senantiasa meningkat dan jumlah air yang disalurkan dapat terus berkurang.

5.3.2.2. Kunjungan ke Fasilitas SPAM / Instalasi Pengolahan Air (IPA)

Di Jepang, kunjungan ke pabrik-pabrik dan fasilitas manufaktur dan produksi sangat populer bagi kalangan orang dewasa. Salah satu alasannya, orang dewasa cenderung lebih kritis dan lebih paham mengapresiasi proses dan fasilitas seperti SPAM dibandingkan anak-anak. Terkadang terdapat rasa ingin tahu terhadap proses produksi air minum yang selama ini mereka konsumsi. Di Indonesia, hal ini dapat direplikasi oleh Penyelenggara SPAM untuk memperkenalkan, mempromosikan, sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai SPAM dan IPA.

5.3.2.3. Kelas Edukasi untuk Anak dan Orangtua

Penyelenggaraan kegiatan seperti “Kelas Air untuk Anak dan Orangtua” dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk memberikan sosialisasi dan edukasi terkait SPAM. Kegiatan ini juga dapat menjadi kesempatan yang baik untuk mendidik generasi selanjutnya agar memahami peranan SPAM dan pentingnya sumber daya air dalam hidup kita. Dengan mengikutsertakan orangtua, anak-anak dapat membahas pemaparan Kelas Edukasi dengan orangtua mereka masing-masing.


Kegiatan seperti ini juga lebih efektif dibandingkan menyelenggarakan kegiatan terpisah antara orang dewasa dan anak-anak. Di Jepang, kegiatan hubungan masyarakat dan penerangan informasi menjadi salah satu media edukasi kepada masyarakat mengenai usaha SPAM dan telah diimplementasikan secara luas.

5.3.3. Publikasi

Sebagai kegiatan, publikasi adalah kegiatan penyusunan dan pengembangan konten.

Sebagai produk, publikasi adalah konten informasi dalam bentuk media yang diperuntukkan bagi masyarakat luas. Konten dapat berupa teks, audio visual, dan dipublikasikan dalam bentuk-bentuk berikut:

1. Media cetak seperti: surat kabar, majalah, katalog, brosur atau media elektronik seperti media sosial, iklan, CD, dan lain sebagainya. Media cetak perlu direncanakan dengan baik agar konten yang dipublikasikan bermakna bagi target publikasi. Publikasi umumnya rutin dilakukan dan oleh karenanya memerlukan persiapan yang matang.
2. Media *merchandise* seperti *t-shirt*, kalender, dan lain sebagainya. Media *merchandise* dapat dibuat saat ada kegiatan/*event* tertentu. *Merchandise* dapat merangkap media promosi (iklan) dan informasi.
3. Media sosial. Media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, situs resmi, dan lain sebagainya sudah lazim digunakan oleh Perusahaan. Media ini dapat mempublikasikan konten secara cepat dan spontan sehingga dapat dilakukan kapan saja tanpa perencanaan mendetil. Konten media sosial juga mudah disesuaikan dengan isu-isu yang sedang hangat.



aetra
BACAN
bayar air harga cantik

murah Biaya Pemakaian air bersihnya, sehat airnya, dan hijau lingkungannya

BACAN 1
Paket Sumbangan Baru dengan Tagihan Bulanan Tetap selama 18 bulan, sebesar:
1. Rp 99.000,-/bulan (Gol. III)
2. Rp 135.000,-/bulan (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 18 bulan.

BACAN 2
Paket Sumbangan Baru dengan Harga Normal sebesar:
1. Rp 964.500,- (Gol. III)
2. Rp 1.172.500,- (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 4 bulan.

BACAN 3
Paket Sumbangan Baru dengan Tagihan Bulanan Tetap selama 12 bulan, sebesar:
1. Rp 102.000,-/bulan (Gol. III)
2. Rp 138.000,-/bulan (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 12 bulan.

Program ini dilaksanakan Sebagai bentuk Komitmen Aetra dalam Meningkatkan Program Pengalihan Air Tanah Ke Air Perpipaan

SYARAT DAN KETENTUAN

1. Pendaftaran dilakukan di Kantor Area Bisnis di area tempat tinggal calon Pelanggan
2. Program Sumbangan Baru BACAN hanya berlaku untuk pelanggan Rumah Tangga
3. Terdapat 3 Paket BACAN, yaitu :

BACAN 1
Paket Sumbangan Baru dengan Tagihan Bulanan Tetap selama 18 bulan, sebesar:
1. Rp 99.000,-/bulan (Gol. III)
2. Rp 135.000,-/bulan (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 18 bulan.

BACAN 2
Paket Sumbangan Baru dengan Harga Normal sebesar:
1. Rp 964.500,- (Gol. III)
2. Rp 1.172.500,- (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 4 bulan.

BACAN 3
Paket Sumbangan Baru dengan Tagihan Bulanan Tetap selama 12 bulan, sebesar:
1. Rp 102.000,-/bulan (Gol. III)
2. Rp 138.000,-/bulan (Gol. IV)
Termasuk Pemakaian Air Bersih 10.000 liter/bulan, selama 12 bulan.

- Yang dimaksud dengan golongan III adalah apabila luas bangunan/properti <=120m sesuai sertifikat/PBB
- Yang dimaksud dengan golongan IV adalah apabila luas bangunan/properti >120m sesuai sertifikat/PBB

5. Untuk penggunaan air yang kurang dari (< 10.000 liter) Pelanggan hanya dikenakan harga paket/bulan
6. Kelebihan penggunaan air (> 10.000 liter) akan dikenakan tarif progresif
7. Pembayaran tahap I dilakukan di kantor Area Bisnis Aetra
8. Pembayaran selanjutnya dapat di bayar di Kasir Area Bisnis Aetra dan di eksternal payment point Aetra

Daftar Eksternal Payment Point :


- INDOMARET - ALFAMART - JNE - POSINDO - PEGADAIAN
- Bank CIMB Niaga/ Mega/ Maybank/ BTPN/ BTN/ BNI/ BJB/ BCA/ BPRKS - Gerai Akses/ Citibank/ BRI Syariah/ Permata/ BUKOPIN/ DKI/ OCBC NISP/ Pundi/ Mandiri/ Panin/ BRI/ Muamalat/ Mayora/ Danamon/ Sinarmas/ Standard Chartered/ HSBC/ ANZ/ Bumiputera
- PPOB yang bekerjasama dengan BANK-BANK di atas

9. Batas waktu pembayaran rekening air adalah tanggal 20 setiap bulannya
10. Bila terjadi keterlambatan pembayaran rekening, maka **Program Sumbangan Bacan** akan berakhir. Sumbangan air pelanggan akan diputus sementara sampai tunggakan dilunasi. Pelanggan tetap harus melunasi sisa biaya sumbangan baru.

www.aetra.co.id PT.Aetra Air Jakarta - Official Account
Contact Center 24 Jam 021 8690 9999 @aetraJKT


www.aetra.co.id PT.Aetra Air Jakarta - Official Account
Contact Center 24 Jam 021 8690 9999 @aetraJKT

Gambar-36. Promo Bayar Air Harga Cantik PT. Aetra Air Jakarta



PDAM TIRTA MULTATULI KABUPATEN LEBAK

Jln. RT. Hardiwinangun No. 02
Tlp. (0252) 201860
Fax. (0252) 201860
Email : pdam.kab.lebak@gmail.com



**PENYESUAIAN TARIF AIR
TAHUN 2015**

TARIF AIR TAHUN 2015

Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) No. 33 Tahun 2001 Tentang : Pembentukan dan Kepengurusan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Lebak, khususnya amanat pasal 77 yang mengatur tentang tarif air minum. Jukcto Peraturan Bupati Lebak Nomor : 18 Tahun 2015 tentang : Penyesuaian Tarif Air pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Multatuli sebagai berikut :

Kelompok Pelanggan	Jenis Pelanggan	Tarif Blok Konsumsi (m ³)		
		0 - 10	11 - 20	> 20
Kelompok Sosial	Sosial	1.870	2.665	2.420
	Rumah Tangga A	2.450	3.120	4.060
Kelompok Non Niaga (Rumah Tangga)	Rumah Tangga B	4.000	5.465	7.020
	Rumah Tangga C	4.370	6.115	8.060
	Istansi Pemerintah	6.550	7.995	9.985
Kelompok Niaga	Niaga A	8.320	11.220	15.685
	Niaga B	10.100	12.520	15.840
Kelompok Industri	Industri A	11.285	14.065	16.275
	Industri B	14.150	15.600	17.420
Kelompok dengan tarif perseti'uan		Tarif berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak		

BEBAN TETAP

Semua Kelompok pelanggan dikenakan beban tetap sebagai berikut :

a. Biaya Pemeliharaan	:	5.000
b. Biaya Administrasi	:	3.000

SANKSI ADMINISTRASI (DENDA KETERLAMBATAN)
Seluruh pelanggan PDAM Tirta Multatuli Kabupaten Lebak dikenakan sanksi administrasi (denda keterlambatan) sebesar Rp. 5.000 setiap bulannya (Flat)

BIAYA PEMASANGAN SR BARU

Ukuran Water Meter	Panjang Pipa	Tarif Pemasangan
½ Inchi	4 Meter	770.000
¾ Inchi	4 Meter	1.100.000
1 Inchi	4 Meter	1.750.000
2 Inchi	4 Meter	3.500.000

BIAYA BALIK NAMA

Seluruh pelanggan yang melakukan balik nama atas rekening, dikenakan biaya sebesar Rp. 30.000 (Tiga Puluh Ribu Rupiah)

CONTOH PERHITUNGAN TARIF AIR

Contoh Pemakaian Rumah Tangga A

Rumah Tangga A :

Stand (Angka) Meter Bulan Lalu	:	93 m ³
Stand (Angka) Meter Bulan Ini	:	117 m ³
Total Pemakaian Air	:	24 m³

Pemakaian 0-10 x Rp. 2.450
Pemakaian 11-20 x Rp. 3.120
Pemakaian >20 x Rp. 4.060

Perhitungan Pembayaran :

0-10	:	10 x Rp. 2.450 =	24.500
11-20	:	10 x Rp. 3.120 =	31.200
>20	:	4 x Rp. 4.060 =	16.240
Beban Tetap	=		8.000
Total Pembayaran Rekening Air	=		79.940

HAL PENTING LAINNYA YANG PERLU DIKETAHUI

1. Pelanggan wajib membayar tarif berdasarkan pemakaian dan perhitungan, selambat-lambatnya tanggal 15 setiap bulannya
2. Pelanggan yang tidak melunasi pembayaran tagihan pemutusan pada tanggal yang telah di tentukan, maka akan dikenakan sanksi administrasi (denda) sebesar Rp. 5.000
3. Apabila pelanggan tidak melunasi tagihan pembayaran air sejak tanggal jatuh tempo sampai dengan jangka waktu 3 bulan, maka terhitung mulai tanggal 1 bulan berikutnya dikenakan sanksi administrasi berupa penyegelan meteran air.
4. Apabila dalam jangka waktu 14 hari sejak tanggal penyegelan meteran pelanggan tidak melunasi tagihan pembayaran rekening air ditambah dengan denda keterlambatan, maka akan dilakukan sanksi pemutusan langganan.

Rangkasbitung, 01 Oktober 2015
Direktur Utama PDAM Tirta Multatuli
Kabupaten Lebak

ttd

Ir. Oya Masri, ME

LOKET PEMBAYARAN

Pembayaran Rekening Air PDAM Tirta Multatuli Kabupaten Lebak dapat dilakukan di :

- Kantor Cabang Rangkasbitung, Jln. OTISTA No. 97 Rangkasbitung
- Kantor Cabang Malingging, Jln. Raya Malingging-Sekelri No. 32 Ds. Sukajati Malingging
- Kantor Cabang Sajira, Jln. Raya Cipanas, Komplek Parunguri Indah
- Kantor Cabang Cipanas, Jln. Raya Bogor Km 36 Ds. Sipuyung Cipanas
- Kantor Cabang Bayah, Jln. Raya Cikotak Km 1 Ds. Bayah Barat
- Kantor Cabang Leuwidamar, Jln. Raya Leuwidamar, Ds. Wantiari Leuwidamar
- Loket Pembayaran Bank BJB Cabang Rangkasbitung, Jln. Patih Derus, Rangkasbitung
- Koperasi KUD Karya Utama, Jln. Prof. Ir. Sutarni No. 85 Rangkasbitung
- Tiga Obor Lestari, Jln. Stasiun Blok D-8 Rangkasbitung
- Toko Hendra, Jln. Ir. H. Juanda No. 166 Muaracujung Timur Rangkasbitung
- Cv. Nicha, Perum. BTN Bukit Keduapung Utama Blok I. No. 5 Rangkasbitung
- Bank BJB Syariah (pembayaran bisa dilakukan di seluruh Outlet Alfamart)
- Cv. Sahabat, Bayah

Gambar-37. Brosur PDAM Kab. Lebak tentang Penyesuaian Tarif Air Tahun 2015

D. CARA MEMBACA METER



APAPUN JENIS METER AIR
angka berwarna merah tidak dibaca

00750827

← kubik → liter →

Angka menunjukkan standar akhir postal 750

Besarnya rekening tergantung pada pemakaian air kita & sesuai dengan kelompok tarif yang berlaku.

Contoh : Kode R3
Rumah Tangga 3

Stand meter bulan lalu = 730
Stand meter bulan ini = 750
Pemakaian air adalah = 20 m³

Biaya air bersih adalah
10 m³ x Rp 4.000 = Rp 40.000
10 m³ x Rp 6.000 = Rp 60.000
20 m³ = Rp 100.000

Biaya administrasi = Rp 8.000,-
Total biaya rekening air bulanan yang harus di bayar pelanggan = Rp 108.000

Jika masih ada cicilan biaya pemasangan SL, maka total biaya rekening air bulanan menjadi :
Rekening pemakaian air + Cicilan pemasangan SL

Contoh :
Biaya rekening pemakaian air = Rp 108.000
Besar cicilan pemasangan SL = Rp 110.000 ±
Total biaya rekening = Rp 218.000

Total biaya rekening air bulanan yang harus dibayar pelanggan = Rp 218.000

HIMBAUAN

INGAT !

1. Perksalah fasilitas air bersih yang terpasang di rumah, sebab kebocoran akan mempengaruhi besarnya rekening air setiap bulan.
2. Tempatkan meter air di lokasi yang aman dan mudah dibaca.
3. Sampaikanlah laporan jika terjadi kebocoran instalasi jaringan.
4. Penuhi kewajiban-kewajiban sebagai pelanggan.
5. Mintalah bukti-bukti administrasi.
6. Untuk menghindari tagihan air yang melonjak, blarakan petugas kami membaca langsung meter air anda.



**PDAM TIRTA PATRIOT
KOTA BEKASI**

PROSEDUR PEMASANGAN SAMBUNGAN BARU DAN INFORMASI TARIF

Jl. Perjuangan No. 99 Kel. Margamulya
Kec. Bekasi Utara - Bekasi 17142
Telp. 88966161
www.sambutanbaruinfo.net



Menyediakan Air Bersih Lebih Sehat, Lebih Terjangkau

A. TATA CARA PERMOHONAN PASANG SL

A.1. Kelengkapan Persyaratan Pendaftaran

1. Foto kopi KTP/SIM sebanyak 1 lembar
2. Foto kopi Kartu Keluarga (KK) sebanyak 1 lembar
3. Foto kopi PBB sebanyak 1 lembar
4. Surat Kuasa dari pemilik rumah/Instansi tertang (jika diperlukan)
5. Mengisi formulir pendaftaran yang disediakan oleh petugas dan membayar biaya pendaftaran dan survey sebesar Rp 45.000,-

A.2. Biaya Persetujuan Pemasangan Instalasi (BPPI)

1. Setelah calon pelanggan disurvei oleh petugas PDAM mengenai denah lokasi dan kondisi rumah kemudian pelanggan dapat membayar biaya pemasangan secara tunai atau dicicil.
2. Biaya pemasangan untuk jenis standar (panjang pipa maksimal 4(empat) meter) sebesar :
 - a. Secara tunai membayar: Rp 1.155.000,-
 - b. Secara cicil membayar: Rp 155.000
 Besarnya angsuran Rp 100.000,- ditambah biaya administrasi sebesar Rp 10.000,- dibayar bersama dengan pembayaran rekening air.
3. Biaya Pemasangan untuk jenis Non Standar dikenakan biaya sebagai berikut :
 - a. Biaya pasang baru secara tunai/cicil, ditambah biaya kelebihan jarak sesuai Anggaran Biaya di bayar tunai (untuk non standar panjang pipa > 4m).
4. Menandatangani Surat Pernyataan dan BPPI dengan membubuhi materai Rp 6.000,-
5. Jangka waktu pemasangan selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari setelah pembayaran BP (biaya pasang), kecuali ada pertimbangan lain.
6. Biaya pemasangan sambungan non rumah tangga didasarkan atas kebutuhan riil lapangan.


B. INFORMASINYA TARIF AIR BERSIH

Sesuai dengan Keputusan Walikota Bekasi Nomor 690/Kep.444-EkkbangTP/IX/2013 tentang Tarif Air Bersih dan Golongan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Patriot Kota Bekasi

No.	Golongan Pelanggan	Isi Tarif	Pemakaian	Demis	Biaya	Adaptasi
A	B	C	D	E	F	G
I. SOSIAL						
	Sosial Umum	51	1.800	2.200	Rp 10.000	sesuai dengan meter (0m ³)
	Sosial Khusus	52	2.800	3.200	Rp 10.000	
II. RUMAH TANGGA						
	Rumah Tangga 1	61	3.200	4.200	Rp 10.000	- Dia. 1"
	Rumah Tangga 2	62	4.500	5.500	Rp 10.000	- Dia. 1 1/2"
	Rumah Tangga 3	63	4.800	6.000	Rp 10.000	- Dia. 2"
	Rumah Tangga 4	64	4.500	5.500	Rp 10.000	- Dia. 2 1/2"
	Instansi Perumahan 1	71	3.900	5.700	Rp 10.000	- Dia. 2"
	Instansi Perumahan 2	72	3.800	5.900	Rp 10.000	- Dia. 2 1/2"
	Instansi Perumahan 3	73	1.700	5.900	Rp 10.000	- Dia. 2"
	Instansi Perumahan 4	74	3.800	6.000	Rp 10.000	- Dia. 2"
III. NIAGA						
	Niaga Kecil	81	4.300	7.200	Rp 33.000	- Dia. 4"
	Niaga Menengah	82	5.000	8.200	Rp 33.000	- Dia. 5"
	Niaga Besar	83	1.100	8.300	2,75 hari setelah	- Dia. 6"
	Industri Kecil	91	6.200	9.800	3x dari	- Dia. 8"
	Industri Menengah	92	7.200	13.800	setelah	- Dia. 10"
	Industri Besar	93	8.200	12.400	setelah	- Dia. 12"
IV. KHUSUS						
	Curah PDAM Tirta	01	TU/Nilai	TU/Nilai	Nilai	
	Curah Bghasmi	02	JK	JK		
	Waduk Tirta/Angharta	03	Nilai	Nilai		
	Instansi Lewat Sifat					

C. KETENTUAN YANG PERLU DIKETAHUI

1. Batas waktu pembayaran selambat-lambatnya tanggal 20 setiap bulan yang bersangkutan.
2. Setiap pelanggan dikenakan pemakaian minimal 10 m³ per bulan kecuali ada ketentuan khusus.
3. Lewat batas waktu pembayaran setiap tanggal 20 setiap bulannya dikenakan denda adalah sbb:
 - a. Denda keterlambatan dikenakan biaya di atas pada tabel tarif kolom denda F tabel.
 - b. Denda bulan ke-3 dikenakan sanksi pembatasan dan pemutusan aliran air bersih.
4. Pemutusan masalah meter air pelanggan dilakukan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu, selangun pengaktifan dapat dilayani setelah semua rekening tunggakan dan denda dilunasi beserta biaya pengaktifan sebagai berikut :
 - a. Sosial, Rumah Tangga, Non Niaga Rp 150.000,-
 - b. Niaga Rp 300.000,-
 - c. Industri Rp 500.000,-
 Dan apabila lebih dari 1 (satu) tahun akan dikenakan Biaya Pemasangan BPPI baru. Pengaktifan kembali dilaksanakan 3 hari setelah tunggakan dan biaya pengaktifan dilunasi.
5. Tidak diperkenankan memindahkan meter air tanpa izin PDAM Tirta Patriot Kota Bekasi, pelanggaran dikenakan denda Rp 200.000,-
6. Tidak diperkenankan menjual atau memperdagangkan air minum tanpa izin khusus dari PDAM Tirta Patriot.
7. Tidak diperkenankan memindah meter air sehingga arah berlawanan arah aliran, pelanggaran dikenakan denda Rp 150.000,-
8. Kerusakan dan kehilangan meter air menjadi tanggung jawab dan beban pelanggan :
 - a. Diameter 1/2" Rp 100.000,-
 - b. Diameter 3/4" Rp 210.000,-
 - c. Diameter 1" ke atas Rp 250.000,-
9. Pelanggan yang diketahui mencuri air sebelum meter / menggunakan alat lainna baik dianggota ataupun tidak dikenakan denda sanksi :
 - a. Membayar denda sebesar 5 (lima) kali rekening air terbesar selama menjadi pelanggan.
 - b. Pemutusan / pembatasan sambungan instalasi air minum pelanggan dengan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.
 - c. Apabila akan menyambung kembali maka diwajibkan membayar denda atas sanksi seperti butir C.4.
10. Bagi pelanggan yang memasang pompa listrik, pompa penyedot air langsung pada instalasi pipa perili dikenakan denda Rp 500.000,-
11. Bagi pelanggan yang memasang merusak segel meter air dikenakan sanksi sebagai berikut :
 - a. Sosial, Rumah Tangga, Niaga Kecil dan Non Niaga Rp 75.000,-
 - b. Niaga Rp 500.000,-
 - c. Industri Rp 750.000,-
12. Meter air rusak dihang 18 m³ dengan asumsi kebutuhan dasar air minum sebesar 120-150 liter/orang/hari, atau pemakaian rata-rata 3 (tiga) bulan terakhir saat meter berfungsi.
13. Kebocoran instalasi setelah meter air menjadi tanggung jawab pelanggan.
14. Water meter hilang/rusak disengaja dan tidak melaporkan ke PDAM Tirta Patriot Kota Bekasi, maka dikenakan pemotakan 30 m³ setiap bulannya khususnya jenis pelanggan rumah tangga.



"Menyediakan Air Bersih Lebih Sehat, Lebih Terjangkau"

Gambar-38. Brosur PDAM Kota Bekasi tentang Prosedur Sambungan Baru dan Informasi Tarif

Pada bisnis Penyelenggaraan SPAM, jumlah penyebaran informasi melalui reklame terbilang sedikit karena pelanggan dianggap tidak perlu mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Penyelenggara SPAM. Padahal, salah satu metode yang efektif untuk meningkatkan daya tarik terhadap calon pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan melakukan promosi dan informasi melalui media publikasi.

Media publikasi dapat memberikan informasi secara langsung, terlebih karena penyebaran informasi dewasa ini didominasi oleh internet yang dapat juga dimanfaatkan untuk penyebaran kuesioner mengenai informasi dan minat pelanggan (baca Subbab 5.2.), dan lain sebagainya.

Publikasi dapat menyebarkan banyak sekali informasi mulai dari cara-cara penghematan air, promo pembersihan meter air, metode perbaikan alat-alat penyedia air, cara pembacaan meter, sebagaimana tiga contoh pada Gambar-36, 37, dan 38.

Pada contoh-contoh ini, terlihat bahwa brosur menjadi media publikasi PDAM dalam menyampaikan informasi seperti tarif dan prosedur sambungan baru. Terlihat bahwa kedua brosur di atas masing-masing juga menginformasikan hal-hal lain, misalnya: ketentuan berlangganan, cara membaca meter, lokasi-lokasi loket pembayaran, contoh perhitungan tarif air, dan himbauan-himbauan lainnya.

Dalam waktu satu tahun, Penyelenggara SPAM dapat menerbitkan data kinerjanya dalam bentuk brosur. Walaupun informasi mengenai kinerja sudah diberikan melalui internet, tidak semua masyarakat terbesit untuk mengakses info kinerja meski mereka bisa saja ingin tahu. Seiring penyebaran informasi secara *online*, pelanggan akan dapat mengakses informasi dari beragam *gadget*.

Di Indonesia sendiri, kesadaran Penyelenggara SPAM dan Pemerintah Daerah dalam melakukan publikasi kepada masyarakat masih minim. Upaya dan anggarannya terkadang juga tidak seberapa. Di sisi lain, internet dapat menjadi alat penyebaran informasi yang efektif, cepat, dan mudah. Melalui internet, informasi mengenai layanan air minum yang disediakan unit-unit daerah dapat disebarkan secara luas. Hanya saja masyarakat juga perlu aktif mencari tahu.

Selain internet, terdapat metode konvensional lainnya, misalnya: kartu pos, surat atau buletin. Walau tidak praktis, metode-metode tersebut tidak kalah efektif, terutama bagi daerah yang pemanfaatan iptek-nya belum merata. Slip tagihan rekening air yang masih kosong juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi. Tidak hanya hemat biaya, slip tagihan dapat menjadi opsi yang efisien dan ramah lingkungan.

Dari berbagai macam media publikasi yang ada, masing-masing perusahaan dapat menentukan sendiri media apa yang cocok, misalnya disesuaikan dengan rentang usia target publikasi, sumber daya perusahaan, jumlah pelanggan, dan skala cakupan perusahaan.

Sebagaimana dibahas pada Bab 4 terkait “Suara Pelanggan”, “Suara Pelanggan” dapat menjadi publikasi rutin Penyelenggara SPAM untuk mempublikasikan keluhan yang sering masuk, simpulan mengenai status dan kondisi perusahaan, isu-isu air minum terkini, informasi acara/kompetisi, dll yang sekiranya bermanfaat untuk diinformasikan kepada masyarakat. Olahan angket (Bab 4) juga dapat dipublikasikan sebagai salah satu cara memperoleh komentar, kritik dan saran dari pelanggan dan masyarakat.

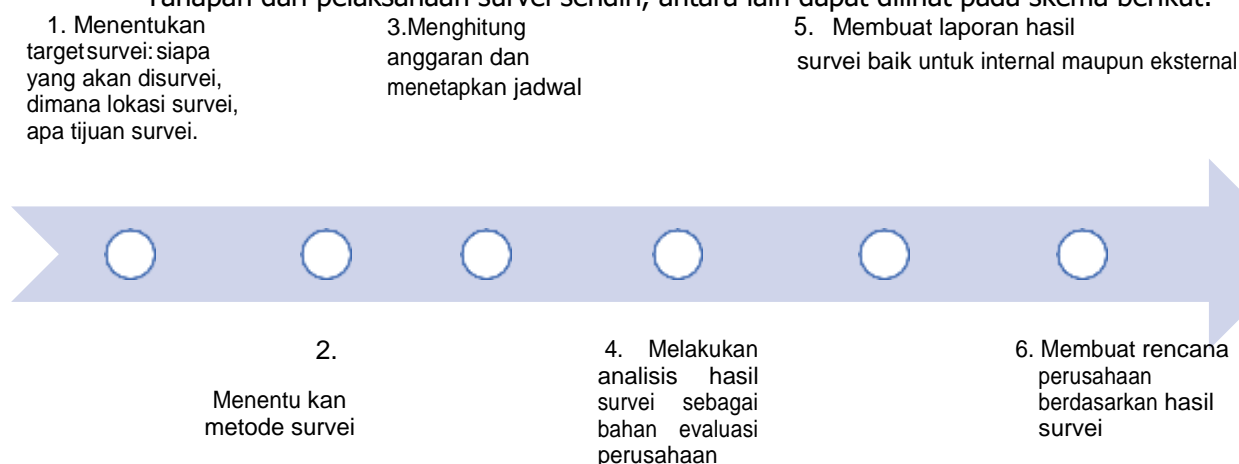
Perusahaan mungkin akan merasa risih mempublikasikan kelemahan-kelemahannya, akan tetapi dengan melakukan analisis dan publikasi yang baik, perusahaan menunjukkan adanya upaya dalam menangani keluhan, menampung opini, dan membangun relasi dengan pelanggan. Pada prinsipnya, kegiatan pemasaran yang didasari informasi situasi SPAM dan tren keluhan pelanggan akan menunjukkan komitmen dalam melakukan perbaikan.

5.4. Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan

Survei kepuasan pelanggan adalah kegiatan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas layanan air minum sebagai umpan balik bagi pengembangan perusahaan. Perusahaan harus mampu merangkul masyarakat untuk mengkaji kepuasan pelanggan dengan menyebarkan kuesioner. Hal ini penting karena tidak semua pelanggan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner atau melakukan wawancara.

Padaahal, tidak adanya keluhan bukan berarti pelanggan 100% puas. Hanya saja, terkadang pelanggan masih memaklumi kekurangan yang ada sehingga mereka tidak mengajukan keluhan. Karenanya, survei wajib dilakukan untuk menampung pendapat pelanggan. Tujuannya antara lain untuk mengetahui persepsi pelanggan secara objektif dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif.

Tahapan dari pelaksanaan survei sendiri, antara lain dapat dilihat pada skema berikut:



Skema-14. Tahapan dalam Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan

Adapun, survei ini harus dapat menjawab apakah dimensi-dimensi pelayanan yang berkualitas sudah dipenuhi Penyelenggara SPAM atau belum, antara lain:

- Bukti fisik (*tangibility*), seperti fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi alat operasional lainnya.
- Keterpercayaan (*reliability*), misalnya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan, bahwa perusahaan memiliki keterandalan layanan secara konsisten termasuk dalam menangani keluhan pelanggan secara tepat waktu dan cakup.
- Daya tanggap (*responsiveness*), yakni tercermin pada sikap pegawai dalam melayani pelanggan dan menangani pelanggan dengan cepat dan tepat.
- Jaminan (*assurance*), mencakup sikap petugas, proses hingga hasil penanganan pelanggan yang membuat pelanggan merasa terlindungi sebagai konsumen, yakni merasa bebas dari risiko dan keragu-raguan dan yakin bahwa perusahaan akan menangani masalah layanan.
- Empati (*empathy*), meliputi aspek kemudahan petugas dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Dimensi-dimensi tersebut sedapatnya dituangkan pada kuesioner. Kuesioner juga dapat dikaitkan dengan aspek kualitas, kuantitas, kontinuitas, dan keterjangkauan. Penyelenggara SPAM juga dapat mengambil referensi terkait survei kepuasan pelanggan:

- i. Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik;
- ii. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggara Pelayanan Publik; dan
- iii. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. Kep/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.

Permen PAN & RB No. 16/2014 mencantumkan bahwa ruang lingkup survei dapat mencakup persyaratan, prosedur dan kualitas pelayanan, waktu pelayanan, tarif dan biaya, spesifikasi, kompetensi petugas dan perilaku pelaksana, serta janji pelayanan dan pengaduan. Kunci penting dari melakukan survei kepuasan pelanggan adalah menanyakan pertanyaan yang tepat, termasuk bagaimana, kapan dan seberapa sering melakukan survei.

Jika dilakukan dengan tepat, manfaat dari survei kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- i. Mengetahui ekspektasi dan persepsi pelanggan;
- ii. Mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan;
- iii. Mengukur indeks kepuasan pelanggan secara agregat maupun disagregat;
- iv. Menjadikan hasil survei kepuasan pelanggan sebagai pedoman penyusunan rencana dan strategi perbaikan kinerja secara menyeluruh;
- v. Menunjukkan adanya komitmen terhadap kualitas serta adanya upaya komunikasi dengan pelanggan;
- vi. Memanfaatkan kelemahan perusahaan menjadi peluang pengembangan; dan
- vii. Membangun komunikasi internal agar setiap bagian mengetahui perannya masing-masing.

Ada beberapa cara melakukan survei, misalnya tatap muka (saat pembayaran langsung,

kunjungan pelanggan) dengan telepon atau *e-mail* dengan pemberitahuan sebelumnya, saat *follow-up* sehabis pelanggan mengajukan keluhan, atau mengundang pelanggan secara berkelompok. Waktu terbaik untuk melakukan survei kepuasan pelanggan adalah ketika ada pengalaman segar dalam pikiran pelanggan. Jika terlalu lama, respon pelanggan mungkin kurang akurat karena pelanggan sudah lupa dengan pengalaman spesifik dan mungkin asal-asalan karena ingin cepat selesai.

Berikut contoh pertanyaan dasar untuk dipakai dalam survei kepuasan pelanggan:

- Seberapa puaskah Anda dengan pembelian produk/jasa yang Anda lakukan?
 - Seberapa puaskah Anda dengan layanan yang kami berikan?
 - Seberapa puaskan Anda dengan perusahaan kami secara keseluruhan?
 - Seberapa besar kemungkinan Anda untuk membeli dari kami lagi?
 - Seberapa besar kemungkinan Anda untuk merekomendasikan produk/layanan kami kepada orang lain?
 - Seberapa besar kemungkinan Anda untuk merekomendasikan perusahaan kami kepada orang lain?
 - Apa yang Anda sukai/tidak sukai dari produk, layanan dan perusahaan kita?
- Sebagai referensi, berikut adalah contoh-contoh konten kuesioner.

Survey Kepuasan Masyarakat Kantor Penghubung Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan

- 1. Bagaimana menurut Saudara dengan kesesuaian persyaratan yang harus dipenuhi dalam pengurusan pelayanan dengan hasil/jenis pelayanan yang diberikan?**
 - a. Tidak sesuai.
 - b. Kurang sesuai.
 - c. Sesuai.
 - d. Sangat sesuai.

- 2. Bagaimana pendapat Saudara tentang prosedur pelayanan yang dilaksanakan di unit ini?**
 - a. Tidak mudah.
 - b. Kurang mudah.
 - c. Mudah.
 - d. Sangat mudah.

- 3. Bagaimana menurut Saudara tentang ketepatan waktu pelayanan pelayanan di unit ini?**
 - a. Selalu tidak tepat.
 - b. Kadang-kadang tepat.
 - c. Banyak tepatnya.
 - d. Selalu tepat.

- 4. Bagaimana pendapat Saudara tentang kewajaran biaya untuk mendapatkan pelayanan?**
 - a. Tidak wajar.
 - b. Kurang wajar.
 - c. Wajar.
 - d. Sangat wajar.

- 5. Bagaimana pendapat Saudara dengan hasil dari pelayanan yang telah diberikan?**
 - a. Tidak puas.
 - b. Kurang puas.
 - c. Puas.
 - d. Sangat puas.

- 6. Bagaimana pendapat Saudara tentang kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan?**
 - a. Tidak mampu.
 - b. Kurang mampu.
 - c. Mampu.
 - d. Sangat mampu

- 7. Bagaimana pendapat Saudara tentang kesopanan dan keramahan petugas dalam memberikan pelayanan?**
 - a. Tidak sopan dan ramah.
 - b. Kurang sopan dan ramah.
 - c. Sopan dan ramah.
 - d. Sangat sopan dan ramah.

- 8. Bagaimana pendapat Saudara tentang pelaksanaan Maklumat Pelayanan/Janji Layanan yang telah dijanjikan oleh penyelenggara pelayanan?**
 - a. Tidak tepat.
 - b. Kurang tepat.
 - c. Tepat.
 - d. Sangat Tepat.

- 9. Bagaimana pendapat Saudara tentang tindak lanjut pengaduan yang dilaksanakan oleh unit pelayanan ini?**
 - a. Tidak puas.
 - b. Kurang puas.
 - c. Puas.
 - d. Sangat puas.

Gambar-39. Sampel dari PDAM Kota Banjarmasin

Adapun di bawah ini terlampir penyusunan indeks kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik (termasuk SPAM) berdasarkan Peraturan No. Kep/25/M.PAN/2/2004 yang dapat dijadikan acuan untuk memudahkan penyusunan survei/kuesioner.

<p>INSTANSI PENYELENGARA PELAYANAN PEMERINTAH DEP/LPND/PROV/KAB/KOTA/BUMN/BUMD*) :</p> <p>SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PUBLIK</p> <p>Bapak/Ibu/Saudara Yang Terhormat</p> <p>Pemerintah dan dunia usaha sangat membutuhkan informasi unit pelayanan instansi pemerintah secara rutin. Untuk itu Pemerintah berupaya menyajikan INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT secara rutin, yang diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan di instansi pemerintah kepada masyarakat. Indeks tersebut diperoleh berdasarkan pendapat masyarakat, yang dikumpulkan melalui SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP UNIT PELAYANAN PUBLIK.</p> <p>Survei ini MENANYAKAN PENDAPAT masyarakat, mengenai pengalaman dalam memperoleh pelayanan instansi pemerintah atas penyelenggaraan pelayanan.</p> <p>PERTANYAAN SENGAJA DIRANCANG SESEDERHANA MUNGKIN, untuk tidak mengambil waktu Bapak/Ibu /Saudara yang sangat berharga. Pendapat Bapak/Ibu/Saudara akan sangat membantu keberhasilan survey ini sebagai dasar penyusunan indeks kepuasan masyarakat dalam upaya peningkatan mutu pelayanan instansi pemerintah kepada masyarakat.</p> <p>Jawaban hanya dipergunakan untuk kepentingan survey.</p> <p>Atas perhatian dan partisipasinya, disampaikan terima kasih.</p> <p style="text-align: right;">....., 2018</p>
<p>INSTANSI PENYELENGARA PELAYANAN PEMERINTAH DEP/LPND/PROV/KAB/KOTA/BUMN/BUMD*) :</p> <p>SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PUBLIK</p> <p>BIDANG :</p> <p>UNIT PELAYANAN :</p> <p>ALAMAT :</p> <p>TELEPON/FAX :</p> <p style="text-align: center;">(....., 2018)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>PERHATIAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan survey ini adalah untuk memperoleh gambaran secara obyektif mengenai kepuasan masyarakat terhadap pelayanan public. 2. Nilai yang diberikan oleh masyarakat diharapkan sebagai nilai yang dapat dipertanggungjawabkan. 3. Hasil survey ini akan digunakan untuk bahan penyusunan indeks kepuasan masyarakat terhadap pelayanan public yang sangat bermanfaat bagi pemerintah maupun masyarakat. 4. Keterangan nilai yang diberikan bersifat terbuka dan tidak dirahasiakan. 5. Survei ini tidak ada hubungannya dengan pajak ataupun politik. </div>

Gambar-40. Panduan SKP Berdasarkan Peraturan

Selain yang disebutkan sebelumnya, survei kepuasan pelanggan juga bermanfaat untuk mendorong partisipasi masyarakat sebagai pengguna layanan dalam menilai kinerja penyelenggara pelayanan (termasuk Penyelenggara SPAM), mendorong peningkatan kualitas, dan mendorong pelayanan pelanggan yang lebih inovatif.

Adapun sebelum melakukan survei, Penyelenggara SPAM harus dapat menyampaikan maksud dan tujuan survei kepada pelanggan dengan baik dan jelas agar pelanggan bersedia mengisi kuesioner. Jangan sampai pelanggan malas-malasan atau

malah merasa terintimidasi sehingga hasil survei tidak akurat. Penyelenggara SPAM juga harus memastikan bahwa jumlah responden survei cukup untuk merepresentasikan populasi pelanggan.

5.5. Mengelola Data Hasil Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan harus bertindak berdasarkan informasi yang didapat dari pelanggan mulai dari *database*, *feedback*, hingga hasil survei-survei yang dilakukan. Dalam hal survei, bagian paling penting adalah mengelola hasil survei. Hasil survei yang sudah terkumpul, dikompilasi lalu diolah. Hal ini sedikit sulit karena perusahaan harus mampu mengkompilasi jawaban pelanggan yang berbeda, serta menemukan tren data dan perbedaan yang ada.

Pengelolaan data dilakukan agar Penyelenggara SPAM dapat menakar dan menyimpulkan pendapat pelanggan dan situasi pelayanan SPAM. Perusahaan harus memperbaiki apa yang menjadi keluhan pelanggan, memperhatikan saran mereka, meningkatkan upaya perusahaan, dan meningkatkan distribusi layanan di wilayah-wilayah yang berarti bagi pelanggan.

Perusahaan tidak perlu mengubah hal-hal yang sudah disukai pelanggan, kecuali menjaga kualitas dari aspek tersebut. Yang terakhir, perusahaan harus memberikan *feedback* kembali ke pelanggan bahwa jawaban pelanggan memang berharga dan menunjukkan bahwa survei tersebut memang ditindaklanjuti oleh perusahaan. Tahapan dari pengelolaan data hasil survei mencakup:

A. DATA RESPONDEN (WAWASAN):
(Simpul baik hasil wawancara dengan masyarakat/ responden)

Dinas Responden		Unit Mata Pelajaran
Cadre	Tugas	
Jenis Kelamin	1. Laki-laki	2. Perempuan
Persepsi Waktu	1. Tidak sesuai	2. Sesuai
Persepsi Biaya	1. Tidak sesuai	2. Sesuai
Persepsi Lain	1. Tidak sesuai	2. Sesuai

B. DATA PENGUNJUNG BERMUTU

nama _____
alamat (JAK) _____

PENGOLAHAN INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT PER RESPONDEN DAN PER UNSUR PELAYANAN

UNIT PELAYANAN: _____
ALAMAT: _____
Tipe/Wil: _____

NOMOR UNIT RESPONDEN	NILAI PER UNSUR PELAYANAN													
	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														
17														
18														
19														
20														
21														
22														
23														
24														
25														
26														
27														
28														
29														
30														
31														
32														
33														
34														
35														
36														
37														
38														
39														
40														
41														
42														
43														
44														
45														
46														
47														
48														
49														
50														
51														
52														
53														
54														
55														
56														
57														
58														
59														
60														
61														
62														
63														
64														
65														
66														
67														
68														
69														
70														

RRR Per Unsir = Jumlah nilai per unsur dibagi jumlah kuesioner yang terisi
 NRR Tertimbang = RRR per unsur x 0,071
 IKM Unit Pelayanan = Jumlah NRR IKM Tertimbang x 25

RRR: Rata-rata Rata-rata
 NRR: Nilai Rata-rata
 IKM: Indeks Kepuasan Masyarakat
 *) Jumlah NRR IKM Tertimbang
 **) Jumlah RRR Tertimbang x 25

RRR Per Unsir = Jumlah nilai per unsur dibagi jumlah kuesioner yang terisi
 NRR Tertimbang = RRR per unsur x 0,071
 IKM Unit Pelayanan = Jumlah NRR IKM Tertimbang x 25

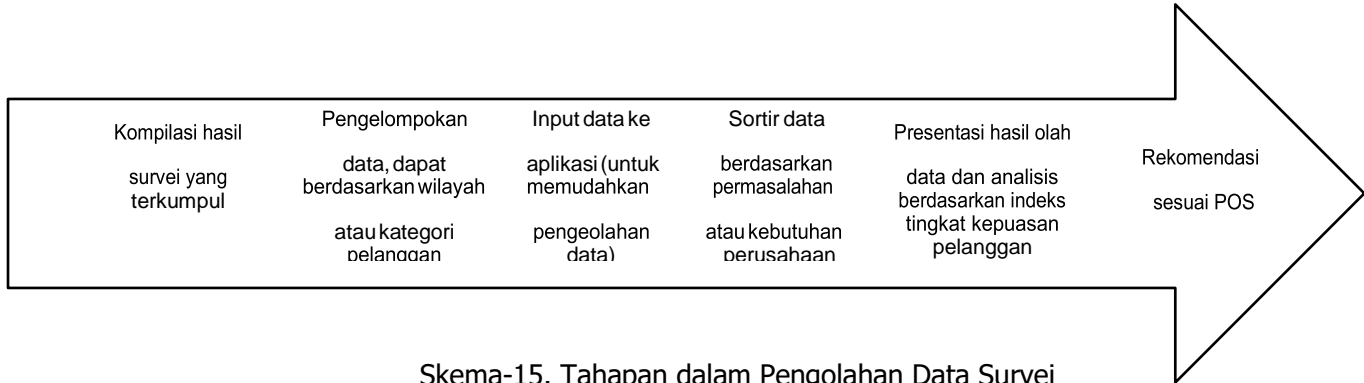
Keterangan:
 - U1 s.d. U14 = Unsur Pelayanan
 - RRR = Nilai Rata-rata
 - IKM = Indeks Kepuasan Masyarakat
 - *) = Jumlah NRR IKM Tertimbang
 - **) = RRR unit pelayanan x 25

250
Peninggung Jawab

Gambar-41. Format SKP berdasarkan Peraturan No. Kep/25/M.PAN/2/2004

Keterangan :	No	Unsur Pelayanan	Nilai Rata-rata
U1 - U14 : Unsur-unsur pelayanan	U1	Prosedur Pelayanan	71,07
NRR : Nilai Rata-rata	U2	Persyaratan Pelayanan	
IKM : Indeks Kepuasan Masyarakat	U3	Kejelasan Petugas	
*) : Jumlah NRR IKM Tertimbang	U4	Kedisiplinan Petugas	
**): Jumlah RRR Tertimbang x 25	U5	Tanggungjawab petugas	
NRR Per Unsir : Jumlah nilai per unsur dibagi jumlah kuesioner yang terisi	U6	Kemampuan Petugas	
NRR Tertimbang : NRR per unsur x 0.071	U7	Kecepatan Pelayanan	
Per Unsir	U8	Keadilan mendapatkan pelayanan	
IKM UNIT PELAYANAN : 71,07	U9	Kesopanan dan keramahan petugas	
Mutu Pelayanan	U10	Kewajaran Biaya Pelayanan	
A (Sangat Baik) : 81,26 - 100,00	U11	Kepastian Biaya Pelayanan	
B (Baik) : 62,51 - 81,25	U12	Kepastian Jadwal Pelayanan	
C (Kurang Baik) : 43,76 - 62,50	U13	Kenyamanan Lingkungan	
D (Tidak Baik) : 25,00 - 43,75	U14	Keamanan Pelayanan	

Gambar-42. Pengolahan Indeks Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Banjarmasin



Hasil pengolahan data diharapkan agar Penyelenggara SPAM dapat i) mengidentifikasi area dan target perbaikan, ii) mengetahui dan menganalisis akar masalah, iii) merencanakan, melakukan, dan memantau hasil perbaikan secara berkesinambungan.

Adapun, tata cara pengolahan survei berdasarkan Regulasi No. Kep/25/M.PAN/2/2004 dari PDAM Kota Banjarmasin (lihat Gambar-42). Terlihat bahwa indeks kepuasan masyarakat dibagi menjadi 14 unsur pelayanan yang dinilai berdasarkan nilai per unsur dibagi dengan jumlah kuesioner terisi untuk memperoleh nilai rata-rata. Unsur pelayanan tersebut tentunya diperoleh dari pertanyaan survei yang dikembangkan.

5.6. Melakukan Evaluasi Hasil Pemasaran

Setelah kegiatan pemasaran dilaksanakan, kegiatan evaluasi kemudian dilakukan untuk memastikan efektivitas, efisiensi, dan kebermanfaatan kegiatan tersebut. Evaluasi dilakukan dengan meninjau hasil survei; yakni membandingkan hasil lapangan dengan kriteria standar, parameter, indikator, atau syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi untuk mengetahui aspek mana saja yang sudah memenuhi kriteria penilaian dan mana yang belum.

Untuk melakukan evaluasi, perusahaan dapat membagi data berdasarkan kegiatan yang dilakukan, antara lain: **i) promosi, ii) pengelolaan hubungan pelanggan, dan iii) survei kepuasan pelanggan.** Tiap-tiap kegiatan tersebut dapat dianalisis sesuai kebutuhan, berdasarkan:

- Kesesuaian kegiatan promosi dan pengelolaan hubungan pelanggan dengan target; dan
- Kesimpulan hasil survei kepuasan pelanggan.

Untuk melakukan evaluasi, perusahaan perlu menganalisis kesesuaian pencapaian kegiatan dengan target dan tujuan yang ditentukan sejak awal. Apakah perusahaan ingin meningkatkan jumlah pelanggan, apakah perusahaan ingin meningkatkan kesadaran pelanggan untuk menghemat air, atau apakah perusahaan ingin meningkatkan data tanggap petugas terhadap keluhan pelanggan.

Evaluasi dapat mencakup:

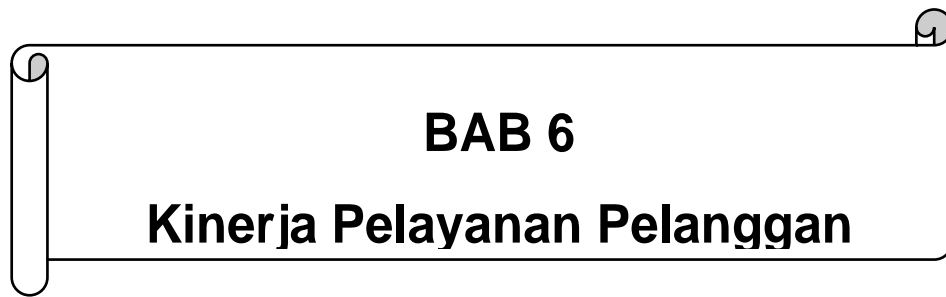
- tempat dan waktu kegiatan,
- jenis kegiatan,
- deskripsi kegiatan yang dilaksanakan,
- petugas yang bertanggung jawab,
- kesulitan dan hambatan yang dihadapi,
- hasil kegiatan dan *feedback* (jika ada), serta
- kesimpulan serta saran.

Hasil evaluasi ini kemudian diproses sesuai SOP agar dapat menjadi acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran di masa depan, serta memberikan wawasan mengenai situasi dan kondisi perusahaan Penyelenggara SPAM di mata masyarakat.

Berikut ini adalah pengayaan melalui latihan dan diskusi. Kajiilah situasi perusahaan Anda masing-masing. Buatlah perencanaan yang relevan dan diskusikanlah dengan rekan-rekan lainnya!

LATIHAN SOAL

1. Buatlah *plan* kegiatan promosi secara sederhana (Lihat contoh PT. Aethra pada Bab 7) yang dapat diimplementasikan di Perusahaan Anda, contoh: rencana promosi produk atau promo sambungan baru.
2. Lihatlah survei Kepuasan Pelanggan yang Anda miliki. Jika belum ada, susunlah konsep survei kepuasan pelanggan (Proposal Kegiatan Survei Kepuasan Pelanggan) berdasarkan konsep unsur-unsur pelayanan. Sesuaikanlah dengan kondisi perusahaan Anda!
3. Bandingkanlah SKP Anda dengan SKP rekan-rekan Anda. Apakah terdapat persamaan dan perbedaan? Diskusikanlah pengaruh perbedaan dan persamaan tersebut terhadap efektivitas dan efisiensi pelaksanaan SKP.

A decorative scroll graphic with a black outline and rounded corners. The scroll is unrolled in the middle, revealing the chapter title. The text is centered within the scroll.

BAB 6
Kinerja Pelayanan Pelanggan

Bab VI

Kinerja Pelayanan Pelanggan

Secara umum, aspek kinerja penyelenggaraan SPAM terbagi menjadi empat, yakni:

1. Aspek keuangan
2. Aspek operasional
3. Aspek pelayanan, dan
4. Aspek sumber daya manusia.

Kegiatan penilaian kinerja bertujuan mengetahui kualitas kinerja agar perusahaan dapat memperbaiki, meningkatkan, dan mengoptimalkan kualitas tiap aspek kinerja. Bab ini akan menggunakan pemahaman kinerja pelayanan pelanggan berdasarkan definisi dan kriteria Badan Peningkatan Penyelenggaraan Sistem Penyediaan Air Minum (BPPSPAM) sebagaimana tercantum pada Petunjuk Teknis Evaluasi Kinerja PDAM.

Penilaian kinerja aspek pelayanan dilakukan untuk mengukur beberapa perspektif pelayanan yang menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Penilaian kinerja harus dilakukan secara obyektif, transparan, akuntabel, dan didasarkan pada pedoman yang berlaku agar perusahaan dapat memperoleh gambaran yang tepat.

Gambaran ini sangat bermanfaat untuk menjadi dasar kegiatan perbaikan dan inovasi pelayanan melalui evaluasi internal perusahaan, penyusunan rekomendasi, dan pengembangan rencana. Secara internal, unit atau bagian pelayanan pelanggan harus mampu:

1. Menyusun resume evaluasi kinerja bagian pelayanan pelanggan dalam bentuk laporan evaluasi masing-masing unit yang dikompilasi sesuai kriteria dan SOP yang berlaku;
2. Mengevaluasi dan memberi rekomendasi perbaikan dan pengembangan bagian pelayanan pelanggan berdasarkan identifikasi dan analisis masalah;
3. Mengelola hasil penilaian kinerja bagian pelayanan pelanggan berikut kinerja kedepannya; dan
4. Menyampaikan hasil evaluasi kinerja bagian pelayanan pelanggan kepada perusahaan.

6.1. Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan

Mengelola kinerja bagian pelayanan pelanggan merupakan fungsi manajerial yang biasanya dilakukan oleh pejabat struktural setingkat supervisor atau kepala seksi. Dalam pelaksanaannya, dibutuhkan kecakapan dan kemampuan dalam memimpin, mengendalikan, memantau, menganalisa dan mengevaluasi kinerja bagian pelayanan pelanggan, menyusun rekomendasi dan perbaikan kinerja, serta melaporkan evaluasi kinerja. Tujuannya agar

Penyelenggara SPAM dapat memperoleh gambaran konkret hasil kegiatan pelayanan pelanggan untuk meningkatkan kinerja kedepannya

Tugas-tugas yang perlu dilakukan meliputi:

1. Merencanakan sumber daya sesuai dengan kebutuhan pelayanan pelanggan.
2. Mengidentifikasi target pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumsi/penjualan air.
3. Menyusun perencanaan operasional berdasarkan hasil identifikasi target konsumsi/penjualan air.
4. Melakukan koordinasi antar bagian dalam menyelenggarakan operasional pelayanan untuk menjamin keberlangsungan layanan.
5. Memantau dan mengawasi agar kegiatan pelayanan berjalan sesuai SOP.
6. Menindaklanjuti gangguan operasional bagian pelayanan pelanggan sesuai dengan SOP.
7. Melaporkan dan mengarsipkan kinerja bagian pelayanan pelanggan sesuai SOP agar target, proses, luaran, dan capaian dari kegiatan pelayanan pelanggan terpantau dengan baik.

Adapun tinjauan aspek keberhasilan pelayanan pelanggan mencakup beberapa perspektif, antara lain:

1. Keberhasilan perusahaan dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan baru;
2. Jumlah pelanggan loyal; dan
3. Tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan baru, profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar di segmen sasaran.

Perspektif tersebut tentunya tidak luput dari pentingnya perwujudan kuantitas, kualitas, kontinuitas, kepuasan pelanggan, kemampuan nyata pelayanan, dan pertumbuhan pelanggan. Indikator-indikator kinerja pelayanan pelanggan menurut BPPSPAM dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel-24. Lima Indikator Kinerja Pelayanan pada Penyelenggara SPAM

Kinerja Pelayanan Pelanggan			
Indikator	Deskripsi	Data	Bobot
1. Cakupan Pelayanan Teknis	Cakupan pelayanan teknis adalah indikator tentang seberapa besar persentase jumlah penduduk yang terlayani oleh Penyelenggara SPAM dibanding dengan jumlah penduduk di wilayah pelayanan tersebut.	Data pelayanan diperoleh dengan mengacu pada laporan audit kinerja oleh BPKP. Jika laporan audit kinerja belum tersedia maka data pelayanan dapat diperoleh dari laporan teknis atau laporan pelayanan perusahaan pada tahun berjalan/terakhir. Data-data pelayanan yang menjadi input dalam proses evaluasi kinerja meliputi: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah penduduk terlayani; • Jumlah penduduk di wilayah pelayanan teknis yang dapat diporelah dari laporan teknik, laporan bagian pelayanan, maupun dan data Kabupaten/kota dan Kecamatan dalam angka yang diambil dari BPS. 	5%

2. Pertumbuhan Pelanggan	Indikator ini digunakan untuk mengetahui persentase peningkatan jumlah pelanggan dalam satu periode yang menunjukkan kemampuan perusahaan melakukan pemasaran.	Data yang diperlukan mencakup: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pelanggan periode ini; • Jumlah pelanggan periode lalu. Sumber data: <ul style="list-style-type: none"> • Rekapitulasi jumlah pelanggan yang tercantum di dalam daftar pelanggan yang ada pada <i>database</i> pelayanan pelanggan yang diperoleh dengan merekapitulasi total pelanggan pada periode terakhir dan periode sebelumnya. 	5%
3. Tingkat Penyelesaian Pengaduan	Indikator ini merupakan ukuran untuk menilai respon atau tanggapan perusahaan terhadap aduan pelanggan dengan melihat jumlah pengaduan yang tertangani dalam satu periode evaluasi kinerja.	Data yang diperlukan: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pengaduan pelanggan yang tertangani • Jumlah pengaduan. Sumber data: <ul style="list-style-type: none"> • Daftar keluhan pelanggan yang tercatat di bagian pelayanan pelanggan. Cara memperoleh data: <ul style="list-style-type: none"> • Merekapitulasi jumlah pengaduan yang selesai ditangani selama periode evaluasi; berdasarkan banyaknya pengaduan pelanggan yang disampaikan baik melalui telpon, kotak pengaduan, sms, <i>online message</i>, surat dsb. 	2,5%
4. Kualitas Air Pelanggan	Kualitas air pelanggan merupakan indikator untuk mengetahui apakah kualitas air yang didistribusikan Penyelenggara SPAM kepada pelanggan telah memenuhi kualitas air sebagaimana ditetapkan Permenkes No. 492/MENKES/PER/V/2010 atau dengan parameter langsung misalnya mikrobiologis, kimia anorganik dan tidak langsung (fisik seperti warna, bau, rasa, kekeruhan, maupun kimiawi seperti klorida dan pH).	Data yang diperlukan: <ul style="list-style-type: none"> • Hasil pengujian kualitas air di sambungan pelanggan. Sumber data: <ul style="list-style-type: none"> • Laporan hasil uji laboratorium internal (laboratorium perusahaan atau instansi lain atas inisiatif perusahaan); • Laporan hasil uji laboratorium eksternal (laboratorium dinas kesehatan provinsi atau kabupaten/kota). 	7,5%
5. Konsumsi Air Domestik	Ukuran yang digunakan untuk menggambarkan tingkat pemakaian air oleh pelanggan kategori domestik (rumah tangga) yang masih aktif.	Data yang diperlukan: <ul style="list-style-type: none"> • Rata-rata jumlah air terjual pelanggan domestik per bulan; • Jumlah pelanggan domestik (rumah tangga) aktif. Sumber data: <ul style="list-style-type: none"> • Ikhtisar Rekening Air (IRA) atau laporan pemakaian rata-rata air pelanggan; Cara memperoleh data: <ul style="list-style-type: none"> • Rata-rata jumlah air terjual diambil dari data banyaknya air yang dikonsumsi oleh pelanggan domestik (rumah tangga) aktif per bulan; • Jumlah pelanggan domestik (rumah tangga) aktif diambil dari <i>database</i> pelanggan. 	5%

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa penilaian atas komponen kinerja tersebut tidak luput dari pengembangan *database*. Berdasarkan penilaian BPPSPAM, aspek kinerja pelayanan memiliki bobot sebesar 25% dari keseluruhan aspek yang dinilai dari kinerja Penyelenggara SPAM. Berikut adalah standar dan *range* persentase dan penilaian masing-masing indikator berdasarkan BPPSPAM.

No.	Indikator Kinerja	Bobot	Standar	Nilai Standar	Keterangan
1.	Cakupan Pelayanan Teknis $\frac{\text{Jumlah penduduk terlayani (Jwa)}}{\text{Jumlah penduduk di wilayah pelayanan (Jlwa)}} \times 100\%$	0,05	≥ 80 (%) 60 - < 80 (%) 40 - < 60 (%) 20 - < 40 (%) < 20 (%)	5 4 3 2 1	Indikator ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana manajemen PDAM telah mampu melakukan pelayanan air terhadap wilayah pelayanan teknisnya
2.	Pertumbuhan Pelanggan (% per tahun) $\frac{\text{Jumlah pelanggan periode ini (SK)} - \text{jumlah pelanggan periode lalu (SR)}}{\text{Jumlah pelanggan periode lalu (SR)}} \times 100$	0,05	≥ 10 (%) 8 - < 10 (%) 6 - < 8 (%) 4 - < 6 (%) < 4 (%)	5 4 3 2 1	Indikator ini dapat menggambarkan aktifitas PDAM dalam berusaha menambah jumlah pelanggannya. Jika cakupan pelayanan di atas 80% maka pertumbuhan pelanggan dinilai 5
3.	Tingkat Penyelesaian Pengaduan $\frac{\text{Jumlah pengaduan pelanggan yang tertangani}}{\text{Jumlah pengaduan}} \times 100\%$	0,025	≥ 80 (%) 60 - < 80 (%) 40 - < 60 (%) 20 - < 40 (%) < 20 (%)	5 4 3 2 1	Indikator ini menggambarkan tingkat aktifitas manajemen PDAM dalam upaya menyelesaikan masalah keluhan pelayanan air maupun lainnya yang berasal dari pelanggan dan atau bukan pelanggan
4.	Kualitas Air Pelanggan $\frac{\text{Jumlah uji yang memenuhi syarat}}{\text{Jumlah yang diuji}} \times 100\%$	0,075	≥ 80 (%) 60 - < 80 (%) 40 - < 60 (%) 20 - < 40 (%) < 20 (%)	5 4 3 2 1	Indikator ini akan menggambarkan sejauhmana PDAM telah mampu melayani pelanggannya dengan kualitas pelayanan air minum (3K) sebagaimana yang diatur dalam Permenkes Nomor 492/MENKES/PER/V/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum
5.	Konsumsi Air Domestik $\frac{\text{Rata-rata jumlah air terjual untuk pelanggan domestik pada periode tertentu (ml/bulan)}}{\text{Jumlah pelanggan domestik (SR)}}$	0,05	≥ 30 (m ³ /bln) 25 - < 30 (m ³ /bln) 20 - < 25 (m ³ /bln) 15 - < 20 (m ³ /bln) < 15 (m ³ /bln)	5 4 3 2 1	Indikator ini untuk mengetahui tingkat rata-rata konsumsi air per pelanggan rumah tangga dalam satu bulan dalam tahun yang bersangkutan, lebih jauh maka dapat pula diketahui rata-rata konsumsi liter per orang per hari. Hal ini penting mengingat pendekatan konsumsi minimal (Basic Need Approach/BNA) dengan membandingkan capaian PDAM terhadap BNA maka terukuriah dimana posisi capaian yang telah dilakukan PDAM terhadap pelanggannya

Gambar-43. Standar Bobot Penilaian Indikator Kriteria Kinerja

Adapun pada prinsipnya, kompetensi kinerja Penyelenggara SPAM tidak luput dari kemampuan:

- ✓ Evaluasi potensi data kepelangganan,
- ✓ Pengelolaan data pencatatan meter,
- ✓ Rekapitulasi hasil penanganan pelanggan,
- ✓ Pelaporan hasil kegiatan pemasaran.

Berikut adalah aspek dan indikator dalam melakukan pengelolaan kinerja bagian pelayanan pelanggan:

- Menyiapkan SDM yang memahami beban kerja, uraian tugas, target pelayanan, dan kebutuhan sumber daya bagian pelayanan pelanggan.
- Memiliki target pelayanan pelanggan yang dapat mencakup target penjualan air, segmentasi konsumen, sasaran target konsumen, dan identifikasi sumber daya yang dibutuhkan.
- Memiliki perencanaan operasional bagian pelayanan pelanggan berdasarkan target konsumsi / penjualan air.
- Mengkaji ketersediaan sumber daya untuk menjamin keberlangsungan layanan, misalnya dengan menyiapkan rencana operasional, pengecekan kembali, dan koordinasi.
- Melakukan penanganan terhadap gangguan operasional, antara lain dengan merekapitulasi gangguan dan masalah pelayanan, melakukan penindakanlanjutan gangguan/masalah dengan penanganan serta pencegahan masalah.
- Menyimpan data dan form terkait pelayanan pelanggan dengan baik dan

konsisten pada *database* serta membuat resume dan melaporkan analisis dan evaluasi data.

Agar dapat mengolah indikator-indikator kinerja Tabel-24, Penyelenggara SPAM harus terlebih dahulu merekapitulasi *database* dengan langkah-langkah ini:

1. Mengumpulkan dan mensortir data-data untuk input tiap variable indikator kinerja;
2. Melakukan verifikasi, validasi, dan pemutakhiran data untuk memastikan keakuratan penilaian kinerja;
3. Melakukan perhitungan nilai-nilai tiap indikator kinerja sesuai rumus masing-masing dan menyesuaikan kondisi perusahaan sesuai hasil perhitungan suatu periode perusahaan;
4. Membandingkan angka yang diperoleh tersebut berdasarkan standar setiap indikator dan dibobotkan dengan rumus yang ada;
5. Menjumlahkan seluruh nilai kinerja indikator menjadi nilai total kinerja, dan lebih lanjutnya membandingkan nilai total kinerja dengan rentang nilai kriteria kinerja BPPSPAM (sehat, kurang sehat, atau sakit); dan
6. Melakukan formulasi strategi atau rencana kegiatan untuk menindaklanjuti hasil penilaian kinerja pelayanan pelanggan.

Turunan indikator aspek pelayanan pelanggan akan dieksplor lebih lanjut pada subbahasan berikut ini.

6.2. Mengevaluasi Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan

Evaluasi penilaian kinerja merupakan hasil identifikasi dan analisis penilaian kinerja. Hasil evaluasi ini dapat dipresentasikan untuk kalangan internal agar dapat ditindaklanjuti oleh perusahaan. Evaluasi meliputi poin-poin hasil analisis, pokok-pokok masalah, serta rancangan rekomendasi terintegrasi dan berkesinambungan yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan.

Agar memiliki nilai *bargaining*, evaluasi kinerja bagian pelayanan pelanggan idealnya menjadi bagian dari fungsi manajerial (setingkat Manager atau Kepala Bagian) dan dilaporkan kepada jabatan yang lebih tinggi. Tugas-tugasnya antara lain:

- Menyusun resume evaluasi kinerja bagian pelayanan pelanggan dan membuat laporan hasil evaluasi tiap unit yang dikompilasi sesuai SOP;
- Melakukan identifikasi masalah berdasarkan hasil resume;
- Menganalisis hasil identifikasi masalah dan menyusun rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan bagi bagian pelayanan pelanggan; dan
- Membuat laporan evaluasi kinerja dan rekomendasi untuk dipresentasikan dan dilaporkan kepada atasan dan direksi.

Evaluasi kinerja dapat dilakukan dengan mengumpulkan laporan evaluasi operasional dari setiap unit untuk diklasifikasi dan dinilai. Hasil penilaian kemudian dikompilasi, diresume, dianalisis, dan dilaporkan guna mengidentifikasi masalah dan hambatan yang ada berdasarkan klasifikasi jenis, urgensi, maupun tingkat kesulitan. Hasil analisis kemudian dievaluasi dan diberikan rekomendasi sesuai situasi dan kondisi perusahaan.

Untuk referensi tindak lanjut per indikator BPPSPAM, Penyelenggara SPAM dapat mengacu pada potensi permasalahan, faktor penyebab, dan usulan peningkatan kinerja menurut BPPSPAM seperti pada Gambar-44 hingga Gambar-48 sebagai berikut

NO	INDIKATOR KINERJA	KONDISI	POTENSI PERMASALAHAN	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB	USULAN PENINGKATAN KINERJA
1	Cakupan Pelayanan Teknis	Cakupan pelayanan rendah (<20%)	<ul style="list-style-type: none"> Minat berlangganan rendah (sumber air alternatif banyak) Pelanggan berkurang Jaringan distribusi belum dikembangkan Tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat menggunakan sumber air alternatif Persepsi negatif masyarakat akibat pelayanan yang diberikan PDAM kurang baik Biaya sambungan baru terlalu mahal Pelanggan berhenti berlangganan karena air sering macet dan atau bergilir Putusannya sambungan langganan karena pelanggan enggan membayar akibat sering tidak mendapat air Tidak memiliki dana untuk pengembangan jaringan distribusi Kapasitas produksi masih terbatas Ketersediaan air baku yang terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan pelayanan Diupayakan langkah-langkah untuk memperbaiki sistem distribusi Memberikan pemotongan (diskon) biaya sambungan baru pada waktu-waktu tertentu Mempermudah sistem pembayaran biaya sambungan baru (angsuran) Mengupayakan pembiayaan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi Upaya mencari sumber air baku baru melalui kerjasama antar daerah
<p>Rumus : $\frac{\text{Jumlah penduduk terlayani (jiwa)}}{\text{Jumlah penduduk di wilayah pelayanan (jiwa)}} \times 100\%$</p>					

Gambar-44. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Cakupan Pelayanan Teknis

NO	INDIKATOR KINERJA	KONDISI	POTENSI PERMASALAHAN	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB	USULAN PENINGKATAN KINERJA
2	Pertumbuhan Pelanggan	Pertumbuhan pelanggan rendah (<4%)	<ul style="list-style-type: none"> PDAM belum mampu melakukan ekspansi pelayanan Minat berlangganan rendah Penurunan jumlah pelanggan Distribusi terbatas Kuantitas produksi tidak cukup Ketersediaan air baku yang terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan air minum belum jadi prioritas karena anggaran dana pengembangan air minum masih terbatas Sumber air baku dan unit produksi masih terbatas serta jaringan distribusi belum dapat menjangkau seluruh wilayah pelayanan Kualitas sumber air alternatif bagus Kualitas pelayanan PDAM yang belum baik 	<ul style="list-style-type: none"> Mengajukan penambahan anggaran untuk pengembangan air minum kepada pemerintah daerah sebagai pemilik PDAM. Sehingga dengan adanya penambahan anggaran tersebut, PDAM dapat mengembangkan dan memperluas jaringan distribusi Melakukan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan
<p>Rumus : $\frac{\text{Jumlah pelanggan periode ini} - \text{Jumlah pelanggan periode lalu (SR)}}{\text{Jumlah pelanggan periode lalu (SR)}} \times 100\%$</p>					

Gambar-45. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Pertumbuhan Pelanggan

NO	INDIKATOR KINERJA	KONDISI	POTENSI PERMASALAHAN	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB	USULAN PENINGKATAN KINERJA
3	Tingkat Penyelesaian Pengaduan	Tingkat penyelesaian pengaduan rendah (<20%)	<ul style="list-style-type: none"> Pengaduan belum ditangani dengan baik Kemampuan personel untuk menangani keluhan masih belum memadai Peralatan untuk menangani keluhan teknis tidak memadai Sistem pelayanan keluhan pelanggan belum dicarutkan dengan baik 	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah petugas lapangan kurang dan belum ada divisi khusus untuk menangani keluhan pelanggan Keterbatasan anggaran untuk penanganan keluhan PDAM tidak melakukan pencatatan terhadap pengaduan dan penanganannya Penempatan petugas tidak sesuai dengan tingkat kompetensinya Petugas kurang mendapatkan kesempatan pelatihan Belum ada anggaran untuk membeli peralatan Sarana dan prasarana untuk menangani keluhan kurang memadai Tidak ada sarana untuk menyampaikan pengaduan Kemampuan pendataan untuk menerapkan sistem pelayanan keluhan pelanggan masih sangat terbatas Kurangnya pelatihan kepada petugas yang menangani keluhan pelanggan sehingga kemampuannya belum memadai 	<ul style="list-style-type: none"> Menambah jumlah petugas untuk menangani keluhan pelanggan Menyediakan anggaran biaya untuk penanganan keluhan Memberikan pelatihan untuk petugas yang menangani keluhan Menyediakan anggaran biaya untuk pengadaan sarana dan prasarana penanganan pengaduan Menderikan pelatihan untuk petugas yang menangani keluhan Kerjasama dengan dinas kesehatan setempat
<p>Rumus : $\frac{\text{Jumlah pengaduan pelanggan yg tertangani}}{\text{Jumlah pengaduan}} \times 100\%$</p>					

Gambar-46. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Tingkat Penyelesaian Aduan

NO	INDIKATOR KINERJA	KONDISI	POTENSI PERMASALAHAN	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB	USULAN PENINGKATAN KINERJA
4	Kualitas Air Pelanggan	Kualitas air pelanggan rendah (<20%)	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah air yang diuji rendah Tidak pernah dilakukan pemeriksaan kualitas air di sambungan pelanggan Jumlah uji yang memenuhi syarat rendah 	<ul style="list-style-type: none"> Biaya pemeriksaan kualitas air mahal Pelayanan masih menentengkan kuantitas bukan kualitas Kurang mendapat kesempatan pelatihan cara pengambilan sampel Kurangnya pemahaman terhadap pentingnya kualitas air yang baik untuk pelanggan Tidak memiliki peralatan laboratorium untuk menguji parameter-parameter wajib Sistem pengolahan air tidak memenuhi syarat Sistem pengolahan air tidak berfungsi Tidak memiliki sistem pengolahan air 	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan anggaran biaya untuk melakukan pemeriksaan kualitas air Memberikan kesempatan pelatihan pemeriksaan kualitas air Menyediakan peralatan laboratorium untuk pemeriksaan kualitas air Mengadakan/ merehabilitasi dan atau melengkapi sistem pengolahan air
Rumus		$\frac{\text{Jumlah uji yang memenuhi syarat}}{\text{Jumlah yang diuji}} \times 100\%$			

Gambar-47. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Kualitas Air Pelanggan

NO	INDIKATOR KINERJA	KONDISI	POTENSI PERMASALAHAN	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB	USULAN PENINGKATAN KINERJA
5	Konsumsi Air Domestik	Konsumsi air domestik rendah (<15m ³ /SR/bulan)	<ul style="list-style-type: none"> Distribusi air ke pelanggan tidak lancar Jumlah pelanggan tidak seimbang dengan kemampuan pipa distribusi Kehilangan air relatif tinggi Penggunaan sumber air alternatif Pelanggan membatasi pemakaian air 	<ul style="list-style-type: none"> Tekanan air di sambungan pelanggan tidak merata Sistem jaringan pipa distribusi tidak tertata dengan baik Pemasangan baru di jalur-jalur pipa distribusi yang sudah penuh Penerapan program akselerasi peser (sambung baru) Kehilangan air fisik (pipa pecah, sambungan pipa kurang baik, dll) Kehilangan air non fisik (tidak ada meter induk, meter air pelanggan rusak, sistem pembacaan meter lemah, dll) Tersedia banyak sumber air alternatif yang kualitasnya bagus Volume air yang diproduksi tidak seimbang dengan kebutuhan sehingga distribusi air ke pelanggan bergilir Harga air masih dirasa mahal oleh pelanggan sehingga pelanggan membatasi pemakaian air 	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen tekanan air Evaluasi sistem jaringan distribusi Memperbaiki sistem jaringan distribusi (mengganti pipa yang sudah lewat usia teknis, dll) Menambah sistem jaringan pipa distribusi Menganti dan memperbaiki pipa-pipa air yang pecah/ rusak dan memasang meter induk Meningkatkan volume produksi Meninjau harga air
Rumus		$\frac{\text{Jumlah air terjual pelanggan domestik rata2 (m3) per bulan}}{\text{Jumlah pelanggan domestik (SR)}}$			

Gambar-48. Faktor Penyebab dan Usulan Peningkatan Indikator Konsumsi Air Domestik

Penilaian kinerja Penyelenggara SPAM pada prinsipnya dilakukan untuk mengetahui status pencapaian tiap-tiap indikator kinerja sebagai bahan refleksi pelaksanaan bisnis perusahaan. Indikator-indikator yang terkuantifikasi kemudian dievaluasi agar perusahaan dapat menentukan langkah-langkah perbaikan dan peningkatan yang ingin dilakukan. Prioritas penanganan dapat ditentukan berdasarkan tingkat urgensi dan sumber daya yang dimiliki perusahaan masing-masing.

Salah satu penilaian kinerja yang sedang berkembang saat ini dan mulai digunakan untuk menunjang kinerja Penyelenggara SPAM adalah KPI. Keunggulan KPI dibandingkan dengan indikator-indikator kinerja lainnya, adalah bahwa KPI merupakan indikator kunci yang benar-benar mampu mempresentasikan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Adapun KPI, merujuk pada definisi yang dirumuskan dalam "Performance Indicator Resource Catalogue" yang diterbitkan oleh Australian Government, Department of

Finance and administration (2006), adalah ukuran spesifik tentang kinerja organisasi dalam wilayah bisnisnya. Ukuran tersebut dapat berupa *financial* dan *non-financial* yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja strategis organisasi. Sebagai alat ukur kinerja strategis organisasi, KPI dapat mengindikasikan kesehatan dan perkembangan organisasi, dan atau keberhasilan kegiatan, program atau penyampaian pelayanan untuk mewujudkan target-target atau sasaran organisasi.

KPI dapat berbentuk ukuran kuantitatif maupun kualitatif. Namun demikian, dalam praktek penyusunan KPI oleh berbagai organisasi publik dan swasta, sebagian besar KPI berupa ukuran kuantitatif. Hal ini dikarenakan, ukuran kuantitatif relatif lebih mudah digunakan dalam proses penggalian data maupun pada saat pengukuran dan evaluasi. Sedangkan untuk ukuran kualitatif, biasanya memerlukan survei atau kegiatan penelitian sebagai upaya untuk memperoleh data kinerja yang diperlukan.

Proses penggalian data untuk ukuran kualitatif ini seringkali memerlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Pemilihan terhadap bentuk KPI, apakah kuantitatif atau kualitatif, tergantung pada kebutuhan dan karakter organisasi. Tidak dapat dipaksakan bahwa semua KPI harus kuantitatif atau harus kualitatif. Adapun pertimbangan utama yang harus menjadi dasar dalam pemilihan KPI adalah bahwa indikator tersebut dapat diukur (*measurable*). Hal ini berarti bahwa untuk setiap KPI –baik ukuran kuantitatif maupun kualitatif - sudah tersedia informasi tentang jenis data-data yang akan digali, sumber data, dan cara mendapatkan data tersebut.

Hal penting lain yang patut dipahami dalam kaitannya dengan KPI adalah:

- (1) KPI harus memperoleh persetujuan dan kesepakatan semua pihak sebagai *key success* faktor perusahaan,
- (2) KPI harus merefleksikan tujuan organisasi jangka panjang. Sebagai contoh, jika sebuah organisasi ingin menjadi "*the most profitable company in industri* – perusahaan paling menguntungkan dalam industri" maka KPInya adalah "Laba Sebelum Pajak" dan atau "*shareholder equity*". Hal ini menunjukkan bahwa setiap organisasi boleh jadi memiliki KPI berbeda, tergantung pada tujuannya, meski katakanlah organisasi tersebut bergerak pada industri yang sama.
- (3) KPI juga menggambarkan apa yang paling penting yang harus diketahui dan dikerjakan semua karyawan, tim, unit kerja dan departemen.

Pedoman yang biasa digunakan untuk menyusun KPI seharusnya memenuhi kriteria SMART.

1. **Specific** – jelas, tidak ambigu, langsung pada tujuan, mudah dipahami dan menantang
2. **Measurable** – bisa diukur secara kuantitatif, kualitatif, waktu dan uang
3. **Achievable** – bisa dicapai dalam pengertian menantang tetapi masih dalam jangkauan

kompetensi dan komitmen karyawan

4. **Relevant** – relevan terhadap tujuan perusahaan sehingga tujuan individu bisa diselaraskan dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan

5. **Timely** – dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

Tabel-25. Turunan Indikator (Indikator Baru) untuk Unit Pelayanan Pelanggan berdasarkan Aspek Pelayanan

Indikator Kinerja Eksisting (BPPSPAM dan Rekomendasi Modul)	Turunan Indikator Bagian Pelayanan Pelanggan		Penilaian Kinerja Individu/bagian
	Indikator Unit	Kriteria Indikator	
(1) Cakupan Pelayanan Teknis (2) Pertumbuhan Pelanggan	Sambungan Baru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memetakan potensi pasar sambungan baru 2. Dapat melaksanakan administrasi pendaftaran sambungan baru dengan cepat, tepat, efektif dan efisien 3. Mampu memenuhi target realisasi pelaksanaan pemasangan sambungan baru dengan baik 	<p>Jumlah realisasi sosialisasi / jumlah target sosialisasi dalam 1 bulan x 100%</p> <p>jumlah RAB yang selesai H+1 / seluruh RAB yang dikerjakan x 100%</p> <p>jumlah realisasi sambungan baru H+2 / seluruh jumlah sambungan baru yang diselesaikan x 100%</p>
(1) Tingkat Penyelesaian Aduan (2) Kualitas Air Pelanggan	Penanganan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat menerima semua keluhan masuk dengan baik 2. Dapat menyelesaikan hasil penyelesaian keluhan pelanggan kepada pelanggan yang bersangkutan dengan tepat waktu 	<p>jumlah <i>work order</i> keluhan H+1 / total jumlah <i>work order</i> keluhan</p> <p>Rumus = jumlah penyelesaian keluhan pelanggan H+5 / total keluhan pelanggan dalam 1 bulan</p>
Konsumsi Air Domestik	Pembacaan Meter	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memenuhi target baca stan meter seluruh pelanggan sesuai jadwal dan rute yang ditentukan 2. Mampu menginput hasil bacaan meter sesuai pemakaian air pelanggan dalam tenggat waktu yang ditentukan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah realisasi hasil baca stan meter / jumlah target baca stan meter x 100% (dalam 1 hari) 2. Jumlah pelanggan yang dicatat stan meter dengan benar / total jumlah pelanggan yang dicatat x 100%
Efektivitas Penagihan	Tunggakan Pelanggan (Manajemen Pelanggan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat menyelesaikan seluruh tunggakan rekening air sesuai tenggat waktu yang ditentukan perusahaan, baik dengan negosiasi, pelunasan, maupun penindaklanjutan lainnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Penunggakan (%) = Jumlah pelanggan yang tidak membayar tepat waktu / Jumlah rekening air X 100% 2. Tingkat Penagihan Tunggakan (%) = Jumlah tunggakan yang terlunasi / Jumlah seluruh tunggakan rekening air X 100%

LATIHAN SOAL

Dengan contoh kasus berikut lakukanlah analisis dan tindak lanjut yang relevan.

1. Anda dari PDAM X memiliki PI “Konsumsi Air Domestik” dengan data sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jml air terjual domestik setahun}}{\text{Jumlah pelanggan domestik}}$$

$$\frac{2.423.223.67 \text{ m}^3}{154.475} = 15,687 \text{ (Nilai BPPSPAM = 2)}$$

154.475 pelanggan

Apa upaya Anda dalam meningkatkan nilai menjadi 3 dengan rentang hasil perhitungan sebesar 20-25. Sesuaikan dengan SWOT PDAM Anda, yang mana yang paling mungkin diimplementasikan dari 3 upaya berikut. Mengapa?

Upaya : 1. Kampanye pemakaian air sehat

2. Mengurangi NRW, sehingga air sampai ke pelanggan
3. Menambah tekanan

2. Anda dari PDAM X memiliki PI “Tingkat Penyelesaian Aduan” dengan data sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jml pengaduan selesai ditangani}}{\text{Jumlah pengaduan}} = \frac{33.962}{38.179} = 88,86 \text{ (Nilai BPPSPAM = 5)}$$

Jumlah pengaduan 38.179

Apabila PDAM ingin meningkatkan nilai menjadi sempurna, manakah program yang bisa dibuat. Susunlah proposal program secara sederhana secara berkelompok (2 halaman) yang menjelaskan latar belakang, tujuan, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, beserta anggaran, dan tenggat waktu. Contoh program dapat berupa:

Upaya: 1. Membuat sistem yang memudahkan pelanggan menyampaikan pengaduan

2. Membuat sistem dimana pengaduan pelanggan dapat langsung dibaca bagian teknis terkait yang penyelesaian aduan
3. Membuat sistem pelaporan penyelesaian aduan yang dapat dipantau oleh bagian teknis, manajemen, bagian pelayanan pelanggan dan pelanggan.
4. Dan lain-lain



Best Practice
Pojok Inspirasi

Best Practice

Pojok Inspirasi

7.1. Analisis Peta Residu Klorin dan Analisis Sistem Pengairan di Jepang

Banyak pegawai Penyelenggara SPAM turut terdaftar sebagai pelanggan karena berada di area yang sama dengan area layanan SPAM. Pelanggan dari kelompok ini lebih mudah untuk bekerjasama dalam melakukan survei tekanan dan kualitas air terutama karena latar belakang pemahaman yang berbeda dengan masyarakat awam. Survei ini penting terutama untuk:

1. Mengetahui kualitas layanan secara aktual,
2. Menyesuaikan data dan kondisi lapangan dengan bagian produksi,
3. Memeriksa kondisi distribusi air minum.

Pertama-tama, Penyelenggara SPAM perlu memilih pelanggan dengan kriteria sebagai berikut:

- Terdapat tangki penampungan air ke rumah-rumah di area pelanggan; dan
- Pelanggan dapat mengakses air secara langsung dari keran tanpa melalui tangki penampungan air.

Setelah pengumpulan data, jumlah data yang terkumpul kemudian disesuaikan dengan unit-unit survei sebagaimana tabel di bawah ini. Agar dapat merepresentasikan seluruh area layanan SPAM, batas responden survei harus ditentukan dengan tepat. Jika perusahaan memiliki SIG dan pemetaan yang baik (bahkan pemetaan jaringan secara manual sekalipun), akan lebih mudah bagi perusahaan menentukan titik-titik survei.

Tabel-26. Jumlah Persentase Titik Survei Berdasarkan Jumlah Sambungan

Sambungan	Responden	Rasio Pemilihan
< 500	220	> 44.0%
800	260	32.5%
1,000	280	28.0%
2,000	325	16.3%
3,000	345	11.5%
5,000	360	7.2%
10,000	370	3.7%
25,000	380	1.5%
50,000	385	0.8%
> 100,000	385	< 0.4%

Berdasarkan teori statistik, Penyelenggara SPAM dapat berasumsi bahwa distribusi populasi normal dengan Toleransi: 5%, tingkat validitas: 95% (Poin Distribusi Normal: 1.96) dan Rasio Populasi: 0.5. Jumlah titik survei yang harus dibuat (data yang dikumpulkan) dapat disesuaikan dengan jumlah sambungan di atas. Untuk pengkajian yang lebih efektif dan efisien, perusahaan dapat menggunakan nomor induk berdasarkan statistik.

Para surveyor yang memeriksa tekanan dan kualitas air harus mampu melengkapi data dengan foto, informasi hasil *flow test*, data uji konsentrasi residu klorin, dan catatan mengenai kejernihan air. Melalui pemeriksaan secara berkala, perusahaan akan lebih memahami kondisi layanan air minum. Jika *database* akun pelanggan dan pemetaan sudah dikembangkan dengan komprehensif, data-data tambahan mengenai tekanan dan kualitas air dapat ditandai dengan warna pada *test value*. Dengan demikian, hanya dengan melihat tampilan *database*, perusahaan dapat menyimpulkan situasi distribusi air minum dengan mudah.

Dengan mensortir data berdasarkan nilai numerik terendah dan tertinggi, perusahaan juga dapat menentukan area yang paling memerlukan penanggulangan sehingga perencanaan dapat disesuaikan dengan kebutuhan wilayah sehingga tepat sasaran, misal melakukan perbaikan pipa, kalkulasi hidrolika, dan pekerjaan konstruksi pembaruan pipa. Hal ini merupakan salah satu metode dengan anggaran minim namun memiliki implementasi yang efektif dan tepat sasaran.

Di Jepang, Penyelenggara SPAM sudah memiliki data tekanan air yang terekam secara otomatis. Instrumen survei kualitas air juga sudah diaplikasikan pada area layanan SPAM. Data-data ini kemudian direkam secara *real-time* selama 24 jam oleh SCADA.

7.2. Perancangan Program Promosi PT. Aetra Air Jakarta

Di beberapa Penyelenggara SPAM di Indonesia, salah satunya PT. Aetra Air Jakarta, kegiatan pemasaran merupakan kegiatan perusahaan yang direncanakan dan diselenggarakan secara rutin. Agar kegiatan dapat terselenggara dengan baik dan jelas, maka latar belakang, konsep, tujuan, motto/slogan dan *budget* (jika ada), serta sasaran kegiatan harus dirumuskan dengan jelas dan tepat.

Akan sangat baik jika rangkaian kegiatan pemasaran dapat berkaitan dengan kebutuhan perusahaan, misalnya dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan sambungan, mengenalkan layanan atau produk baru, mengurangi NRW, mengajak kerjasama masyarakat dalam mengidentifikasi sambungan ilegal, dan lain sebagainya.

Sebagai contoh, rangkaian Gambar-48. Dapat dijadikan referensi perencanaan kegiatan promosi.



DEFINISI PROGRAM

BACAN : Bayar Air Harga Cantik

(Paket Murah penggunaan air bersih untuk calon pelanggan rumah tangga di golongan III dan IV)

Maksudnya adalah :

Upaya memberikan Layanan Air Bersih ke setiap pintu rumah pelanggan, dengan harga terjangkau dan berdampak positif terhadap kesehatan dan lingkungan Masyarakat.

TAG LINE :

**Murah Biaya Pemakaian airnya,
Sehat airnya,
dan Hijau Lingkungannya.**

Murah biaya pemakaian airnya :

- Dapat dicicil biaya sambungan baru hingga 18x
- Diberikan gratis pemakaian 10.000liter (10 M3) dalam sebulan
- Gratis pemakaian yang dimaksud di berikan dalam pilihan waktu 4 - 18 bulan

Sehat Airnya :

- Air bersih produksi PT.Aetra Air Jakarta di proses dalam pengawasan PERMENKES No. 492/MENKES/PERP/IV/2010 tentang persyaratan kualitas air minum.
- Diketahui bahwa air bersih produksi Aetra tidak di cemari oleh Nyamuk DBD, hal ini disampaikan petugas jumentik Jakarta Timur khususnya Jumentik wilayah Duren Sawit.

Hijau lingkungannya :

- Dengan menggunakan air bersih perpipaan sama artinya menjaga kualitas dan kwantitas air tanah.
- Air tanah dengan Kualitas yang terjaga (Baik) dapat memberikan makan yang baik kepada tumbuhan (tanaman) dengan demikian tanaman apapun akan tumbuh subur yang akan membuat lingkungan lebih hijau dan asri .

Image yang mewakili adalah gambar Batu cincin "**BACAN**"

Batu berkilau warna hijau yang mewakili promo pemakaian air murah, yaitu :

- **Jernih atau bening** yang keluar dari kilauan batu mewakili kualitas air bersih yang di produksi dan disuplai oleh PT.Aetra Air Jakarta kepada masyarakat.
- **Warna hijau** mewakili lingkungan asri hijau yang dihasilkan dari air tanah yang kualitas dan kwantitasnya terjaga dengan mengalihkan pemakaian air tanah ke air Aetra

Periode

Program "**BACAN**" ini berlaku dari Juni - Desember 2015

Target

- Masyarakat di wilayah pelayanan Aetra
- Pelanggan Rumah Tangga golongan III dan IV

Gambar-49. Definisi Program "Bacan" PT. Aetra Air Jakarta

Penyusunan perencanaan dan dokumentasi yang jelas sangat penting bagi akuntabilitas perusahaan. Selain sebagai bahan koordinasi internal, penyusunan rencana pemasaran akan membantu perusahaan menyimpan riwayat kegiatan pemasaran, melakukan ulasan serta evaluasi kegiatan. Hal ini mencakup evaluasi terhadap konten, konsep, dan metode kegiatan. Dengan mengenali kelebihan dan kekurangan dari program pemasaran yang telah berjalan, perusahaan dapat terus melakukan perbaikan dan inovasi dalam melakukan kegiatan pemasaran agar tujuan kegiatan dapat tercapai.

7.3. Pemanfaatan Kelompok Intra/Ekstra Perusahaan dan Kelompok Masyarakat

Tidak dapat dipungkiri bahwa terkadang perusahaan memiliki kendala jumlah

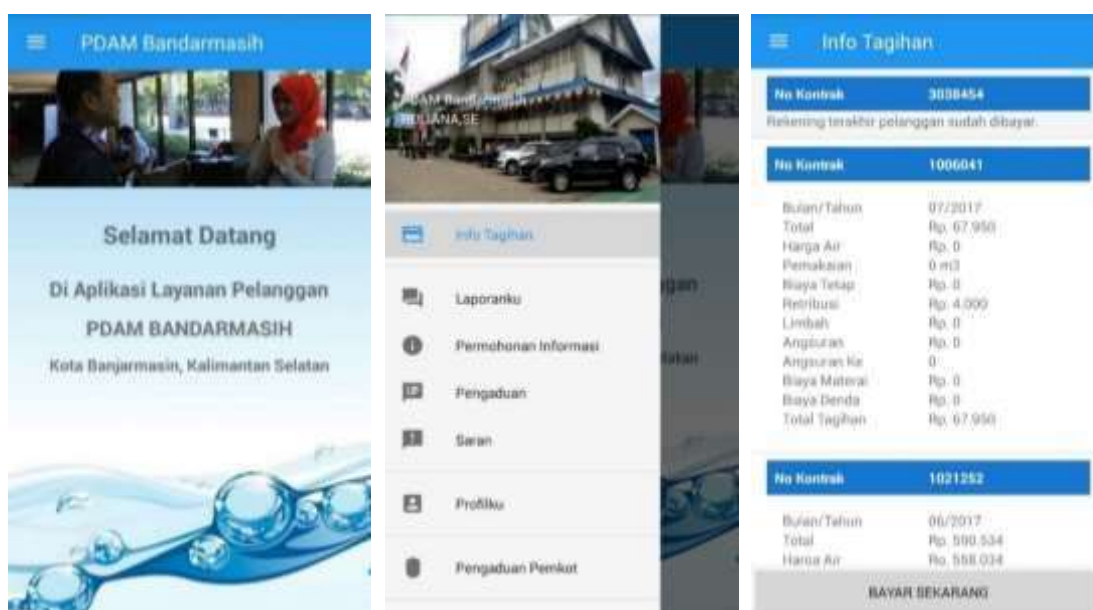
sumber daya manusia (pegawai) dan biaya. Untuk mengatasi hal tersebut, beberapa PDAM yang kami kunjungi, antara lain PDAM Kota Bekasi dan PDAM Kab. Ogan Ilir, mengatasi hal tersebut dengan memanfaatkan organisasi intra-perusahaan, misalnya koperasi maupun ekstra-perusahaan seperti pegawai lepas (*outsourced*) atau komunitas/forum masyarakat di wilayah pelayanan.

Organisasi seperti ini dapat menunjang operasional perusahaan dengan SDM yang terbatas. Mereka dapat dimobilisasi untuk melakukan kegiatan hubungan pelanggan seperti pemasaran, pengelolaan dan pengolahan *database*, bahkan pembacaan meter dan penagihan rekening air.

Pada contoh mobilisasi forum masyarakat, mereka terlibat dalam melakukan sosialisasi tarif, masalah gangguan, penagihan rekening air, notifikasi jatuh tempo dan masa tenggang rekening air kepada sesama pelanggan baik melalui *broadcast* SMS dan WhatsApp, kunjungan satu per satu, pemberitahuan oleh Kepala RT/RW, juga saat pengumuman usai kegiatan ibadah.

7.4. Informasi Pelanggan Penyelenggara SPAM Melalui Aplikasi *Gadget*

Penggunaan dan optimalisasi teknologi seperti perkembangan aplikasi, *gadget*, dan sistem informasi sudah mulai dimanfaatkan oleh berbagai sektor bisnis produk dan layanan, termasuk SPAM juga sudah relatif mudah diakses oleh masyarakat umum. Perkembangan teknologi tidak hanya bermanfaat dalam menunjang pengelolaan operasional perusahaan seperti digitasi data pelanggan, pemetaan, dan pembacaan meter tetapi juga dalam kegiatan pengelolaan dan pelayanan pelanggan.



Gambar-50. Aplikasi Layanan Pelanggan PDAM

Sebagai contoh, pada PDAM Kota Banjarmasin, informasi kepelanggan berbasis aplikasi telah dikembangkan. Aplikasi ini dapat diunduh menggunakan

platform yang ditentukan, misalnya AppStore (Ponsel Apple) atau Play Store (Ponsel Android) dan dapat diakses oleh pelanggan PDAM kapan saja dan dimana saja. Tampilan aplikasinya dapat dilihat pada Gambar-50.

Aplikasi Layanan PDAM pada dasarnya memiliki tampilan, navigasi, dan prinsip yang mirip dengan layanan m-banking yang sudah banyak dikembangkan berbagai bank di Indonesia. Namun sesuai dengan konsep layanan air minum, maka konten aplikasi layanan pelanggan sebagaimana terlihat di Gambar-50 dapat mencakup:

- Profil akun pelanggan,
- Info tagihan pelanggan dan status pembayaran,
- Riwayat denda dan total tagihan selama menjadi pelanggan aktif,
- Laporan,
- Permohonan dan informasi,
- Pengaduan dan pengaduan ke pemerintah kota, dan
- Saran.

Sudah mulai banyak PDAM yang mengembangkan aplikasi sejenis yang dapat ditemukan di Play Store, beberapa antaranya PDAM Surabaya, Medan, Makassar, Samarinda, Intan Banjar, Gresik, Bantul, Semarang, hingga Jayapura. Meski tampilan dan *software* dasar yang digunakan bisa berbeda, adapun prinsip aplikasi dan kontennya serupa. Antara lain agar pelanggan dapat mengetahui informasi tagihan, hasil baca meter, membuat laporan dan keluhan, hingga memantau status dari tindak lanjut keluhan.

JET juga turut mengunjungi PDAM Kota Bitung pada tahun 2017 dan pada saat kunjungan, terlihat bahwa PDAM Kota Bitung sendiri mulai memanfaatkan penggunaan aplikasi dan teknologi sebagaimana terlihat di dua gambar di bawah ini. Pada Gambar-50 terlihat bahwa terdapat aplikasi "Mama Simpatik" yang dapat dimanfaatkan untuk pelayanan pelanggan, antara lain pengaduan / pelaporan pelanggan, informasi tagihan, dan informasi lainnya.

Seperti sebagian PDAM di Indonesia, sistem pembayaran tagihan air pun sudah



Gambar-51. Pemberitahuan Utilisasi Aplikasi Pelayanan Pelanggan PDAM Kota Bitung



Gambar-52. Informasi No. Urut Antrean dan Jumlah Sambungan

bervariasi. Contoh pemanfaatan teknologi lainnya adalah informasi nomor urut di bawah ini, berikut notifikasi *real-time* jumlah sambungan aktif, non aktif, dan total sambungan pada layar loket.

7.5. Penyelenggaraan Seminar Kualitas Air di PDAM Kab. Sragen

Dalam melakukan sosialisasi atau kegiatan kehumasan lainnya, PDAM dapat menyesuaikan kontennya dengan isu-isu yang ada terkait layanan dan pelanggan sekitar, misalnya pada bagan berikut ini:

Tabel-27. Matriks Pengembangan Program untuk kegiatan Humas PDAM Sragen

Ringkasan	Situasi Eksisting PDAM Kab. Sragen	Konsep yang Dihasilkan
Tujuan Utama	Secara umum, kegiatan kehumasan dilakukan agar masyarakat sekitar sadar dengan adanya layanan PDAM Kab. Sragen Beberapa tujuan spesifik dari pelaksanaan kegiatan Humas adalah sebagai komitmen CSR yang sejalan dengan RKAP 5 tahunan, juga dalam mengembangkan zona air minum.	- Untuk mempromosikan kelayakan air PDAM Sragen untuk kebutuhan rumah tangga sebagai air minum dan memasak karena masyarakat masih membeli air curah untuk konsumsi - Untuk mempromosikan keamanan dan kelayakan air yang disediakan PDAM Sragen dibandingkan kualitas air curah
Sasaran Kegiatan	- Dharma Wanita - Masyarakat setempat - Pelanggan dan calon pelanggan - Anak-anak PAUD	- PKK dapat menjadi target kehumasan mengingat Ibu merupakan peran yang umumnya menentukan dan memilih pilihan konsumsi rumah tangga. *Kegiatan dapat dilaksanakan dengan memadukan jadwal kegiatan komunitas lokal yang ada sehingga target audiens tidak perlu meluangkan waktu secara khusus. - Anak-anak SMP (usia sekolah lebih matang) untuk mengelaborasi aspek ilmiah ke sosialisasi
Luaran yang Diharapkan	Target umlah sambungan 62.500 dari eksisting 59.000. Meskipun belum ditetapkan sebagai target luaran kegiatan humas, berdasarkan sesi <i>brainstorming</i> , PDAM Kab. Sragen menginginkan kampanye terkait kelayakan air pdam Kab. Sragen untuk konsumsi (minum dan memasak) pelanggan.	- Pelanggan baru - Pelanggan yang lebih percaya dengan kualitas air PDAM untuk air minum dan memasak
Kegiatan	PDAM Sragen telah melaksanakan kegiatan Humas sebagai berikut: - Anak-anak, meliputi penayangan animasi mengenai kampanye hemat air, manfaat dan proses pengolahan air dari baku ke keran, proses pemurnian air, serta kunjungan IPA. - Sosialisasi peduli lingkungan dan pemberdayaan masyarakat seperti: Jambanisasi di rumah tidak layak huni, penanaman pohon di area dekat sumber air. - Kegiatan bantuan masyarakat seperti pembagian sembako, pembangunan masjid, pembuatan sumur, dan qurban. - Promosi dan publikasi (leaflet, spanduk, dsb) terkait promosi-promosi terkait tarif, pembayaran dan penunggakan, bagaimana mengetahui dan melaporkan meter rusak, sambungan ilegal, kebocoran, serta kampanye hemat air (Terkadang dilakukan saat CFD, dsb). - <i>Press release</i> dan <i>public hearing</i> terkait tarif. - Kerjasama dengan situs berita, siaran iklan dan <i>talkshow</i> radio yang menyiarkan topik yang berbeda-beda (dalam hiatus) - Survei dan sosialisasi <i>door-to-door</i> untuk menarik calon pelanggan. - Pengelolaan media sosial dengan <i>mengupdate</i> konten sesuai dengan kegiatan PDAM dimana pelanggan juga dapat mengakses informasi tagihan, pembayaran, dsb. - SKP (tidak teratur). - Layanan tanki air.	Berdasarkan hasil diskusi, beberapa kegiatan PR yang dapat dilakukan untuk membantu memenuhi kebutuhan PDAM, antara lain: () Simulasi, promosi, termasuk demonstrasi kualitas air untuk membuktikan kualitas air PDAM Sragen yang layak untuk diminum dan dimasak, sebanding dengan air curah. Hal ini dapat dilakukan dalam bentuk seminar dan dapat ditargetkan ke PKK, anak-anak, kelas anak dan orangtua, maupun pelanggan eksisting. - Seminar belum umum dilakukan, dan kegiatan sosialisasi tipe kelas umumnya dilakukan terhadap anak-anak. 2. Penambahan animasi atau alat demonstrasi (seperti miniature proses pemurnian air) untuk kegiatan edukasional kepada anak-anak. 3. Survei kebutuhan dan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan air PDAM untuk air minum dan memasak 4. Kunjungan IPA dan kelas edukasi air untuk remaja dan atau sekolah negeri.

Kebutuhan Kegiatan	<p>Adapun persaingan yang patut dipertimbangkan, khususnya untuk dijadikan materi sosialisasi, adalah kelayakan air yang disediakan PDAM Sragen untuk konsumsi rumah tangga (dengan dimasak terlebih dahulu), termasuk standar keamanan dan kesehatannya yang sudah teruji oleh lab lokal dan OASEN Belanda. Pada umumnya kebanyakan masyarakat masih membeli air curah tidak resmi dalam bentuk jeriken untuk masak dan minum meskipun air jeriken tersebut juga dimasak terlebih dahulu.</p> <p>(Hal ini mungkin perlu didukung oleh survei kepercayaan pelanggan.); memperluas target edukasi kepada remaja (taraf SMP-SMA) dan sekolah negeri, diperlukannya penambahan/pengayaan materi sosialisasi edukasi berupa konten animasi atau alat peraga. Hingga saat ini animasi diperoleh dari Youtube dan link PU.</p>	<p>Kegiatan yang dikembangkan akan berpusat pada pentingnya mensosialisasikan kualitas dan keamanan air PDAM untuk masak dan minum.</p> <p>Kegiatan sosialisasi/seminar akan ditargetkan terutama bagi ibu-ibu PKK selaku pelaku kegiatan ekonomi utama di keluarga dan anak-anak SMP dengan mengelaborasi pendekatan ilmiah seperti demonstrasi filtrasi untuk mengolah air PDAM dan uji klorinasi untuk membunuh bakteri.</p> <p>Karena ibu-ibu PKK umumnya memiliki tempat dan waktu berkumpul yang rutin, PDAM akan mencoba bekerjasama dengan ibu-ibu PKK sehingga ibu-ibu tidak perlu meluangkan waktu di luar jadwal rutin.</p>
--------------------	---	--

Berdasarkan bagan dari situasi eksisting dan konsep yang dihasilkan, dapat dilihat bahwa kendala utama yang dihadapi PDAM Kab. Sragen adalah kurangnya kepercayaan pelanggan dalam mengkonsumsi air PDAM untuk minum dan masak sementara hasil lab dan uji coba dari dalam dan luar negeri telah membuktikan bahwa air PDAM sebenarnya aman dan memenuhi standar untuk konsumsi.

Karenanya kurangnya kepercayaan pelanggan, adanya pelanggan PDAM yang masih membeli air curah, air kemasan/isi ulang komersial, atau memakai sumur pribadi untuk minum dan masak merupakan suatu hal yang umum. Padahal air PDAM Kab. Sragen sebenarnya sudah memiliki kredibilitas yang memadai dan kepercayaan pelanggan dapat menjadi penambahan konsumsi pelanggan yang menguntungkan bagi PDAM.

Oleh karenanya, PDAM memutuskan diperlukannya sosialisasi yang spesifik terkait kualitas air minum PDAM untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menargetkan ibu-ibu PKK selaku pelaku konsumsi dan ekonomi utama di keluarga serta siswa-siswa sekolah menengah pertama (SMP) dengan menggunakan pendekatan ilmiah yang belum dapat dilakukan kepada anak-anak TK maupun PAUD sehingga lebih memahami proses pengolahan air minum agar menjadi steril, higienis, dan aman. Sebagai catatan, ini merupakan kali pertama PDAM Kab. Sragen melakukan pendekatan dengan komunitas ibu-ibu PKK dan anak-anak SMP.

Seminar dirancang mencakup:

1. Presentasi singkat
 2. Demonstrasi kejernihan warna dan bau,
 3. Demonstrasi perbandingan air yang mengandung besi (Fe) dan mangan (Mn) (yang merupakan karakteristik khas yang umum ditemukan di wilayah Sragen) sebelum dan setelah diolah dimana air yang belum diolah di IPA, meskipun sudah masak lambat laun akan berubah menjadi keruh akibat endapan Fe dan Mn yang berinteraksi dengan oksigen.
 4. Demonstrasi hasil klorin dan uji perbandingan rasa antara air PDAM, air dalam kemasan, air curah, air sumur, dsb.
 5. Perbandingan harga antar macam-macam air.
- Detilnya adalah pada jadwal berikut:

Tabel-28. *Rundown* Jadwal Kegiatan Seminar PDAM Kab. Sragen

No	Kegiatan	Waktu	Deskripsi
1.	Pembukaan	15 min	Pembukaan dan Penjelasan tujuan seminar
2.	Presentasi Sistem Pengolahan Air	60 min	Mempresentasikan: <ul style="list-style-type: none"> - Siklus air di bumi, - Mengapa air itu penting, - Karakteristik tanah PDAM (gunung, sungai, dan air bawah tanah) dan kandungan alaminya, serta - Sistem pengolahan air di PDAM.
3.	Demonstrasi Filtrasi	45 min	<ul style="list-style-type: none"> - Jika sumber air adalah air permukaan, maka akan mendemonstrasikan koagulasi/sedimentasi dan filtrasi. - Jika air bawah tanah maka diterapkan demonstrasi aerasi dan/atau filtrasi - Tes konsentrasi residu klorin - Tes minum (memilih dua air terbaik antara air PDAM dan 3 air komersial lainnya dengan temperatur dan kondisi yang sama) - Komparasi harga dari keempat air - Bagaimana cara menikmati rasa air dan mengurangi bau klorin pada air PDAM, antara lain dengan mendinginkan air keran di kulkas selama 3 hari, 6 hari, dan tidak sama sekali lalu dicoba bandingkan atau dengan merebus air selama lima menit agar bau klorin menguap.
4.	Sesi Tanya Jawab, Penutupan	30 min	

PDAM-PDAM lain dapat membuat matriks seperti di atas dan melakukan diskusi dengan jajaran pegawai untuk mengetahui kondisi lapangan sehingga kebutuhan PDAM dan pelanggan dapat tercermin pada kegiatan humas yang tepat sasaran. Untuk mengukur keefektifitasan dan memperoleh bahan evaluasi untuk penyelenggaraan kegiatan kedepannya, PDAM dapat melakukan tindak lanjut berupa kuesioner terhadap peserta.



Gambar-53. Pembukaan Seminar



Gambar-54. Pemberian Materi Seminar



Gambar-55. Peralatan Demonstrasi



Gambar-56. Sesi Tanya Jawab



Gambar-57. Sesi Demonstrasi Uji Klorin



Gambar-58. Sesi Uji Rasa Air PDAM

Studi Kasus dan Simulasi

Modul Pelayanan Pelanggan

Panduan Latihan Simulasi dan Studi Kasus

Modul Pelayanan Pelanggan

Peraturan:

1. Siapkan kelompok kecil (3 orang) dan kelompok besar (5 orang) di hari pertama
2. Peserta diharapkan menyiapkan laptop
3. Peserta diharapkan menyiapkan dokumen berikut (jika ada) dari tiap-tiap PDAM agar hasil simulasi relevan dengan situasi partisipan:
 - Sampel *database* pelanggan termasuk *database* keluhan
 - Jadwal baca meter / Jadwal Pencatatan Air
 - Rute baca meter
 - Laporan Pemakaian Air
 - Laporan Pengaduan
 - Lembar form sambungan baru
 - Brosur/pamphlet terkait pelayanan/pemasaran
 - Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) dan hasil olah data SKP **dan** Laporan SKP/IKM
 - Data Kinerja Pelayanan Pelanggan BPPSPAM min. 2 tahun terakhir **dan** Laporan Kinerja PDAM masing-masing
4. Latihan Individu dapat dikerjakan setelah sesi tiap kelas, latihan kelompok kecil maupun kelompok besar dapat disiapkan sebelum hari keempat agar di hari keempat diskusi menjadi lebih kaya karena masing-masing kelompok telah memiliki bahan.

Bab 2: Pengelolaan Akun Pelanggan

Latihan Individual

1. Kerjakan tabel 6.
2. Lihat tabel 7 dan bandingkanlah dengan *database* eksisting Anda.
3. Elaborasikan dengan item data yang ditandai dengan **bold** lalu tentukanlah data mana yang belum ada namun bermanfaat bagi PDAM Anda.

Latihan Kelompok Kecil

1. Diskusikan hasil latihan individual dengan kelompok.
2. Buatlah *database dummy* yang menurut kelompok Anda ideal ke dalam format Excel (jika tidak membawa laptop, buatlah *draft* tulis tangan dengan rapi).

Bab 3: Pengelolaan Data Baca Meter

Latihan Individu dan Kelompok Kecil

1. Buatlah *draft* jadwal baca meter untuk satu bulan dan rute baca meter yang sesuai dengan PDAM Anda. Anggaplah jadwal dan rute ini sebagai bahan yang akan diajukan kepada Direksi. Jika sudah ada, bandingkanlah dengan rekan-rekan di kelompok Anda.
2. Hitunglah NRW dengan data yang ada pada *database* sesuai langkah-langkah yang dijabarkan. Jika *database* belum memiliki data yang relevan, tambahkanlah. Lakukan juga pada *database* Perusahaan Anda.
3. Hitunglah kecenderungan *error* NRW (koreksi selisih baca meter) dengan memperhitungkan interval (hari) baca meter sesuai langkah-langkah yang dijabarkan. Lakukan juga pada *database* Perusahaan Anda.

Latihan Kelompok Kecil (3-4 orang)

1. Bagilah peran antara Petugas PDAM, Petugas Baca Meter, dan Pelanggan. Simulasikan percakapan Anda antara:
 - Petugas PDAM mengingatkan tugas-tugas baca meter sebagai pengamat lapangan.

- Petugas baca meter menanyakan/menanggapi isu pencurian air/sambungan ilegal, kebocoran, dan meter rusak.
- Petugas baca meter menyampaikan ke PDAM.
- Petugas PDAM menanggapi laporan petugas baca meter.
- Salah satu pemeran beralih menjadi direksi/manajer/bagian teknis yang menanggapi laporan dari petugas PDAM.

Bab 4: Penanganan Pelanggan

Latihan Kelompok Kecil

1. Posisikan PDAM Anda sebagai PDAM dengan target satu hari untuk penyelesaian permohonan pemasangan sambungan baru. Bagilah antara Calon Pelanggan, Hublang, dan Bagian Teknis untuk penyelesaian sambungan baru. Simulasikan hal-hal berikut ini:
 - Calon Pelanggan mengajukan permohonan dan diselesaikan tanpa masalah dalam satu hari.
 - Calon Pelanggan mengajukan keluhan karena permohonan sambungan ternyata tidak selesai di hari yang sama. Eksplor penyebab dan penyelesaiannya. Contoh: administrasi hublang tidak baik, bagian teknis lama merespon, data pelanggan tidak lengkap, dsb. Sesuaikan dengan kondisi riil dan usahakan spontan agar respon sesuai lapangan.
2. Bagilah peran antara Petugas Hublang, Pelanggan, dan Bagian Terkait. Simulasikanlah proses penanganan keluhan di tiap-tiap PDAM (boleh dengan skenario). Diskusikanlah kesamaan dan perbedaan dari tiap-tiap model penanganan di masing-masing PDAM. Apakah kesamaan dan perbedaan tersebut berpengaruh pada efektivitas dan efisiensi penyelesaian aduan?
3. Buatlah *database* keluhan berisi 10 data keluhan (gunakan tabel 12, 13, dan gambar 19 sebagai referensi) secara berkelompok. Buatlah analisis sesuai 1. Frekuensi keluhan yang paling banyak terjadi, 2. Frekuensi keluhan yang paling sering terjadi di suatu daerah, 3. Daerah yang paling sering mengajukan keluhan. Buatlah grafik batang.

Latihan Individu

1. Lakukanlah latihan 3 di atas pada sampel *database* keluhan Perusahaan Anda. Jika belum pernah dilakukan, rancanglah analisis yang dapat disampaikan kepada direksi/manajer.

Bab 5: Pemasaran

Latihan Individu

1. Lakukanlah analisis SWOT (*Strength*-kekuatan contoh: sumber daya internal; *Weakness*: kelemahan; *Opportunity*; kesempatan dan dukungan eksternal; *Threat*-hambatan luar perusahaan, contoh: regulasi, dsb) yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan pemasaran di perusahaan Anda!
2. Hitunglah SKP perusahaan Anda berdasarkan Peraturan Menteri No. 25/2004.

Latihan Kelompok Besar

1. Diskusikanlah SWOT-SWOT yang paling umum muncul di masing-masing anggota kelompok.
2. Tempatkan kelompok Anda sebagai pegawai di PDAM yang sama. Buatlah rancangan kegiatan promosi secara berkelompok berdasarkan analisis SWOT yang disepakati. Sesuaikanlah dengan kondisi perusahaan berdasarkan analisis SWOT. Buatlah rancangan yang sedapat mungkin dapat diimplementasikan semua anggota kelompok setelah *training*.

Bab 6: Kinerja Pelayanan Pelanggan


Latihan Kelompok Kecil

1. Lakukanlah perhitungan kinerja Rasio Pelatihan PDAM Anda dan bandingkanlah. Paparkan dalam grafik batang.
2. Lakukanlah perhitungan kinerja Rasio Baca Meter PDAM Anda dan bandingkanlah. Paparkan dalam grafik batang.

3. Lakukanlah perhitungan kinerja Rasio Penggantian Pipa PDAM Anda dan bandingkanlah. Paparkan dalam grafik batang.
4. Lakukanlah perhitungan kinerja Rasio Keluhan terkait Tekanan Air Rendah PDAM Anda dan bandingkanlah. Paparkan dalam grafik batang.

Latihan Individu

1. Dengan data penilaian kinerja Pelayanan Pelanggan perusahaan Anda, tentukan tren data dan lakukanlah analisis SWOT.
2. Tentukanlah langkah-langkah peningkatan kinerja. Kembangkanlah selayaknya dokumen tersebut akan disampaikan kepada direksi/manajer.

A decorative horizontal scroll graphic with a vertical handle on the left side and a small circular detail on the right side. The word "Referensi" is centered within the scroll.

Referensi

Referensi

A. Undang-Undang dan Kebijakan

- Undang-Undang No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 1989 tentang Standar Nasional untuk Satuan Ukuran
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 122 Tahun 2015 tentang Sistem Penyediaan Air Minum
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 38 Tahun 2012 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Pelayanan Publik.
- Peraturan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat No. 20 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Kementerian PUPR
- Peraturan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat No. 10/PRT/M/2016 tentang Pemberlakuan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Pengelolaan SPAM
- Peraturan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat No. 27 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sistem Penyediaan Air Minum
- Peraturan Kementerian Kesehatan 492/Menkes/Per/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum
- Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 170 Tahun 2016 tentang Penetapan SKKNI Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat dan Konsultasi Manajemen Bidang Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*)
- Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 457 Tahun 2015 tentang Penetapan SKKNI Kategori Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah dan Daur Ulang; Pembuangan dan Pembersihan Limbah dan Sampah Golongan Pokok Pengadaan Air Bidang Pengelolaan Sistem Penyediaan Air Minum Sub Bidang Pengembangan Bisnis, Keuangan dan Rencana Pengamanan Air Minum
- Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. No. 422 Tahun 2014 tentang Penetapan SKKNI Kategori Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah dan Daur Ulang; Pembuangan dan Pembersihan Limbah dan Sampah Golongan Pokok Pengadaan Air Bidang Pengelolaan Sistem Penyediaan Air Minum
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Publik

B. Buku

- Badan Peningkatan Penyelenggaraan Sistem Penyediaan Air Minum. *Petunjuk Teknis Penilaian Kinerja PDAM*. 2015
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). *SNI 2547:2008 tentang Spesifikasi Meter Air Minum*. 2008
- Lembaga Administrasi Negara – Republik Indonesia. 2006. *Pelayanan Prima Modul Pendidikan dan Pelatihan Prajabatan Golongan III*. 2006.
- Suryono, Y. Agustus. *Hal-Hal yang Mempengaruhi Akurasi Meter Air – Air Minum*. Hal 36-37. 2011
- Zane. Dalam Makalah *Studi Kehandalan Meter Air oleh Nasta Rofika/3308100113 Teknik Lingkungan -FTSP Institut Teknologi Sepuluh Nopember*. 2004

C. Narasumber Konsinyasi Modul

- PDAM Kota Banjarmasin
- PDAM Kota Malang
- PT. Adhya Tirta Batam
- PT. Aetra Air Jakarta
- Direktorat Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum, Dirjen Cipta Karya, Kementerian PUPR

D. Narasumber Lapangan

- PDAM Kab. Banyuasin
- PDAM Kota Bekasi
- PDAM Kota Bitung
- PDAM Kab. Gowa
- PDAM Kab. Lebak
- PDAM Kab. Ogan Ilir
- PDAM Kota Parepare
- PDAM Kab. Sragen

Lampiran
Handout PPT Dasar



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan



Bab 1

Garis Besar Pelayanan Pelanggan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

SPAM

Kewajiban
Perusahaan
Penyelenggara
ra SPAM

- Memasok air dari sungai/sumur
- Proses IPA
- Instalasi jaringan penyediaan air minum



Air minum bersih

Pelanggan [Memperoleh air



Contoh sistem lainnya

(Sama dengan
kegiatan
bisnis diatas)

Pizzeria

- Menyiapkan bahan baku
- Mengolah bahan dan resep
- Mengantar pizza



Pizza yang lezat

Pelanggan [Menerima pizza





Garis Besar Pelayanan Pelanggan

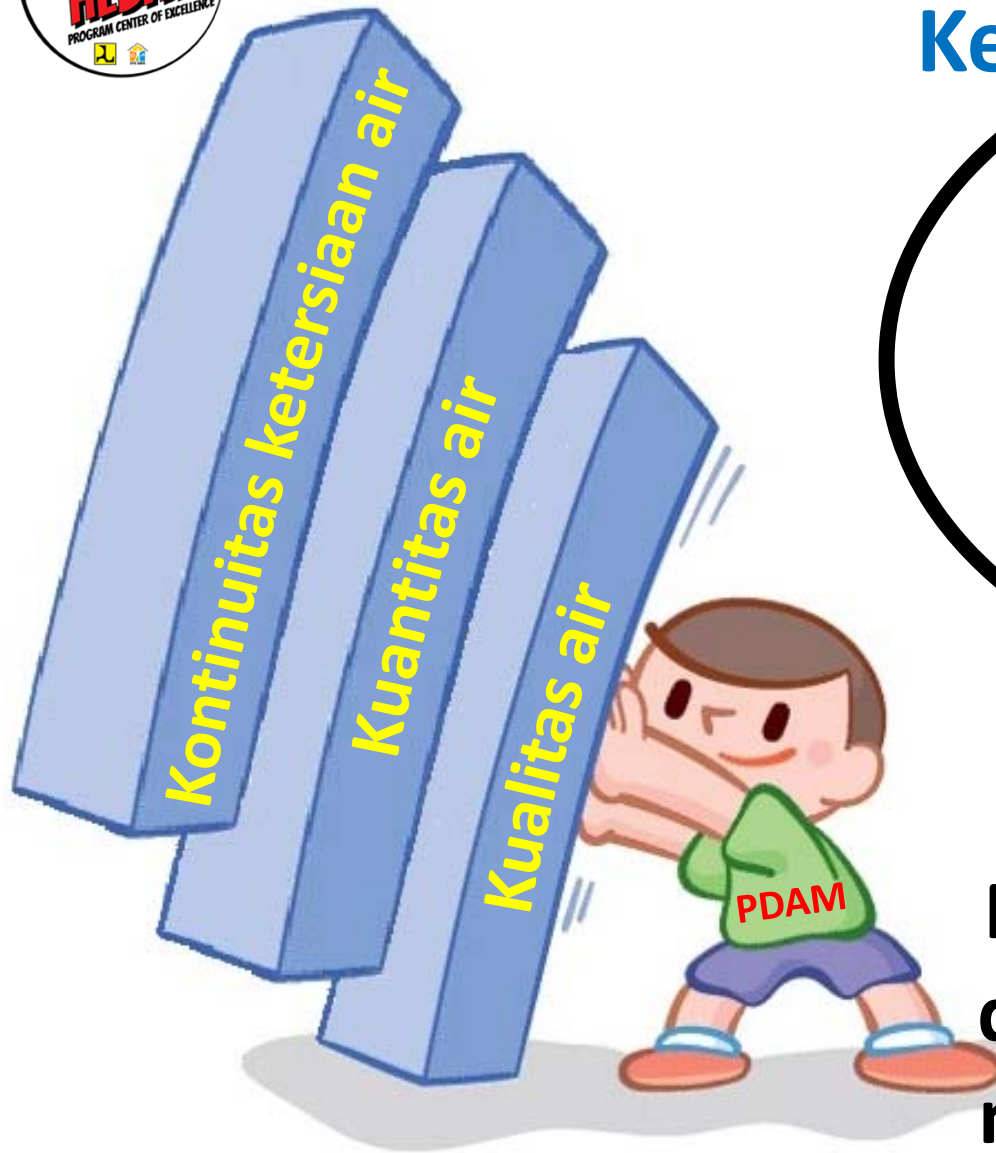
4

Kegiatan Penyelenggara SPAM

Unit Produksi
Unit Distribusi
Unit Manajemen
Unit Pelayanan



Menyediakan air minum
dengan harga terjangkau
melalui pelayanan prima

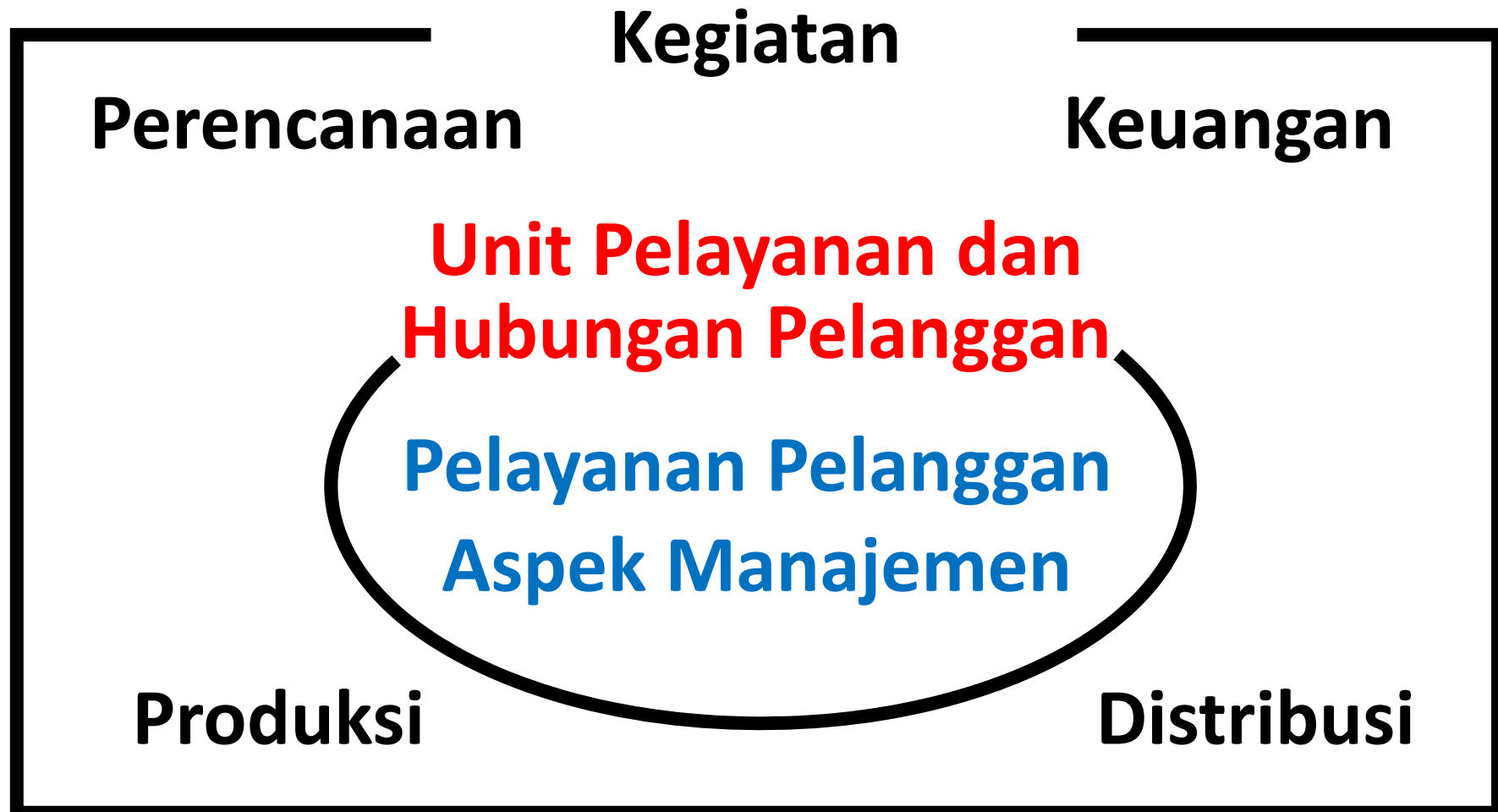




Garis Besar Pelayanan Pelanggan

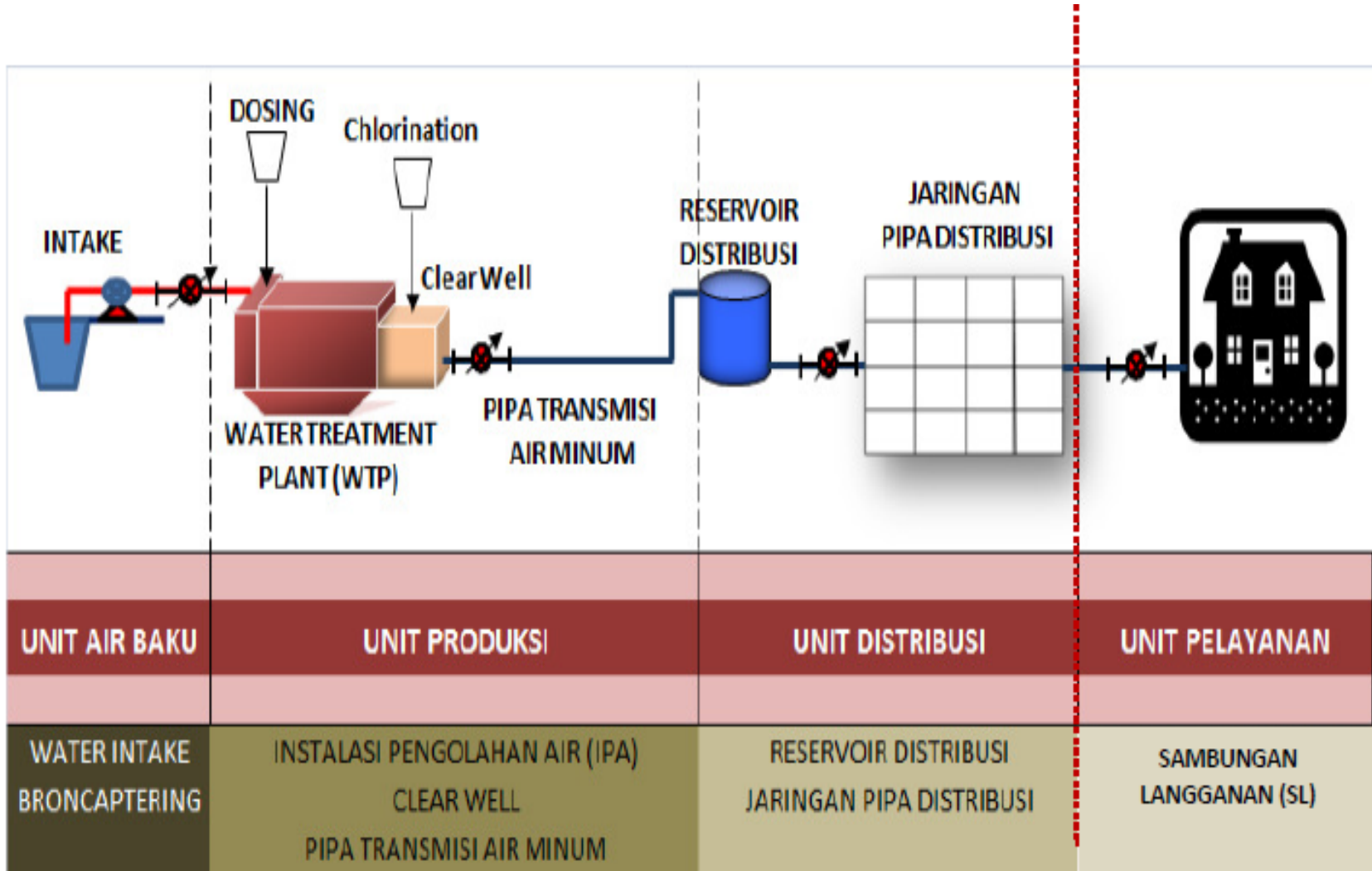
5

Unit Pelayanan: Jembatan antara pelanggan dan perusahaan





Garis Besar Pelayanan Pelanggan





Garis Besar Pelayanan Pelanggan

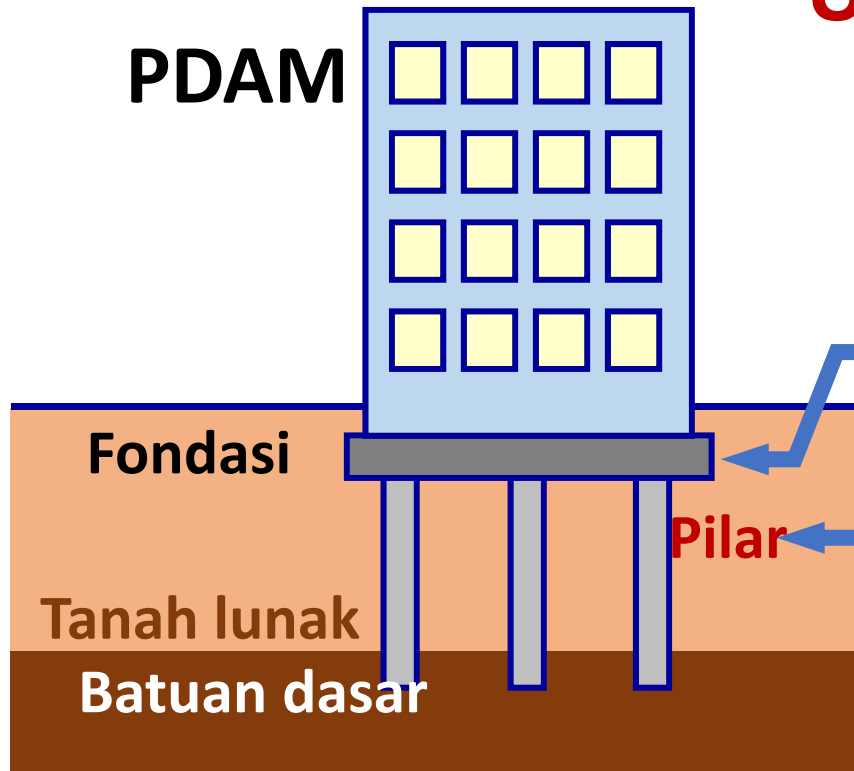
7

Posisi Pelayanan Pelanggan

Sebagai:

Unit penting dalam PDAM

Pilar penyangga PDAM



Layanan administrasi

Layanan pelanggan

Melayani sepanjang proses administrasi yang berpengaruh pada arus kas masuk potensial



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

8

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Berdasarkan ...

Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 422 Tahun 2014 tentang Penetapan SKKNI Kategori Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah Daur Ulang, Pembuangan dan Permbersihan Limbah dan Sampah Golongan Pokok Pengadaan Air Bidang Pengelolaan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) sebagai Pelayanan Pelanggan.



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

9

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Hubungan Pelanggan

- Kegiatan pelayanan → hubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini
- Mencakup penyelesaian aduan dan pertanyaan pelanggan
- Menyesuaikan prinsip pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan sesuai dengan hak dan kewajiban pelanggan dan perusahaan.



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

10

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Layanan Pelanggan

Kegiatan yang terdiri dari :

- Penyediaan media pelayanan keluhan
- Penerimaan aduan pelanggan
- Pengarsipan aduan pelanggan dan analisis
- Umpan balik dan evaluasi, kontrol kualitas terhadap penanganan pelanggan
- Peningkatan kepuasan pelanggan dan citra perusahaan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

11

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Keluhan Pelanggan

Bentuk umpan balik pelanggan kepada perusahaan atas kondisi pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan yang dijanjikan.

Manajemen Pelanggan

Sistem informasi terintegrasi untuk:

- Perencanaan dan penjadwalan
- *Monitoring* dan evaluasi aktivitas-aktivitas pelayanan pelanggan antara lain:
 - Pusat panggilan (*call center*)
 - Tenaga penjualan (*sales force*)
 - Pemasaran
 - Dukungan teknis (*technical support*)
 - Layanan lapangan (*field service*)



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

12

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Manajemen Pelanggan

Sistem informasi terintegrasi untuk:

- Perencanaan dan penjadwalan
- *Monitoring* dan evaluasi aktivitas-aktivitas pelayanan pelanggan antara lain:
 - Pusat panggilan (*call center*)
 - Tenaga penjualan (*sales force*)
 - Pemasaran
 - Dukungan teknis (*technical support*)
 - Layanan lapangan (*field service*)



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

13

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Pemasaran

- Sistem dan kegiatan bisnis yang dirancang untuk:
 - Perencanaan dan penentuan harga/tariff
 - Distribusi barang/jasa
 - Promosi
 - Pencapaian tujuan/target pemasaran
 - Menyesuaikan kebutuhan pasar dengan jasa/produk yang disediakan.
- (SKKNI 170/2016)



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

14

Terminologi Pelayanan Pelanggan Manajemen Hubungan Pelanggan

- Strategi pemasaran perusahaan agar ada pelanggan baru dan pelanggan eksisting semakin loyal terhadap produk/jasa
- Sarana pengelolaan hubungan dengan *stakeholders* dan pelanggan
- Sistem pengelolaan yang *customized*, real time, dan dapat disesuaikan dengan tipe pelanggan, produk/jasa yang dijual, dan input pelanggan
- Mencakup kegiatan penjualan, pemasaran, data-data penjualan dan pelayanan, dan menampung anggapan pelanggan (SKKNI 170/2016)



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

Terminologi Pelayanan Pelanggan

Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. 422 Tahun 2014





Garis Besar Pelayanan Pelanggan

16

Peran Pelayanan Pelanggan

1. Memastikan pelanggan memperoleh layanan air bersih
2. Mendokumentasikan data pelanggan masuk
3. Memberikan pelayanan prima melalui penanganan aduan yang baik, menampung informasi dari pelanggan, dan menotifikasi pelanggan terkait informasi layanan
4. Menjawab pertanyaan pelanggan dan menepati permintaan pelanggan yang sudah dijanjikan
5. Mengelola data baca meter, perhitungan volume konsumsi air, dan tagihan rekening air
6. Menginformasikan jumlah tagihan, jatuh tempo, dan denda keterlambatan pembayaran terhadap pelanggan
7. Mengedukasi masyarakat sekitar
8. Menyelenggarakan kegiatan promosi terkait layanan dan kegiatan perusahaan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

17

Tujuan Pelayanan Pelanggan

Sistem manajemen yang bertujuan meningkatkan citra bisnis perusahaan di mata pelanggan melalui kegiatan sistematis yang terpantau

Sistem manajemen tersebut, mencakup:

- # Pengelolaan dan analisis informasi pelanggan**
- # Ekstraksi keluhan dan permohonan pelanggan**
- # Penganganan keluhan pelanggan**



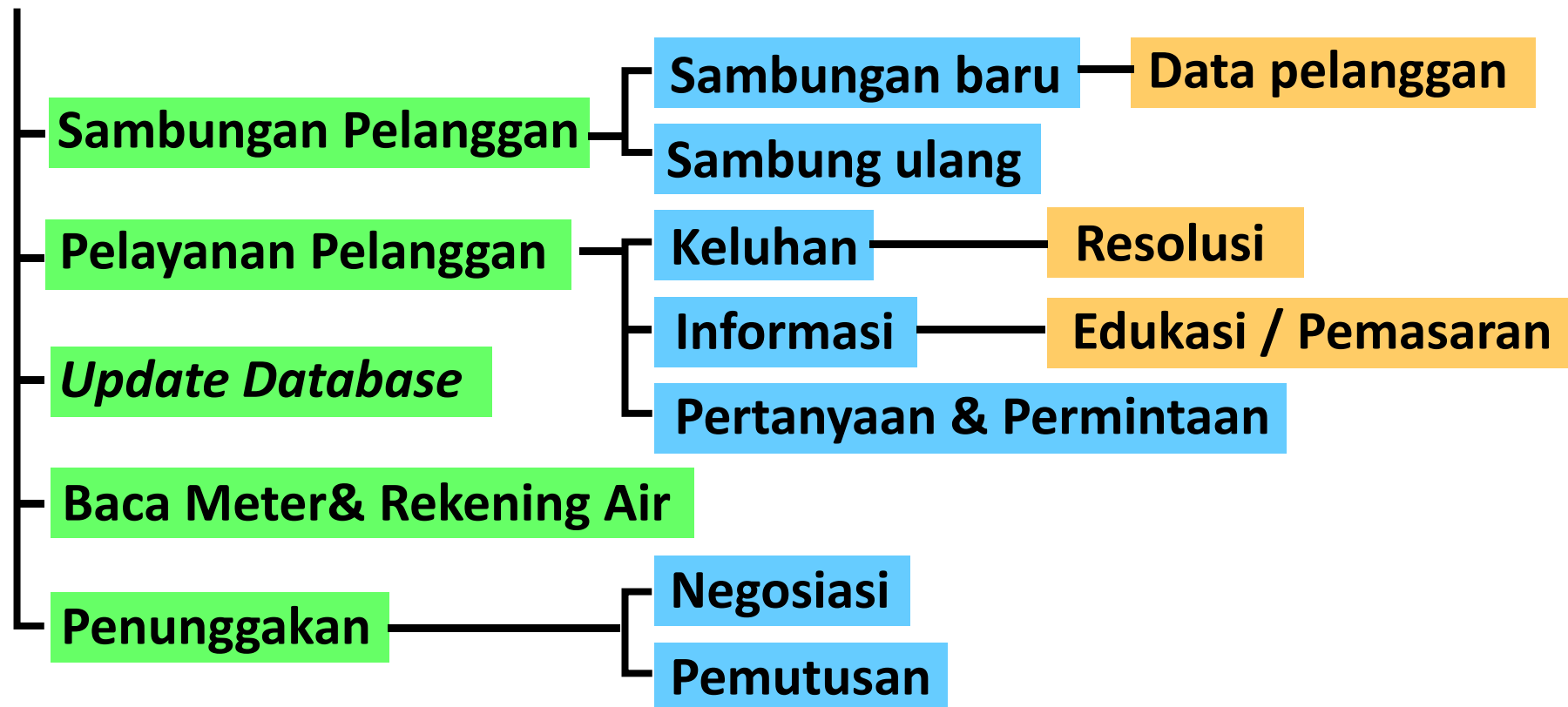
Garis Besar Pelayanan Pelanggan

18

Kegiatan Pelayanan Pelanggan

Bisnis penyediaan air mencakup operasional beberapa kegiatan untuk meningkatkan layanan sbb:

Kegiatan terkait pelayanan pelanggan





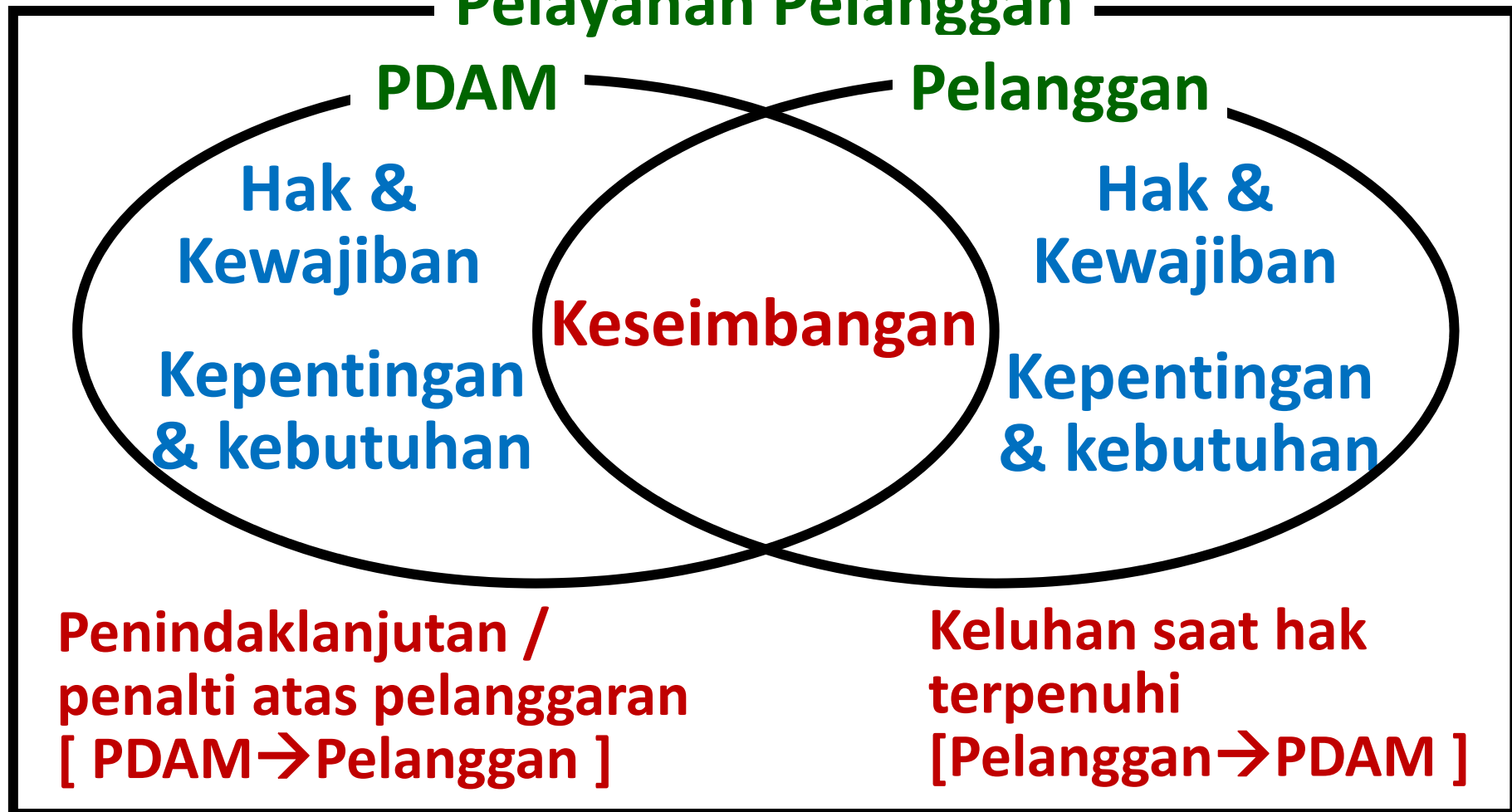
Garis Besar Pelayanan Pelanggan

19

Hak & Kewajiban

Hak & Kewajiban Pelanggan dan Perusahaan

Pelayanan Pelanggan





Garis Besar Pelayanan Pelanggan

20

Hak & Kewajiban

Hak & Kewajiban Pelanggan dan Perusahaan

Kewajiban
PDAM

Tekanan air yang baik
Air keran yang bersih
Ketersediaan air selama 24 jam
Baca meter yang akurat

Hak
Pelanggan

PDAM



Pelanggan

Hak
PDAM

Pembayaran sesuai jumlah
dan sesuai tenggat waktu

Kewajiban
Pelanggan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

21

Hak & Kewajiban

Kata Kunci terkait Hak dan Kewajiban Kewajiban PDAM

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen

- # Hak dalam memperoleh dan mengakses (air minum)
- # Perlindungan konsumen
- # Penyelesaian sengketa dengan pelanggan
- # Hak untuk membuat ketentuan yang akan dilakukan

PP No. 122 Tahun 2015 terkait SPAM

- # Pengembangan sistem penyediaan air minum
- # Implementasi sistem penyediaan air minum
menyediakan layanan air minum yang terjangkau dan berkualitas untuk memperluas cakupan pelayanan

Dan referensi-referensi lainnya



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

22

Hak & Kewajiban

Kata Kunci terkait Hak dan Kewajiban Hak Pelanggan

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen

- # Keamanan dan kenyamanan dalam mengakses layanan air
- # Memilih dan memperoleh layanan air
- # Dapat membela diri saat ada sengketa

PP No. 122 Tahun 2015 terkait SPAM

- # Memperoleh informasi terkait struktur tarif
- # Memperoleh tagihan air
- # Mengetahui keadaan tertentu yang dapat mempengaruhi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas layanan air

Permenkes 492/Menkes/Per/IV/2010

- # Memperoleh kualitas air sesuai parameter standar keamanan dan kesehatan yang berlaku



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

23

Hak & Kewajiban

Kata Kunci terkait Hak dan Kewajiban

Kewajiban Pelanggan (Hak Perusahaan)

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen

- # Mengikuti prosedur perusahaan SPAM**
- # Beritikad baik dalam melakukan transaksi sesuai ketentuan yang berlaku**

PP No. 122 Tahun 2015 terkait SPAM

- # Membayar tagihan bulanan sesuai pemakaian**
- # Menggunakan air dengan hemat dan wajar**
- # Merawat fasilitas dan infrastruktur (meter air)**
- # Mengikuti petunjuk dan prosedur perusahaan**
- # Menyediakan informasi yang akurat terkait jumlah konsumsi air dan kondisi air yang digunakan**



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

24

Peran Pelayanan Pelanggan

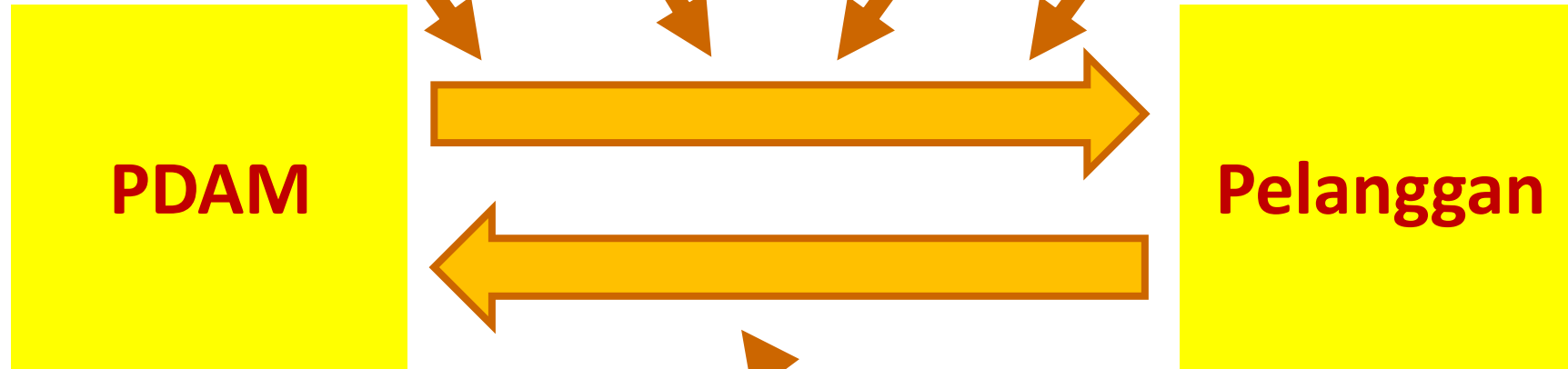
Meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan

Kualitas air yang baik

Penanganan keluhan

Masukan dan informasi

Harga terjangkau



Kesetiaan (Ketepatan jumlah dan waktu pembayaran, kooperatif saat gangguan air, dsb)

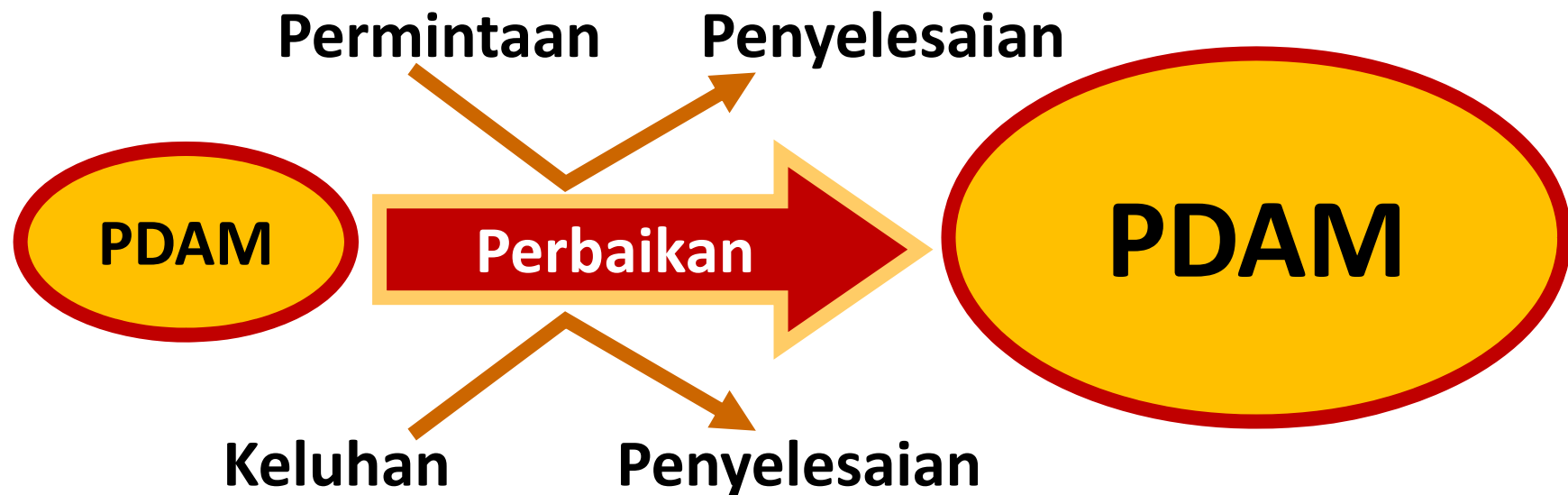


Garis Besar Pelayanan Pelanggan

25

Peran Pelayanan Pelanggan

- # Pengelolaan dan pengarsipan informasi pelanggan
- # Penanganan keluhan dan permintaan pelanggan
- # Menyediakan informasi saat ada gangguan air
- # Mengembangkan layanan sesuai masukan pelanggan



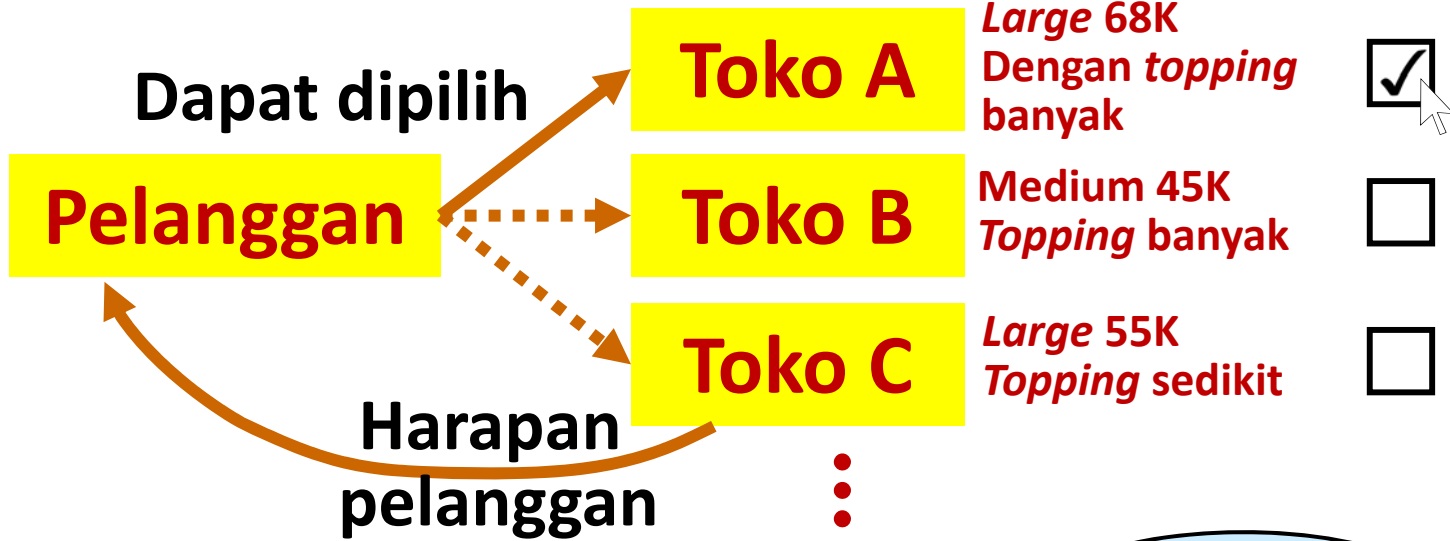


Garis Besar Pelayanan Pelanggan

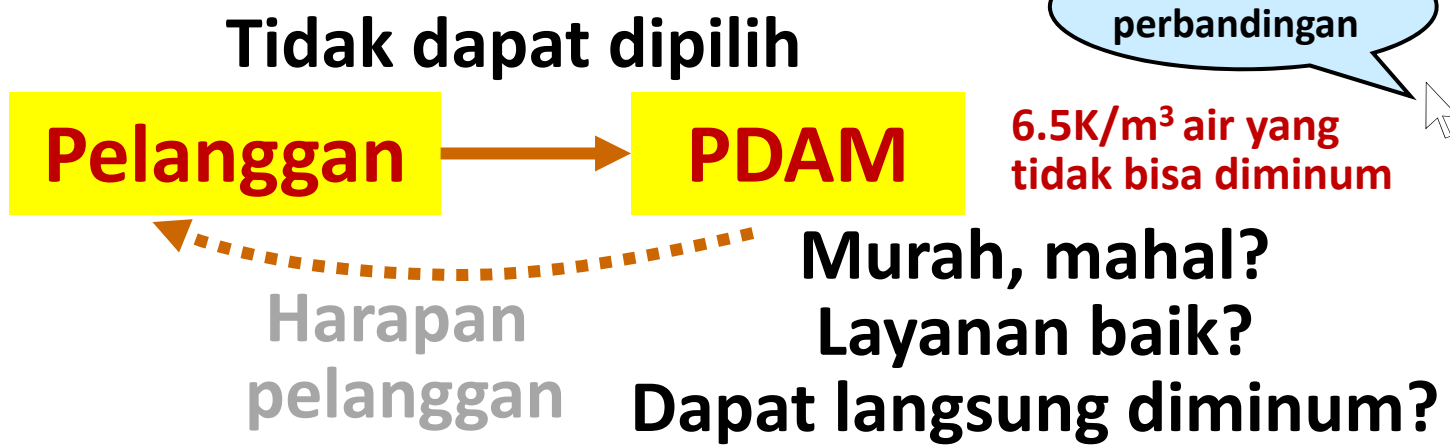
Peran Pelayanan Pelanggan

Opsi vendor dan penyesuaian harapan pelanggan

Pizza



Air keran

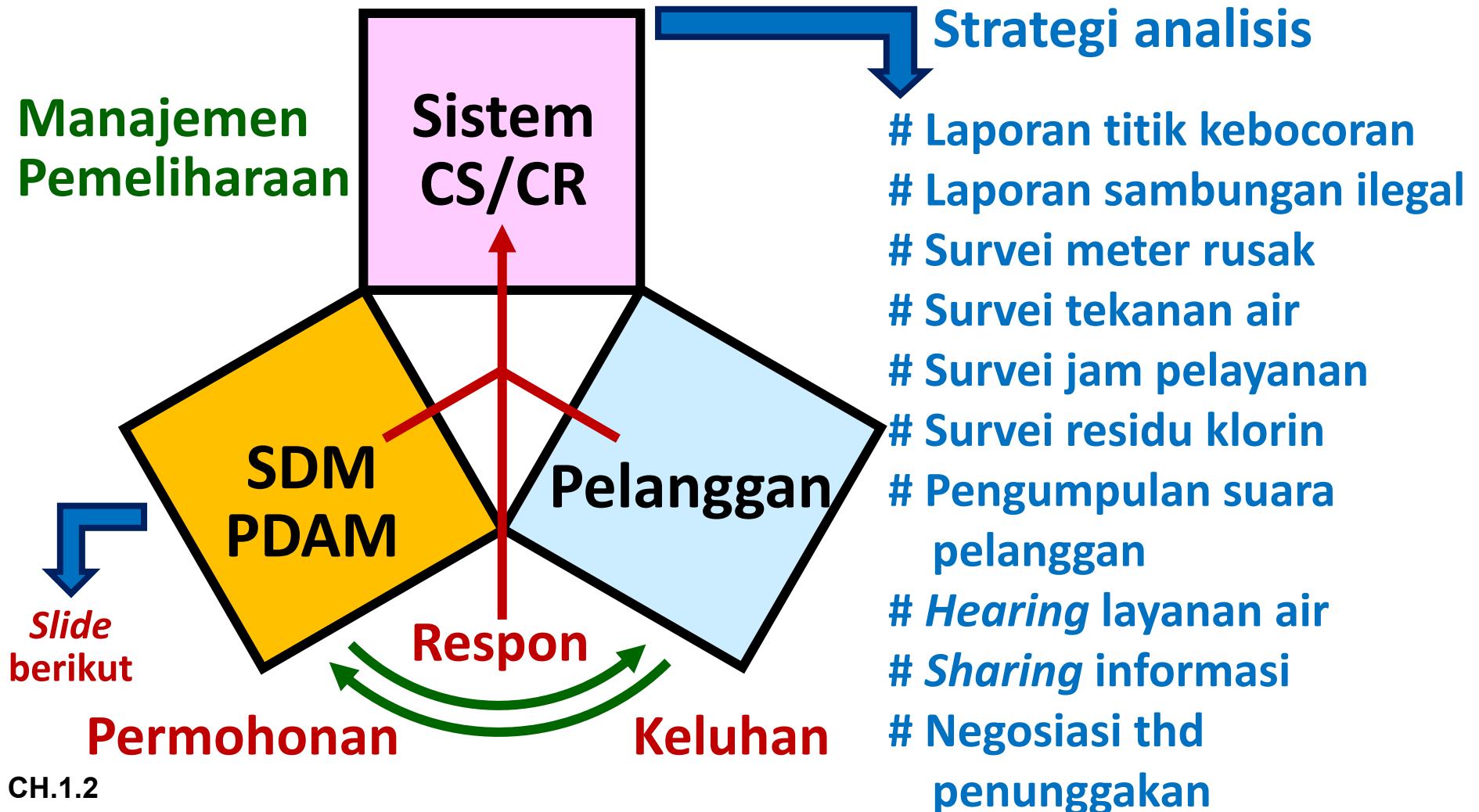




Garis Besar Pelayanan Pelanggan

Peran Pelayanan Pelanggan

Peran dan Fungsi





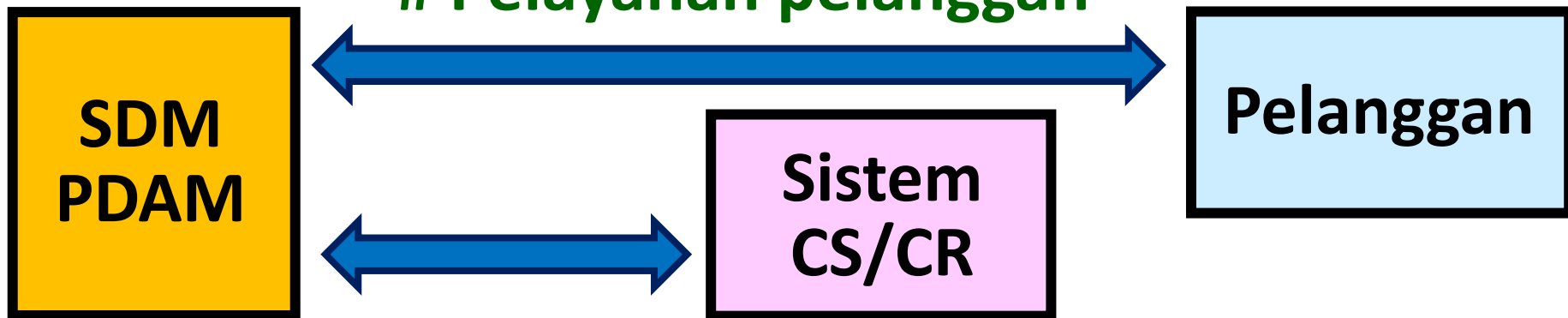
Garis Besar Pelayanan Pelanggan

28

Peran Pelayanan Pelanggan

Fungsi Pelayanan Pelanggan

- # Pasokan air
- # Layanan air
- # Pelayanan pelanggan



- # Pengembangan sistem (Ya/Tidak)
- # Struktur sistem (Jaringan, Digital/Analog)



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

29

Peran Pelayanan Pelanggan

Manfaat pelaksanaan pelayanan pelanggan

- Pengurangan kehilangan air fisik dan komersial
- Peningkatan kondisi penyediaan air dengan penguatan hubungan perusahaan dengan pelanggan

Laporan sambungan ilegal dari masyarakat sekitar atau pelanggan

Temuan meter rusak oleh pembaca meter

Laporan lokasi kebocoran di area perumahan pelanggan

Laporan kondisi tekanan air oleh pelanggan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

Relasi dalam Pelayanan Pelanggan

Relasi antar Pelayanan Pelanggan dengan Divisi Lain





Garis Besar Pelayanan Pelanggan

31

Relasi dalam Pelayanan Pelanggan

Relasi antar Pelayanan Pelanggan dengan Divisi Lain

CS ↔ Keuangan: Pendapatan tagihan rekening air akan menjadi sumber modal kegiatan bisnis

CS ↔ Pemetaan/Rentek: Sambungan pipa layanan dengan pipa distribusi dan meter air

CS ↔ Informasi: Menginformasikan kondisi air minum (Pemutusan/penyumbatan air, pekerjaan konstruksi, pemberlakuan jam layanan)

Pelayanan pelanggan yang baik akan meningkatkan efisiensi bisnis perusahaan dan layanan air

Meningkatkan kepuasan pelanggan



Garis Besar Pelayanan Pelanggan

32

Kuis Bab 1

Q1. Perusahaan berkewajiban menyediakan layanan air minum kepada pelanggan, dan pelanggan berkewajiban melakukan pembayaran.

IYA / TIDAK

Q2. Perusahaan dapat berkembang tanpa mengandalkan kepercayaan pelanggan.

IYA / TIDAK

Q3. Tujuan pelayanan pelanggan adalah untuk memperoleh kepercayaan pelanggan.

IYA / TIDAK



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan



Bab 2

Pengelolaan Akun Pelanggan



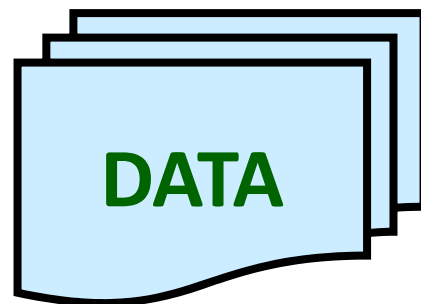
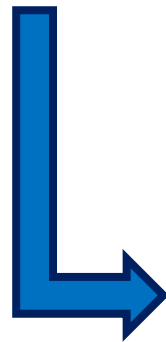
Pengelolaan Akun Pelanggan

Apa itu pengelolaan akun pelanggan?

Layanan penyediaan air minum



Rekening Air **Pembayaran** ← Tujuan



- Analisis statistik
- Analisis wilayah
- Analisis keluhan
- Analisis pendapat pelanggan



Membantu perusahaan menentukan Strategi dan kegiatan peningkatan layanan pelanggan



Pengelolaan Akun Pelanggan

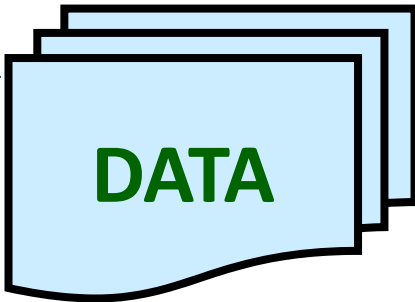
4

Bagaimana mengumpulkan dan mengelola data?

Isian formulir berlangganan



Hasil isian pelanggan



Pengumpulan data

Saat pendaftaran awal

Saat pembayaran (wawancara)

Korespondensi surat/email, dsb

Pengembangan dan perbaikan *database*





Pengelolaan Akun Pelanggan

5

Bagaimana mengelola data pelanggan?

Apakah pengelolaan data pelanggan hanya dilakukan perusahaan air minum? ➡ Tidak

Apakah pengelolaan data pelanggan memerlukan *skill* khusus? ➡ Tidak

Pengelolaan data pelanggan adalah hal yang sudah umum dilakukan perusahaan/kegiatan bisnis.

Pengembangan dan pemaatan data pelanggan memiliki manfaat bagi PDAM.

Tidak ada PDAM yang tidak memerlukan pengelolaan data pelanggan.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Proses pengelolaan aku pelanggan

Pemilihan dan penyusunan data

Memilih dan menyusun data dari informasi pelanggan

Pengembangan *database*

Mengkompilasi informasi pelanggan menjadi *database*

Dokumentasi dan persiapan analisis data

Analisis *database* sesuai dengan kebutuhan perusahaan

Pelatihan untuk keterampilan analisis

Meningkatkan kompetensi staf di bidang analisis data

Pemanfaatan analisis data

Pemanfaatan hasil analisis data sesuai dengan kebutuhan bisnis

Pelaporan dan peninjauan

Melapor dan meninjau hasil dari kegiatan pemanfaatan data



Pengelolaan Akun Pelanggan

Prinsip-Prinsip Data Pelanggan

Melakukan penagihan rekening air pelanggan berdasarkan jumlah air yang dikonsumsi

Air alami



Bebas biaya

Untuk semua dan tidak memerlukan data pelanggan

Air SPAM



Terkait penagihan biaya sesuai jumlah konsumsi

Membutuhkan data pelanggan



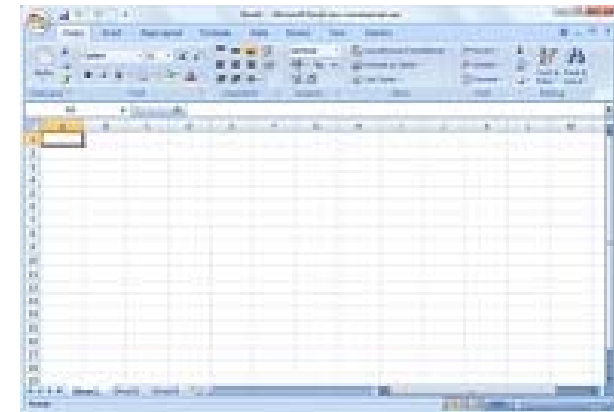
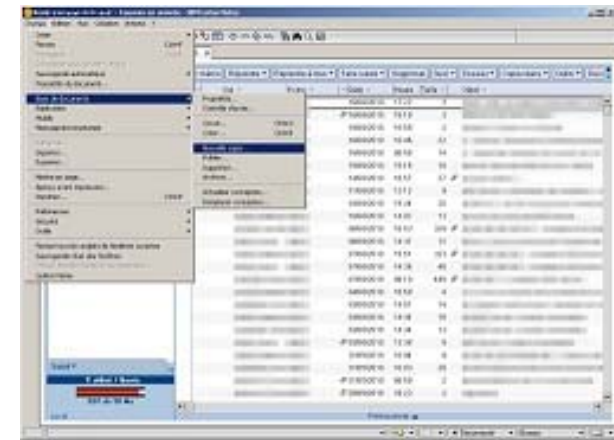
Pengelolaan Akun Pelanggan

8

Informasi Data Pelanggan

Elemen-Elemen dalam Pengelolaan Akun Pelanggan

1. Pemilihan dan pengumpulan data
2. Memilih metode yang cocok (*software* atau manual)
3. Mengisi dan *meng-update* data secara berkesinambungan





Pengelolaan Akun Pelanggan

9

Informasi Data Pelanggan

Elemen dalam Pengelolaan Akun Pelanggan

Pengembangan data pelanggan berdasarkan item yang masuk

Informasi tempat tinggal

(Ukuran keluarga, Usia/ukuran meter air)

Konsumsi air (Baca meter)

(Membandingkan ukuran keluarga dng konsumsi air)

Kondisi pembayaran saat ini

(Metode, riwayat pembayaran/ada tunggakan)

Riwayat pemutusan

(Sejarah negosiasi, pembayaran dengan cicilan)

Riwayat keluhan

(Keluhan sesuai/tidak sesuai)



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput? Item *database* dasar (Data utama)

ID Pelanggan (No.)	Stan meter air saat ini
Nama Pelanggan	Volume konsumsi air saat ini
Alamat (Posisi meter)	Periode penggunaan air saat ini (hari)
No. Telepon/e-mail	Jumlah tagihan rekening air
Diameter meter air	Tanggal jatuh tempo pembayaran
Stan meter air sebelumnya	Lama menunggak
Volume meter air sebelumnya	Denda penunggakan



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput? **Item *Database* (Instalasi Layanan Air)**

Material pipa layanan

Diameter pipa layanan

Tipe *fitting (coupling)* pipa layanan

Panjang pipa dari cabang pipa distribusi ke meter air

Tahun / bulan instalasi pipa layanan

Kedalaman rata-rata pipa layanan

Tahun / bulan instalasi meter air

Sejarah perbaikan kebocoran di sisi hulu meter air

Kebanyakan kasus kebocoran terjadi di pipa layanan berukuran kecil

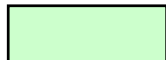


Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Item-Item *Database* (A: Informasi Dasar Pelanggan)

01: No. Pelanggan	11: Patokan Wilayah
02: Nama Pelanggan	12: Lokasi dua <i>valve</i> untuk pemutusan
03: No. Identitas (KTP/ID)	13: No. Telepon
04: Tempat Tanggal Lahir	14: No. Fax
05: Jumlah Anggota Keluarga (L:8 / M:5 / S:3)	15: No. Hp
06: Kode Wilayah Administrasi	16: Alamat e-mail
07: Alamat pada Peta Sambungan Pipa PDAM	17: Tanggal pengajuan berlangganan
08: Rute Baca Meter	18: Tanggal seminar pelanggan baru
09: Kode GPS	19: Tanggal mulai berlangganan
10: Alamat Instalasi Meter Air	20: Tanggal seminar pelanggan eksisting
	21: Tanggal kontrak baru (setelah pemutusan)



Item dasar



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Item-Item *Database* (B: Meter Air)

01: No. Meter	13: Tanggal Penggantian Meter Air
02: Diameter meter	14: Jadwal Periode Pemakaian
03: Perusahaan manufaktur meter	15: Kondisi Pengaturan Meter Air
04: Asal negara meter air	16: Kondisi Fisik Meter Air
05: Nama vendor meter air	17: Lokasi Instalasi Meter Air
06: Asal vendor meter air	18: Kondisi Lingkungan Sekitar Lokasi Instalasi Meter Air
07: Tipe model meter air	19: Nama perusahaan yang memasang meter air
08: No. model meter air	20: Nama Petugas dari Perusahaan yang Menginstalasi
09: Tanggal pembelian lot meter air	21: Tanggal Pemeriksaan Meter Berdasarkan Permohonan Pelanggan
10: Tanggal Pengujian Meter Air (Lot)	22: Tanggal Implementasi Pemeriksaan Meter Pelanggan
11: Tanggal Pengujian Meter Air (Satuan)	23: Jumlah Frekuensi Pemeriksaan Meter Air Pelanggan
12: Tanggal Pengaturan Meter Air	



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Item-Item Database (C: Pipa Layanan / D: Baca Meter)

01: Material Pipa	01: Nama Instansi Pembaca Meter
02: Tipe <i>Fitting</i>	02: Nama Petugas Baca Meter
03: Diameter Pipa Layanan	03: Data Baca Meter Air Bulan Ini
04: Panjang Pipa Layanan	04: Data Baca Meter Air Bulan Lalu
05: Kedalaman rata-rata pipa layanan	05: Interval Hari Baca Meter
06 Ada / Tidak ada Pelindung Pipa	06: Volume Air Baca Meter Bulan Berjalan
07: Gambar desain pipa layanan	07: Volume Air Baca Meter Bulan Lalu
08: Gambar Desain Pipa Layanan Air yang Disetujui	08: Volume Konsumsi Air Bulan Ini
	09: Volume Konsumsi Air Bulan Lalu
09: Tanggal penggantian pipa layanan	10: Rata-Rata Konsumsi Air Selama Setahun
10: Nama Perusahaan yang Melakukan Pekerjaan Konstruksi Penggantian Pipa	11: Jumlah Konsumsi Air Per Kapita Rumah Tangga
	12: Tanggal Baca Meter Selanjutnya
	13: Jumlah Bulan Pelaksanaan Baca Meter
Atas: C	14: Frekuensi Kesalahan Baca Meter
Kanan: D	15: Selisih Salah Hitung



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput? Item-Item Database (E: Pembayaran)

01: Status Pembayaran	11: Rasio Pemberian Surat Pemberitahuan Tunggakan
02: Jumlah Frekuensi Pembayaran Selama Satu Tahun Terakhir	12: Tanggal Penawaran Pengurangan Baca Meter dengan Perjanjian (Keluhan masuk; jika ada kesalahan)
03: Jumlah Frekuensi Penagihan	13: Tanggal Pengurangan Baca Meter dengan Perjanjian (Penanganan keluhan)
04: Jumlah Frekuensi Pembayaran	14: Jumlah Pengurangan Volume Konsumsi Air dengan Perjanjian (Penanganan keluhan → Tanggungjawab PDAM)
05: Jumlah Frekuensi Keterlambatan Pembayaran	15: Jumlah Pengurangan Rekening Air dengan Perjanjian (Penanganan Keluhan → Tanggungjawab PDAM)
06: Rasio Keterlambatan Pembayaran	16: Jumlah Penambahan Volume Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab Pelanggan)
07: Frekuensi Pemutusan Layanan Air	17: Jumlah Penambahan Rekening Air dengan Perjanjian (Tanggungjawab Pelanggan)
08: Rasio Pemutusan Layanan Air	18: Metode Pembayaran
09: Tanggal Surat Pemberitahuan Tunggakan	19: Lokasi Pembayaran
10: Jumlah Frekuensi Pemberian Surat Pemberitahuan Tunggakan	



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Item-Item *Database* (F: Pertanyaan/ G: *Monitoring*)

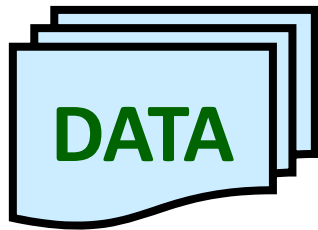
01: Jumlah Frekuensi Pertanyaan	01: Jumlah Frekuensi Pembuatan Material Kehumasan
02: Tanggal Pengaduan Keluhan	02: Berpartisipasi dalam survei/ <i>monitoring</i>
03: Jumlah Frekuensi Pengaduan	03: Terlibat dalam survei/ <i>monitoring</i>
04: Jumlah Frekuensi Penyelesaian Aduan	04: Jumlah frekuensi penerimaan kuesioner
05: Rasio Penyelesaian Aduan	05: Jumlah frekuensi penjawaban kuesioner
06: Jumlah Laporan Kebocoran Air di Permukaan	06: Rasio penjawaban kuesioner
07: Jumlah Laporan Sambungan Ilegal	07: Jumlah Frekuensi Pendaftaran ke Kegiatan Terkait
Atas: F Kanan: G	08: Jumlah Frekuensi Memperoleh Hadiah
	09: Rasio Menang dalam Kegiatan
	10: Jumlah Frekuensi Berpartisipasi dalam Kegiatan



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak



A05: Jumlah anggota keluarga

D05: Interval (hari) baca meter

D08: Konsumsi air bulan berjalan

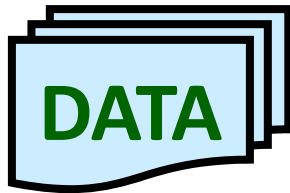
Nama	A05 (jumlah anggota)	D05 (hari)	D08 (m ³) → D08 (L)	D08/A05/D05 (LCD)
Aaaaa	5 (M)	27	16 → 16,000	119
Bbbbb	9	34	5 → 5,000	16
Ccccc	3 (S)	28	4 → 4,000	48
Ddddd	6	32	15 → 15,000	78
Eeeee	7	29	23 → 23,000	113
Fffff	9	31	49 → 49,000	176
Ggggg	8 (L)	33	22 → 22,000	83



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak



Ukuran
Keluarga



A05: Jumlah Anggota Keluarga	3	8
D05: Interval (hari) Baca Meter	29	32
D08: Konsumsi Air(m ³ →L)	9 (9,000)	10 (10,000)
Konsumsi air / kapita / hari	103	39

Konsumsi air (L) per kapita (C) per orang (D)

D08 (Konsumsi air bulan ini)

$$= \frac{D08 \text{ (Konsumsi air bulan ini)}}{D05 \text{ (Anggota Keluarga)} \times A05 \text{ (Interval hari)}}$$

$$S = \frac{9,000}{3 \times 29} = \underline{103 \text{ LCD}}$$

$$L = \frac{10,000}{8 \times 32} = \underline{39 \text{ LCD}}$$



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak

Nama	A05 (Jml Anggota kel)	D08/A05/D05 (LCD)
Bbbb	9	16
Cccc	3 (S)	48
Dddd	6	78
Gggg	8 (L)	83
Eeee	7	113
Aaaa	5 (M)	119
Ffff	9	176
Hhhh	6	182
Jjjj	4	183
Iiii	5 (M)	183

Urutkan data berdasarkan perhitungan LCD (liter/orang/hari) dari paling kecil. Tandai pelanggan dengan pemakaian yang tidak sesuai (terlalu sedikit/banyak).

Lakukan survei lapangan utk memeriksa kondisi meter, jika rusak, lakukan penggantian.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak

Ukuran keluarga	S	L
A05: Jumlah anggota keluarga	3	8
D05: Interval (hari) baca meter	29	32
D08: Konsumsi air (m ³ →L)	9 (9,000)	10 (10,000)
Konsumsi air/ kapita / hari	103	39

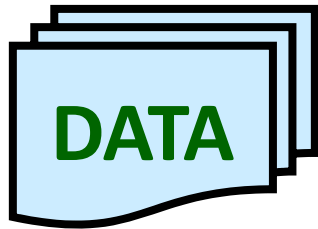
Akan sulit menentukan indikasi meter rusak jika kita hanya melihat satu data “Konsumsi ar bulan ini” (D08). Dengan mengkombinasi dan menganalisis data pelanggan, keg. Pengelolaan NRW dapat ditingkatkan.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Perbaikan Tekanan Air



Daftar Keluhan Pelanggan Tekanan Air Rendah, Air mampet

Nama	Kategori	Alamat	Tanggal/Waktu
Aaaaa	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.12, Kel.abc	SEP01/18:12
Ccccc	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.34, Kel.abc	SEP02/07:45
Ggggg	Air tidak keluar	JL Kkkk, No.56, Kel.def	Aug31/20:33
Hhhhh	Tekanan air rendah	JL Kkkk, No.78, Kel.def	SEP02/07:40
Nnnnn	Tekanan air rendah	JL Rrrrr, No.90, Kel.abc	SEP02/07:51
Ppppp	Air tidak keluar	JL Kkkk, No.45, Kel.def	Aug31/21:00

Dimana titik tekanan air rendah dan kapan air tidak keluar?

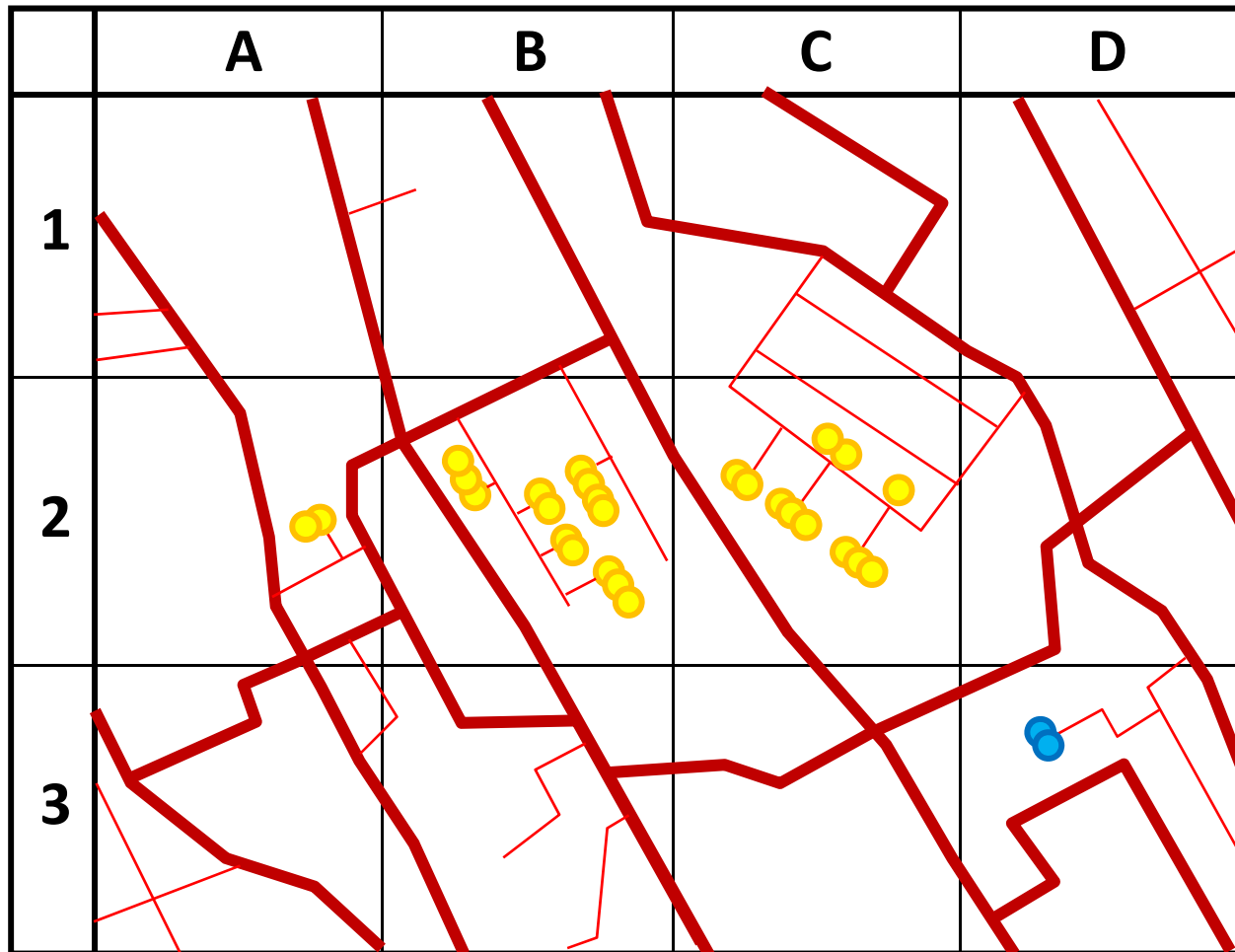
PDAM dapat memetakan masalah dgn analisis wilayah.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Perbaikan Tekanan Air



- Pipa Distribusi
- Pipa Cabang
- Keluhan thd tekanan air yang terlalu rendah
- Keluhan terkait air mampet

Pipa mana yang memerlukan perbaikan?



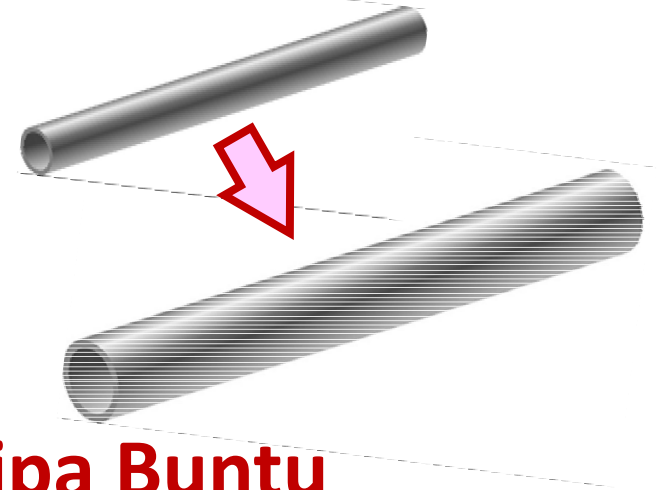
Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Tindak Lanjut Tekanan Air Rendah / Air Mampet

Penggantian pipa dengan diameter kecil ke besar

Pipa diameter kecil melemahkan aliran akibat gesekan di dalam pipa sehingga air tidak terdistribusi dengan baik kepada pelanggan



Loop dengan Sambungan pada Pipa Buntu

Selain pembuatan pipa cabang pada pipa distribusi, pemerataan tekanan air juga dapat dilakukan dengan menyambung pipa baru pada pipa buntu menjadi *loop*. Saat tekanan air menurun, tekanan pompa yg dikeluarkan jg menurun.

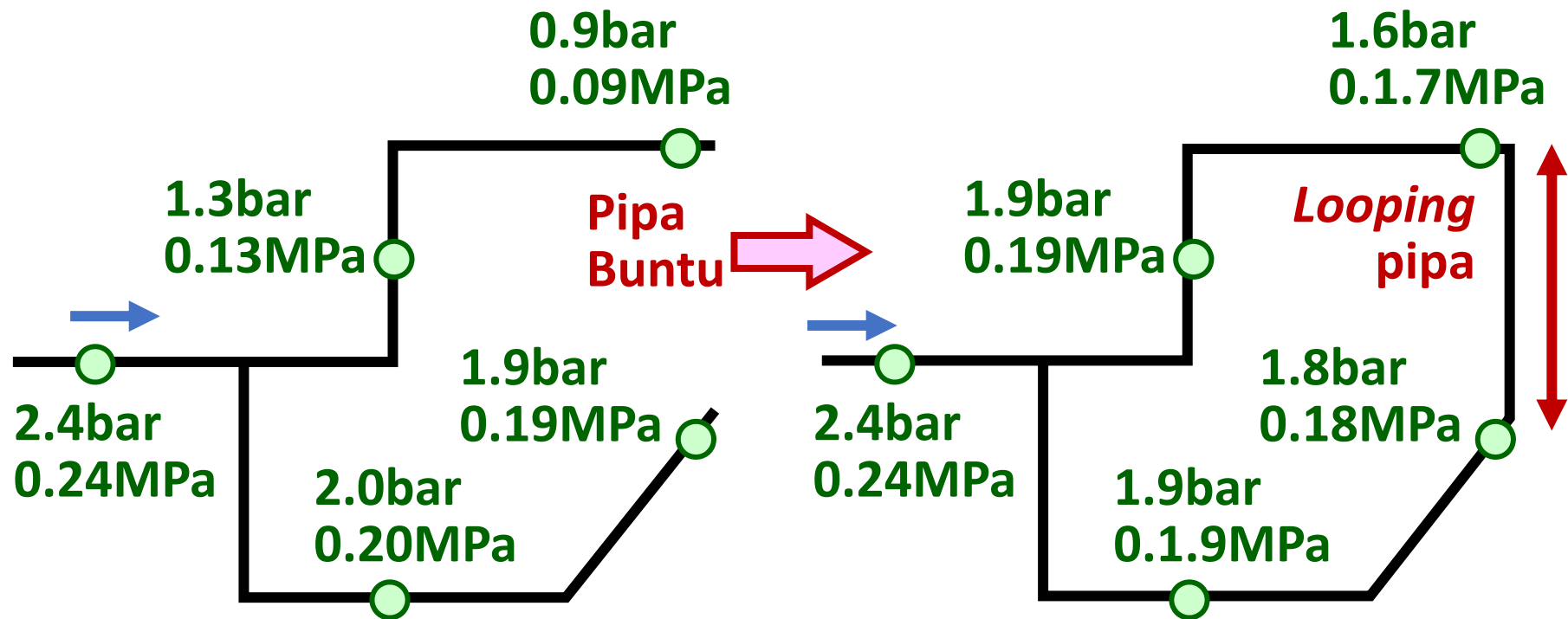


Pengelolaan Akun Pelanggan

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Perbaikan Tekanan dan Pasokan Air Bermasalah

Loop dengan Sambungan pada Pipa Buntu



○ Titik ukur tekanan air



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Pengumpulan Data Awal/Tambahan Pelanggan

PDAM

Pelanggan

Kontrak berlangganan pelanggan baru ↔ Saat pengisian

Ada data tambahan baru saat pembayaran ↔ Jawaban

Ada data tambahan dari telepon ↔ Jawaban

Kuesioner melalui surat/SMS/e-mail ↔ Jawaban



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Pengumpulan Data Awal/Tambahan Pelanggan

1. Pengumpulan data dari formulir berlangganan
2. Data konsumsi air dari baca meter
3. Pendataan sejarah pembayaran pelanggan
4. Data bulanan konsumsi air individu
5. Pendataan keluhan maupun informasi dari individu
6. Pendataan laporan lokasi kebocoran atau sambungan ilegal



Pengelolaan Akun Pelanggan

Data apa saja yang perlu diinput?

Hal-Hal Penting dalam Mengembangkan *Database*

1. Input data yang akurat
2. Konfirmasi data masuk oleh beberapa orang
3. Mengamankan data dng *security* (pin/password)
4. Mengatur protokol/SOP terkait akses dan penggunaan data oleh divisi lain
5. Pengaturan sistem agar data tidak disalahgunakan (*monitoring*)





Pengelolaan Akun Pelanggan

Manajemen/Pengelolaan Data

Frekuensi Pemutakhiran Data

- 1. Pemutakhiran ditentukan interval baca meter, skala perusahaan (berdasarkan jumlah pelanggan), dsb tetapi setidaknya dilakukan sebulan sekali.**
- 2. update data harus segera dilakukan saat ada perubahan data, keluhan masuk, selesai baca meter, dan begitu penagihan dan pembayaran sudah dilakukan**
- 3. Pegawai yang mengelola data juga bertanggungjawab penuh atas pemutakhiran data.**



Pengelolaan Akun Pelanggan

29

Pengelolaan Data Buku Opsi-Opsi Teknologi



1. Di sebagian besar PDAM, data pelanggan telah terkelola sedemikian rupa
2. Ada perusahaan SPAM yang sudah menggunakan *database* ada yang masih tertulis. Metode dapat disesuaikan dengan kinerja, sumber daya, dan ukuran perusahaan. Data *digital* tidak selalu menjadi opsi paling bagus.
3. Penggunaan Microsoft® Excel® cukup baik karena mudah digunakan namun sudah terdigitasi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
1	Date	login	platform	rtype	mime	print_id	user	online_id	title_id	doi	publication	unitid	domain	geoip-cou-geoip-lat1	
2	8/19/2013	INES_C01	ing	TOC	MISC	2046-2166	2046-2174	iosup			Internatio	iosup/v2	www.nature.com	CZ	50.0833
3	8/19/2013	KELVIN	ng	ARTICLE	HTML	1940-8692	bonekey				IBMS	Bonebonekey2	www.nature.com	CN	28.1792
4	8/19/2013	KRYSTAL	ng	TOC	MISC	0009-9208	1512-6535	clpt			Clinical Pr	clpt	www.nature.com		
5	8/19/2013	RILEY	NO	ng	ARTICLE	0028-0836	1476-4687	nature			Nature	nature117	www.nature.com	BR	10
6	8/19/2013	CHRIS_BO	ng	ARTICLE	PDF	1751-7362	1751-7370	isomej			The ISME	isomej2011	www.nature.com	CN	43.801
7	8/19/2013	GARRETT	ng	TOC	MISC	0955-9930	1476-5489	ijr			Internatio	ijr	www.nature.com	DE	51
8	8/19/2013	HARDY	AE	bmc	ARTICLE	1465-9921	respiratory-research	Respirator	respirator		Respirator	respirator	respiratory-research.ec	RU	53.1835
9	8/19/2013	NASH	WJ	bmc	ARTICLE	1471-2105		1471-2105			1471-2105		www.biomedcentral.c	CN	23.1887
10	8/19/2013	MADISEN	ng	ARTICLE	PDF	1751-7362	1751-7370	isomej			The ISME	isomej2011	www.nature.com	TW	25.0392
11	8/19/2013	ANDREAN	ng	ARTICLE	PDF	0028-0836	1476-4687	nature			Nature	493460a	www.nature.com	JP	35.69
12	8/19/2013	HAZLE	GU	bmc	ARTICLE	1465-9921	respiratory-research	Respirator	respirator		Respirator	respirator	respiratory-research.ec	US	35.0387
13	8/19/2013	ZACK	caim	BOOK_SE	HTML	9.78E+12					a1-ecole	www.caim.info		US	38
14	8/19/2013	HUDSON	caim	ARTICLE	HTML	9.78E+12					a1-ecole	www.caim.info		US	38
15	8/19/2013	ARCHIBAL	ng	ARTICLE	HTML	1751-7362	1751-7370	isomej			The ISME	isomej2011	www.nature.com	US	40.1883
16	8/19/2013	ARNOLD	ng	ARTICLE	HTML	0028-0836	1476-4687	nature			Nature	493166a	www.nature.com	US	39.9612
17	8/19/2013	HILLARD	edp	ARTICLE	PDF	1833-4760	1838-1963	www.eas-journal.org			8770793	www.eas-journal.org			
18	8/19/2013	STUART	sd	BOOK	PDF	9.78E+12					89780122	pdn.science	direct.com	CA	60
19	8/19/2013	DONNA	J	edp	REF	MISC	1833-4760	1838-1963	www.eas-journal.org		8770801	www.eas-journal.org		US	38



Pengelolaan Akun Pelanggan

Contoh Pengelolaan Akun Pelanggan

PDAM Kota Banjarmasin

Customer Information

- General
- Status
- Group
- Classification
- RBI
- Water Meter
- Ket
- Document
- Other
- Stand Meter
- Account Data
- Deal
- Arrears
- Total bill

Customer Data View

Contract No.	4012236		New Install No.	PDAM/0013/SR,N/2004
Name	HJ.IDA CHAIRIATI,S.SOS		New Pay Date	
Address	Jl.S.Adam Kom.Pondok Kelapa No. 18 Rt. 13		Installation Date	11-05-2004
Zone Code	4	Banjar Utara	Group	A2-2 Rumah Tangga A2-2
Block Code	401	401	Districts	04 Banjarmasin Utara
RBM Code	401B		Kelurahan	0410 Sungai Miai
Telephone	0511-301396		Postal code	-
Status	Aktif		Work	SWASTA
Criteria			Criteria	NORMAL

Photo Surveys

No	Jenis Foto	
1.	FOTO LABEL	Lihat
2.	FOTO METER	Lihat
3.	FOTO RUMAH	Lihat

View Map



Pengelolaan Akun Pelanggan

Contoh Pengelolaan Akun Pelanggan PDAM Kota Malang

WORK ORDER ANDROID (WONDROID)
PDAM KOTA MALANG

CUSTOMER INFO

SEARCH CUSTOMERS HISTORY CHANGE METER

SEARCH NOSAL [dropdown] [input field] [SEARCH button]

SEARCH RESULT

NOSAL	NAME	ADDRESS	PLOT	RT	RW	PIPE	REGION	VILLA	BOOK NO.	GROUP	REGISTER
-------	------	---------	------	----	----	------	--------	-------	----------	-------	----------

Tampilan sistem manajemen data pelanggan kedua PDAM tersebut tidak sama, tetapi konten, tujuan, dan pengelolaan data pada intinya sama.

10 [dropdown] [navigation icons] Page 1 of 1 [refresh icon] Displaying 1 to 10 of 10 items

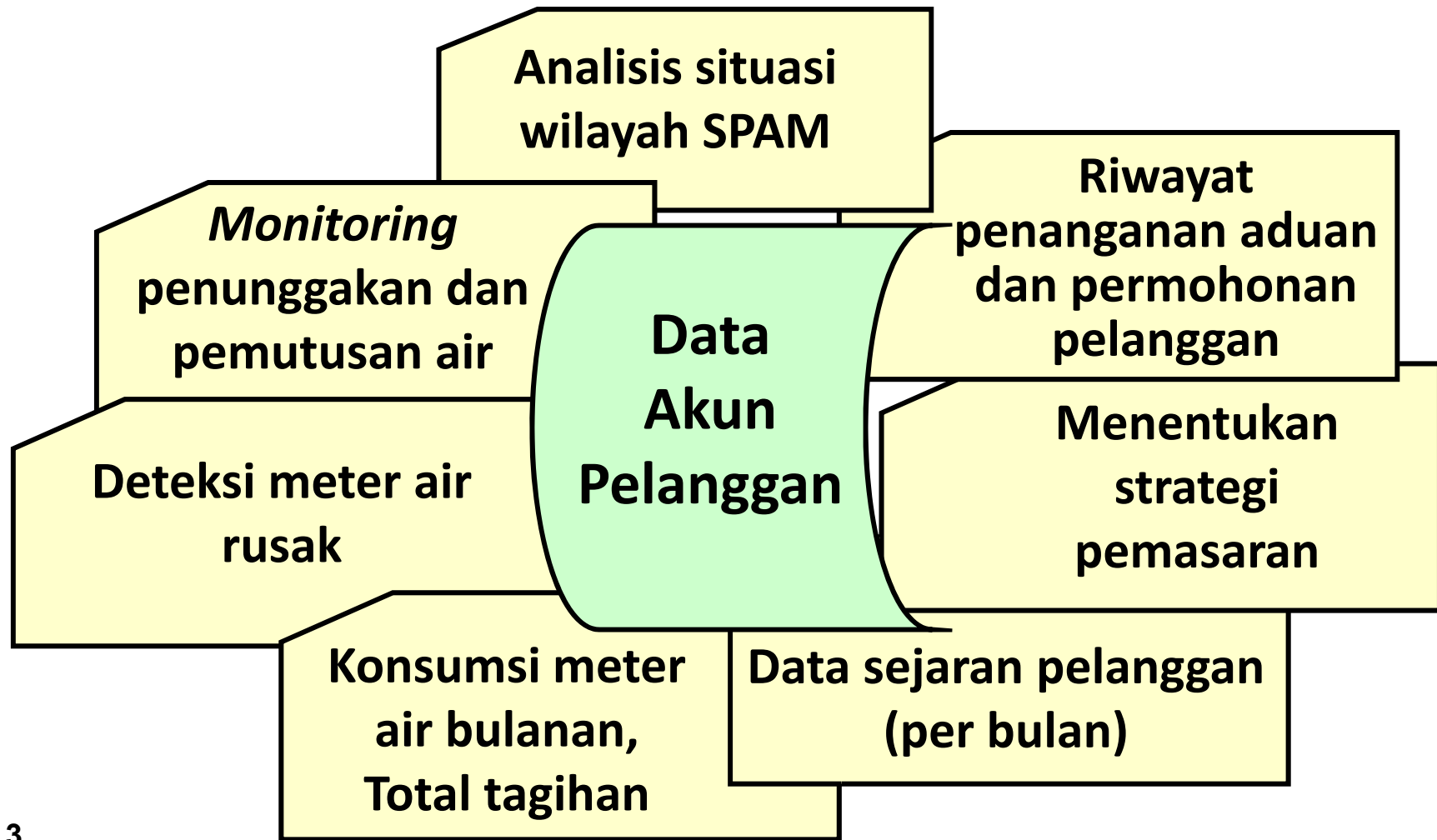
- INSTALL NEW
- CUSTOMER DATA
- CUSTOMER STATUS
- CUSTOMER MESSAGES
- WORK ORDER
- HISTORY OPEN/CLOSE
- WATER ACCOUNT
- WATER BILLS
- HISTORY WEAR
- HISTORY PAYMENT
- HISTORY INSTALLMENTS
- HISTORY OPEL
- HISTORY REOPEN
- HISTORY METER CHANGE
- HISTORY METER MOVE
- HISTORY RENAME
- HISTORY DELAY PAY
- HISTORY UNBLOCK
- HISTORY SEALS
- HISTORY OTHER INCOME
- HISTORY REPAYMENT [No water]
- HISTORY CLOSE REMINDER
- HISTORY T/B OPEL
- HISTORY PIECES/REDUCTION
- HISTORY BLEACHING
- HISTORY CHANGE TARIFF
- HISTORY CHANGE LEVY



Pengelolaan Akun Pelanggan

Mengevaluasi Potensi Data Kepelenggaraan

Perluasan Manfaat dari *Database* Pelanggan





Pengelolaan Akun Pelanggan

Mengevaluasi Potensi Data Kepelanggan

Keluhan Pelanggan: Harta yang berharga



Suspensi air

Tekanan rendah

Air keruh/berlumpur

Kebocoran permukaan

Sambungan ilegal

Kesalahan meter



Analisis Database Pelanggan



Pengelolaan Akun Pelanggan

34

Mengevaluasi Potensi Data Kepelanggan

Karakteristik Wilayah / Pelanggan Skala Besar

Jika Perusahaan SPAM menggunakan sistem tarif progresif, Perusahaan harus memahami lokasi pelanggan dengan konsumsi air besar (sambungan rumah maupun niaga) karena tarif akan lebih besar dari biasanya.

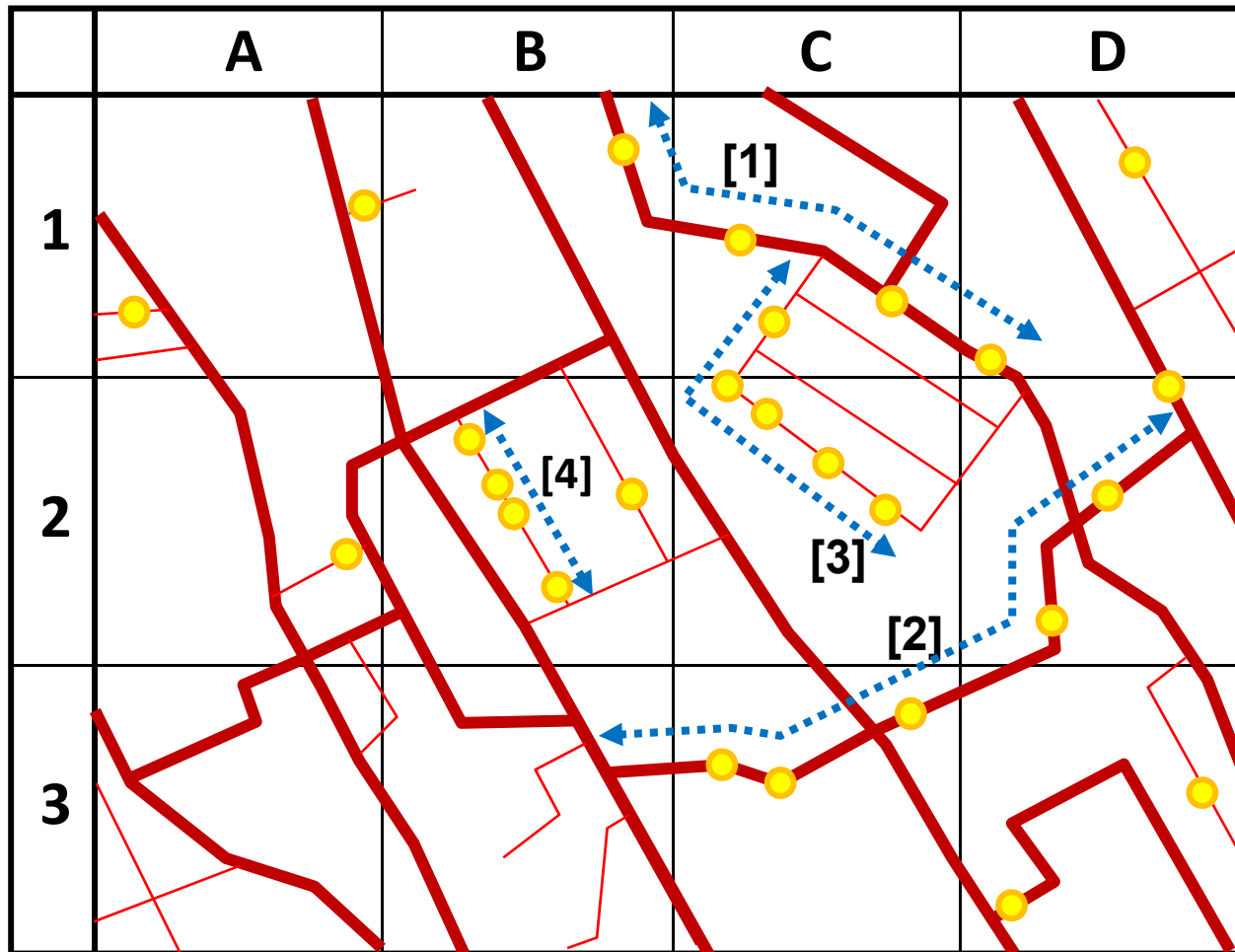
Saat tekanan air turun, konsumsi pelanggan akan turut menurun. Karena tekanan air berkaitan dengan sumber air baku, NRW, dan rekening air, data pelanggan menjadi sumber data penting untuk membantu perusahaan beroperasi di daerah tekanan air rendah/tinggi.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Mengevaluasi Potensi Data Kepelangganan

Laporan Titik Kebocoran dari Pelanggan



- Pipa distribusi
- Pipa cabang
- Titik kebocoran permukaan

Jalur pipa yang mana yang memerlukan perbaikan?



Pengelolaan Akun Pelanggan

Mengevaluasi Potensi Data Kepelenggaraan

Situasi Meter Air pada *Database*



- # Informasi letak pemasangan meter air dari gerbang rumah
- # Menjelaskan status pemasangan meter air (permukaan horizontal, tahun pemasangan, kondisi kotor/tidak)
- # Jadwal penggantian meter selanjutnya
- # Ukuran meter, perusahaan manufaktur, permintaan pelanggan untuk cek meter



Pengelolaan Akun Pelanggan

37

Potensi Data Pemetaan

Keterkaitan dengan Sistem Informasi Geografis

Fasilitas SPAM
Pelanggan

Jalan

Persil

Elevasi

Pemanfaatan
Tanah

Aktual



SIG merupakan alat dasar bagi PDAM

SIG dan pemetaan memiliki keterkaitan terutama terkait data kepelanggaan

Banyaknya situs pemetaan gratis *online* membuat pengembangan SIG dan data pemetaan menjadi lebih mudah dan murah

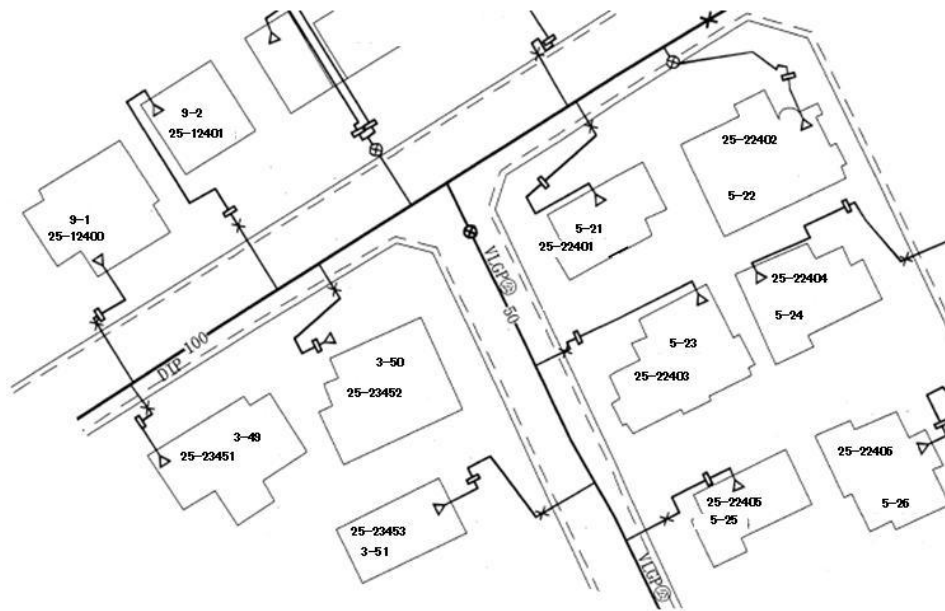
Data digital maupun tertulis tidak masalah



Pengelolaan Akun Pelanggan

Potensi Data Pemetaan

Keterkaitan dengan Sistem Informasi Geografis



Data dan *tool* ini efektif untuk melakukan analisis keluhan per wilayah.

Database juga berkaitan dengan manajemen properti SPAM

Pemetaan digital lebih efektif untuk melakukan berbagai analisis dibandingkan manual

Jika ada informasi jaringan perpipaan pada data pemetaan, lebih mudah bagi perusahaan untuk mengetahui pipa mana yang perlu diganti.



Pengelolaan Akun Pelanggan

Potensi Data Pemetaan

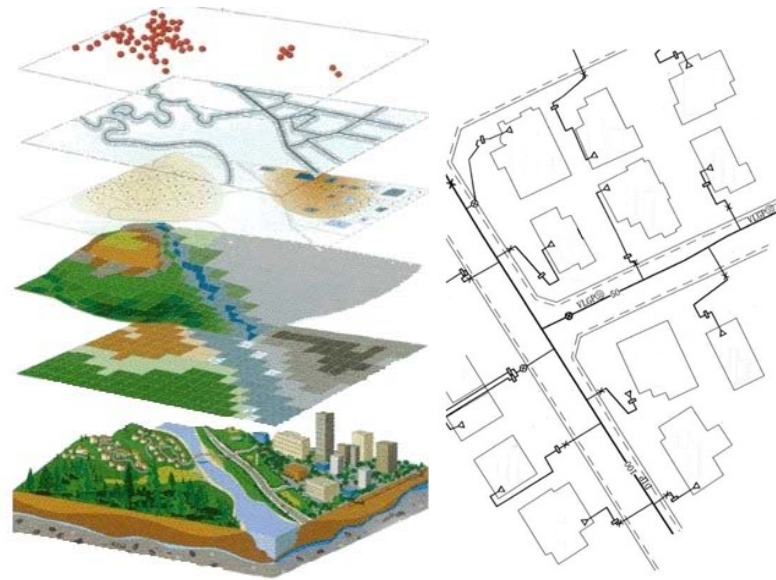
Selain itu, apa saja yang dapat kita lakukan?

Date	platform	rtype	name	piiid	url	domain	group	lat	lon	url		
8/3/2011	NEWS_COU	img	MISC	2046-2196	2046-2196	www.nature.com	CE	36.8819	14.4467	http://www.nature.com		
8/3/2011	KEVIN	img	ARTICLE	HTML	1940-882	bonnkey2	www.nature.com	CN	26.1792	113.1138	http://www.nature.com	
8/3/2011	KRYSTAL	img	MISC	0009-9246	1312-4535	dipt	Clinical	37.0171	121.0171	http://www.nature.com		
8/3/2011	KRYSTAL	img	ARTICLE	HTML	0028-0826	1476-4687	nature	Nature	37.0171	121.0171	http://www.nature.com	
8/3/2011	CHES	img	ARTICLE	PDF	1751-7362	1751-7370	www.nature.com	CN	43.801	87.6005	http://www.nature.com	
8/3/2011	SARRETT	img	MISC	0955-8930	1476-5489	ijr	Internatio	37.0171	121.0171	http://www.nature.com		
8/3/2011	HANIK	img	ARTICLE	PDF	1473-2025	1473-2025	www.bonmedcentral.com	CN	33.1837	113.232	http://www.nature.com	
8/3/2011	MADISEN	img	ARTICLE	PDF	1751-7362	1751-7370	www.nature.com	TW	25.0382	121.525	http://www.nature.com	
8/3/2011	ANDREAN	img	ARTICLE	PDF	0028-0826	1476-4687	nature	Nature	37.0171	121.0171	http://www.nature.com	
8/3/2011	HADLE	img	ARTICLE	HTML	1480-9921	respiratory-research	Respiratory	37.0171	121.0171	http://www.nature.com		
8/3/2011	ZACK	img	BOOK	SEI	HTML	9.788-12	a-i-ecole	www.cam.ac.uk	US	38	-97.4.92	http://www.nature.com
8/3/2011	HURDSON	img	BOOK	SEI	HTML	9.788-12	a-i-ecole	www.cam.ac.uk	US	38	-97.4.92	http://www.nature.com
8/3/2011	ARCHIBAL	img	ARTICLE	HTML	1751-7362	1751-7370	www.nature.com	US	40.1883	75.1502	http://www.nature.com	
8/3/2011	ARNOLD	img	ARTICLE	HTML	0028-0826	1476-4687	nature	Nature	37.0171	121.0171	http://www.nature.com	
8/3/2011	HILLARD	img	ARTICLE	PDF	1613-4790	1618-1963	www.eeo-journal.org	US	8779793	www.eeo-journal.org	http://www.nature.com	
8/3/2011	STUART	img	BOOK	PDF	9.788-12	9.788-12	www.eeo-journal.org	US	8779793	www.eeo-journal.org	http://www.nature.com	
8/3/2011	DOONA	img	REF	MISC	1613-4790	1618-1963	www.eeo-journal.org	US	8779793	www.eeo-journal.org	http://www.nature.com	

Perusahaan dapat menentukan jaringan pipa yang memerlukan pembaharuan dilihat dari riwayat perbaikan

Perusahaan dapat mencegah menangani keluhan pelanggan dengan lebih mudah dengan menggunakan data wilayah

Dengan memahami kondisi asli jaringan pipa, perusahaan dapat menambah jaringan pipa untuk menangani masalah yang mungkin muncul.





Pengelolaan Akun Pelanggan

40

Kuis Bab 2

Q1. Pengelolaan data pelanggan dapat dilakukan setahun sekali.

IYA / TIDAK

Q2. Perusahaan tidak mungkin menemukan meter rusak. IYA / TIDAK

Q3. Perbaikan tingkat NRW dapat dilakukan dengan memetakan area keluhan.

IYA / TIDAK



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan



Bab 3

Pengelolaan Pencatatan Meter



Meter Air dan Spesifikasi

3



Meter Air

alat untuk mengukur banyaknya aliran air secara terus-menerus melalui sistem kerja alat yang dilengkapi dengan unit sensor, unit penghitung, dan unit indikator pengukur untuk menyatakan volume air yang lewat.

Badan meter air merupakan bagian utama yang ditengahnya merupakan ruang untuk menempatkan alat hitung yang mempunyai saluran masuk dan saluran keluar pada sisi yang berlawanan. **(SNI2547:2008).**



Meter Air dan Spesifikasi

Peranan Meter Air

4

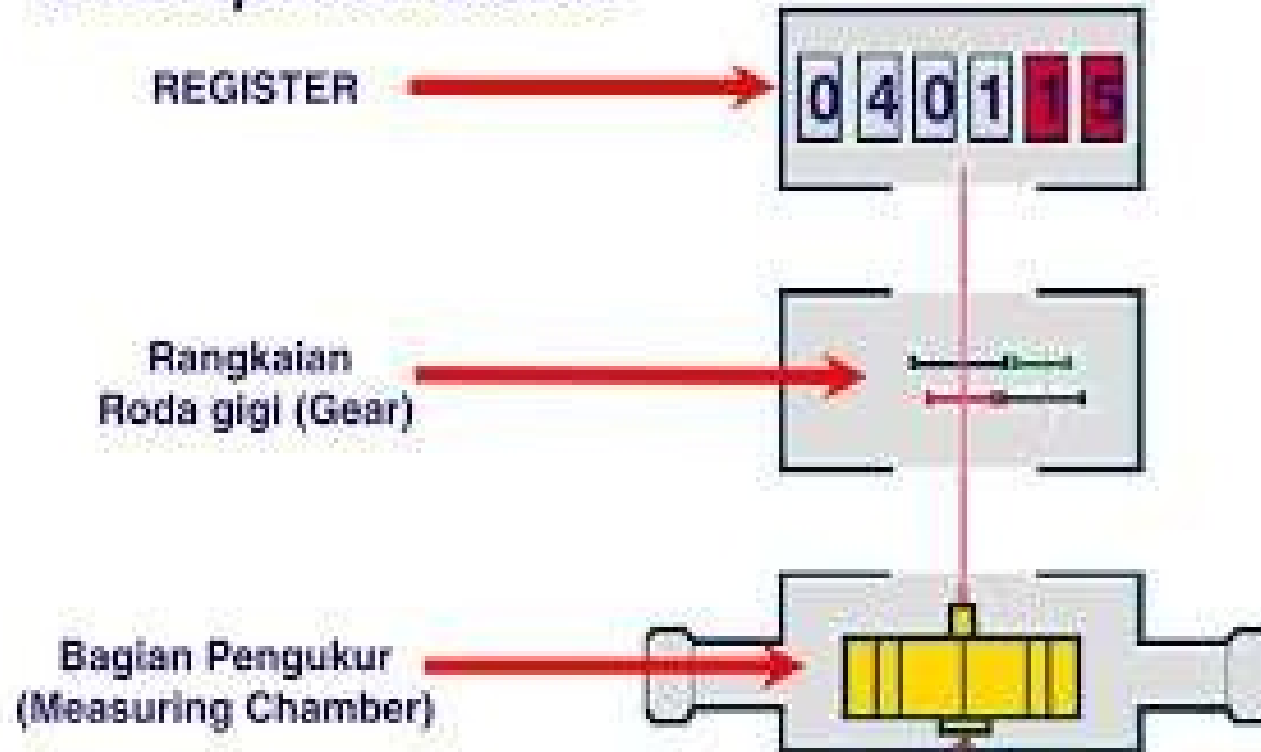


- # Memberikan kepastian terhadap pelanggan terkait jumlah air yang dikonsumsi dan proporsinya terhadap biaya yang dikenakan.
- # Memberikan sistem untuk menunjukkan proses baca meter yang akuntabel dan transparan.
- # Memberikan keadilan kepada setiap pelanggan karena mampu merekam setiap penggunaan air tertentu.
- # Mendorong pelanggan untuk menghemat air terutama jika dibandingkan tingkat tarif.
- # Memberikan sistem utilitas yang mampu memantau volume air yang keluar.
- # Membantu deteksi kebocoran dan pipa yang patah dalam distribusi air minum. (Zane, 2004)



Meter Air dan Spesifikasi **Komponen Dasar Meter Air**

3 Komponen Utama





Meter Air dan Spesifikasi

Tampilan Meter Air





Meter Air dan Spesifikasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi akurasi meter air

- # Faktor Kelas Metrologi
- # Faktor Instalasi Meter Air
- # Faktor Kualitas Air
- # Faktor Usia Meter Air
- # Faktor kontinuitas aliran air
- # Faktor produksi pabrikan
- # Faktor Dimensi Meter Air yang Tidak Sesuai
- # Faktor *Tampering* / Kesengajaan



Pengelolaan Pencatatan Meter

Konsep Baca Meter

Pengukuran jumlah/volume

Penentuan harga

Pembayaran di muka



Membeli berdasarkan (ALAT UKUR)

Baca & Catat



TAGIHAN

Pembayaran setelah pemakaian



Pengelolaan Pencatatan Meter Konsep Baca Meter

Volume konsumsi air ⇔ Pendapatan PDAM

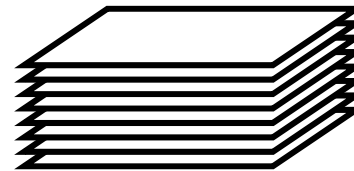
Pembacaan meter dan penagihan



PDAM



Pelanggan



Pasca pembayaran

PDAM



Pelanggan



Laba

NAIK
Peningkatan

TURUN
Penurunan



Instalasi/penggantian meter air (utama/rumah), jaringan pipa, pompa, valve, hidran, dan kegiatan pemeliharaan



Pengelolaan Pencatatan Meter

10

Definisi Pembacaan Meter

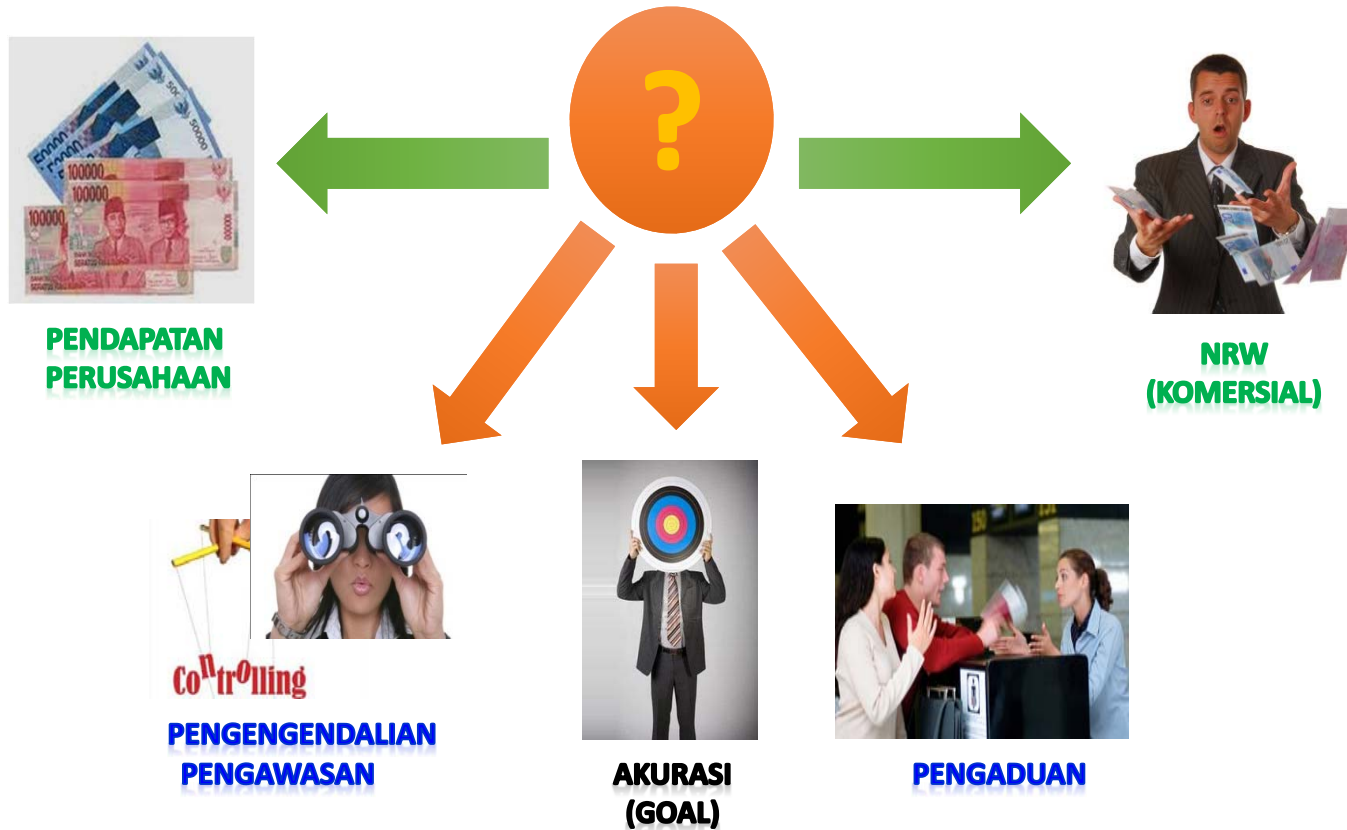
- Pembacaan meter adalah proses membaca dan mencatat stan meter air pelanggan setelah konsumsi air dalam periode tertentu.





Pengelolaan Pencatatan Meter

Tujuan Pembacaan Meter





Melaksanakan Pencatatan Meter Air

12

Tahapan Kegiatan Pembacaan Meter Air



1

Menentukan area,
rute, & jadwal baca
meter

2

Menyusun daftar
baca meter

3

Menyiapkan
kegiatan baca
meter

Implementasi baca
meter

Menyusun laporan
dari hasil baca
meter

Mengoreksi
laporan baca
meter

4

5

6



Melaksanakan Pencatatan Meter Air

13

Menentukan Area, Rute, & Jadwal Baca Meter Air

Area Pencatatan



Rute baca meter

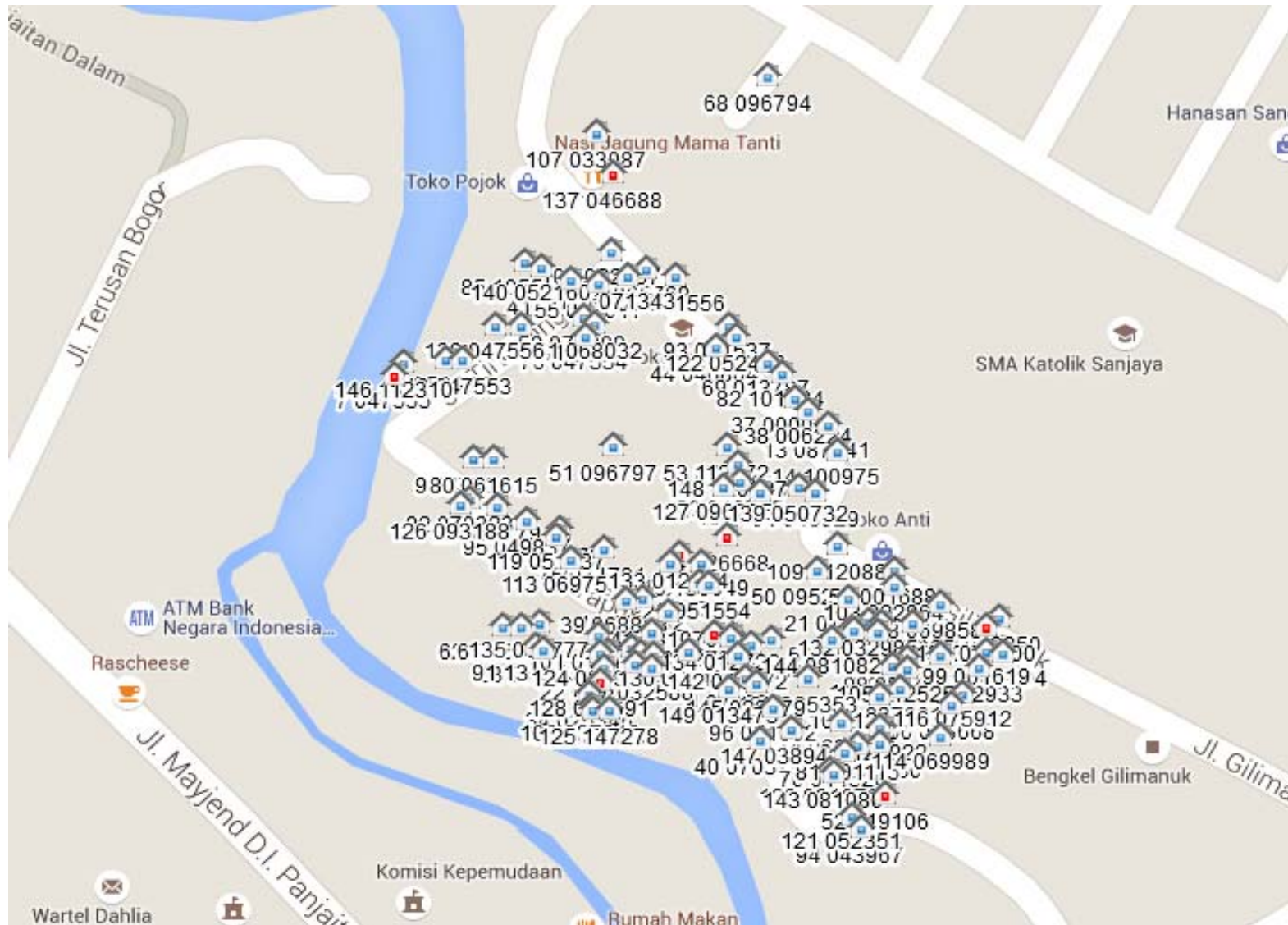
Jadwal baca meter

No	Nama Pelanggan	Alamat	No. Meter	Waktu Baca	Nilai	Waktu Baca	Nilai	Waktu Baca	Nilai
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									



Melaksanakan Pencatatan Meter Air

Contoh Rute Baca Meter





Melaksanakan Pencatatan Meter Air

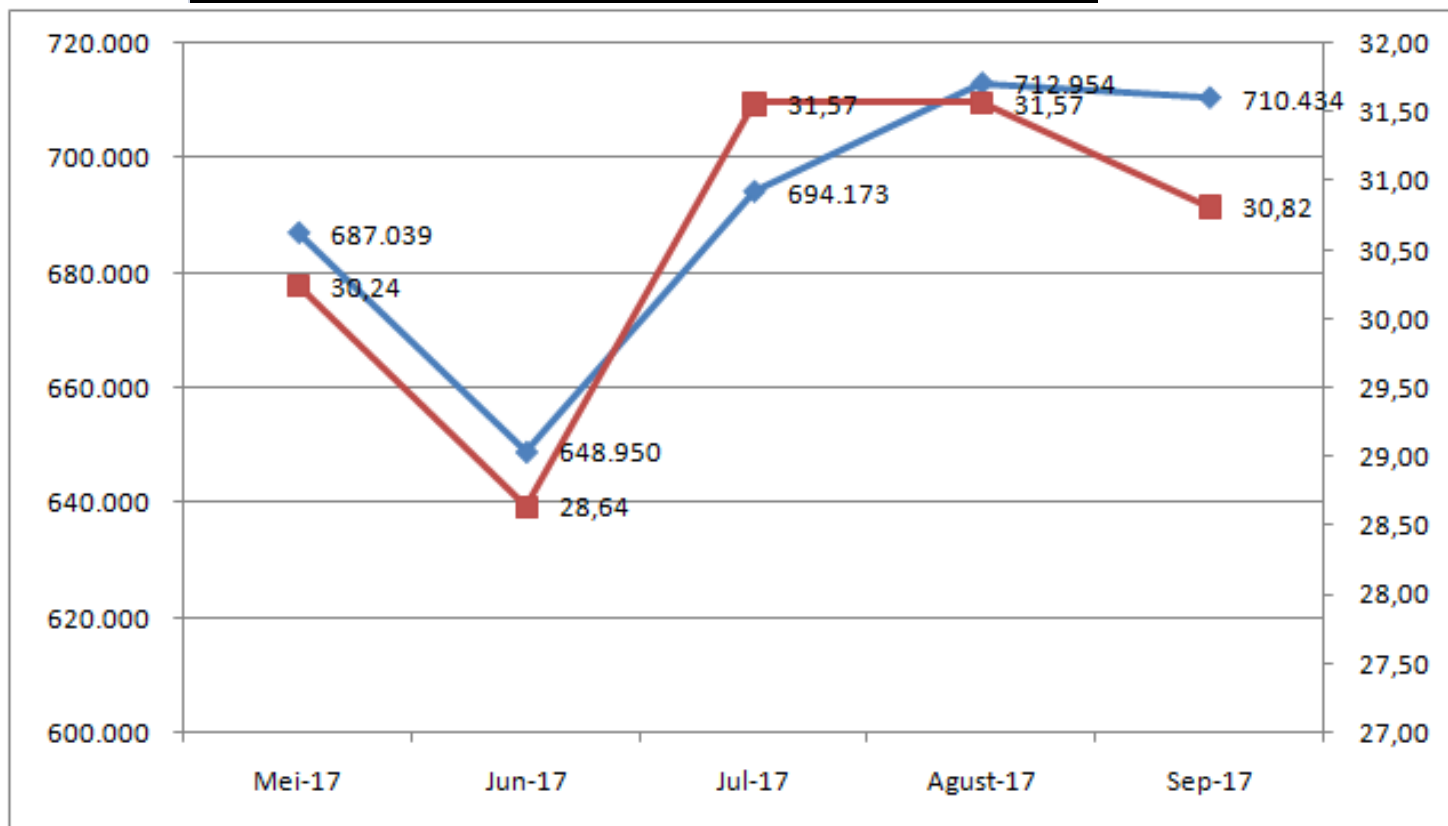
Contoh Jadwal Pencatatan

NO	JURU METER		1	2	3	4	5	6	7	8	
			Tgl 2	Tgl 3	Tgl 4	Tgl 5	Tgl 8	Tgl 9	Tgl 10	Tgl 11	
1	SUHARIYADI	YAYUK BOEDIL	IRFAN ADHI S	505001	501018	501027	507002	507021	507022	507032	110009
2			HENDRI S	505002	501008	501028	999002	507003	999004	507023	110010
4			AGUNGY	505004	501010	501030	999001	507015	507025	999013	110002
3		YANA	M YUSUF	505003	501009	501029	501036	507004	507014	507024	110001
5	EKO ADI C	YANA	ANGGA R	501001	501011	501031	501038	507006	507026	110003	110013
6		ELOK S	INDRA BAYU S	501002	501012	501022	501032	507007	507017	507027	502001
7			YOHAN C S	501003	501013	501023	501033	507008	507018	507028	502002
8			RYAN JAYA C	501007	501020	501021	507010	507013	507019	507033	110012



Mengelola Data Pencatatan Meter Air ⑩

Bln	Jmlh SR	Jmlh Pemakaian	Selisih	Rata2 hari
Mei-17	38.740	687.039	8.160	30,24
Jun-17	38.716	648.950	(38.089)	28,64
Jul-17	38.731	694.173	45.223	31,57
Agust-17	38.719	712.954	18.781	31,57
Sep-17	38.719	710.434	(2.520)	30,82





Mengelola Data Pencatatan Meter Air ¹⁷

Interval Baca Meter untuk Evaluasi NRW

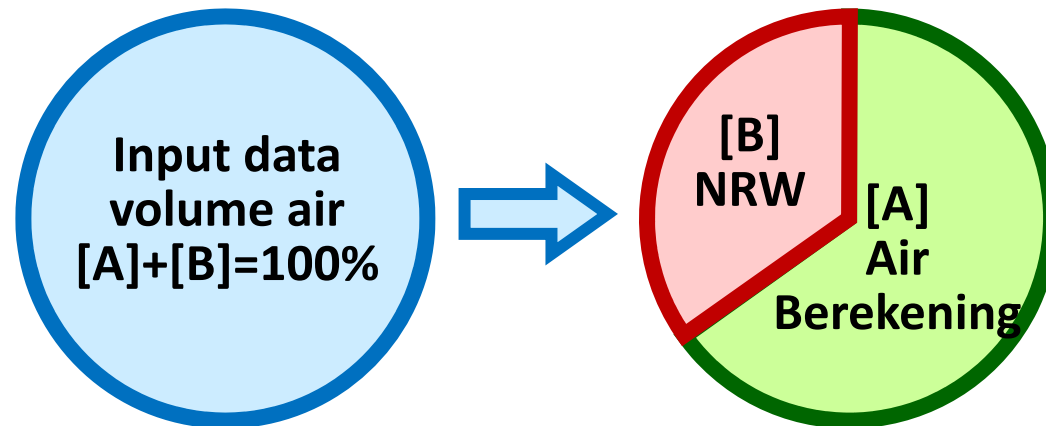
Distrik	Tanggal baca sebelum	Tanggal baca saat ini	Interval	Jumlah	NRW
Input-1	09/16/2017	10/15/2017	29 d	1,228,990m ³	
Area A			32.9 d	95,291m ³	
A-0001	09/01/2017	10/02/2017	31 d	20m ³	
A-3894	09/03/2017	10/06/2017	34 d	17m ³	
Area B			34.1 d	82,921m ³	
B-3211	09/18/2017	10/21/2017	34 d	23m ³	
Area C			32.4 d	101,089m ³	
Jumlah/Rata-rata di semua wilayah			32.7 d	988,672m ³	19.6%
Koreksi interval untuk NRW			1.126	876,803m ³	28.7%



Mengelola Data Pencatatan Meter Air ⑮

Kalkulasi untuk Evaluasi NRW

Nondimensionalisasi untuk menghitung rasio NRW



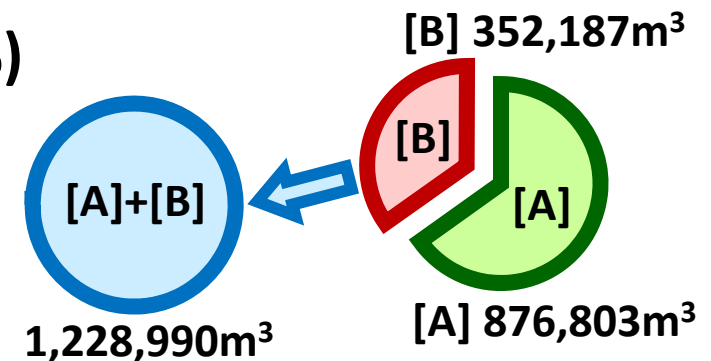
Input data volume air: Volume *flow* dari IPA atau sumur

[A] Volume air berekening: Volume air yang ditagihkan ke pelanggan

[B] Volume NRW: Volume input– [A] Volume air berekening

Volume input air = [A] + [B] (= 100%)

$$\begin{aligned} [B] &= \text{Volume input air} - [A] \\ &= 1,228,990\text{m}^3 - 876,803\text{m}^3 \\ &= 352,187\text{m}^3 \end{aligned}$$

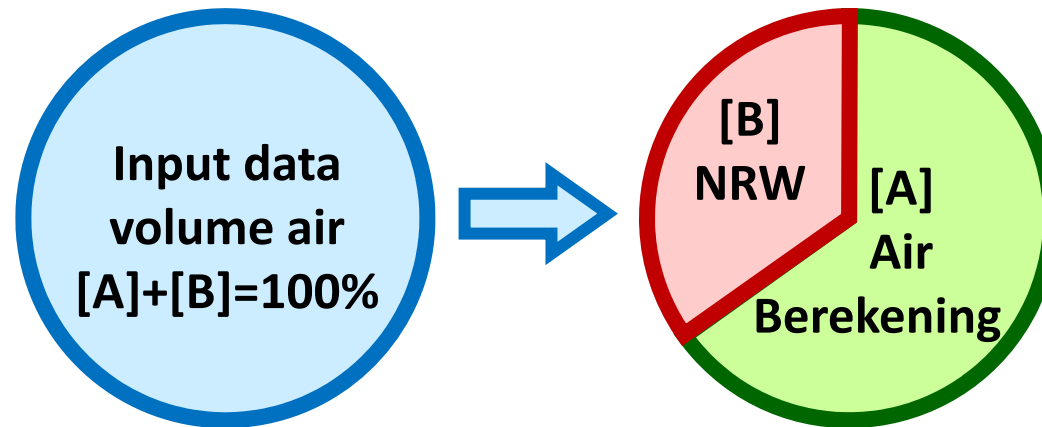




Mengelola Data Pencatatan Meter Air ①9

Kalkulasi untuk Evaluasi NRW

Nondimensionalisasi untuk menghitung rasio NRW



	Volume	Persentase
Input Air	1,228,990m ³	100%
Air Berekening [A]	876,803m ³	71.3%
Air NRW [B]	352,187m ³	28.7%

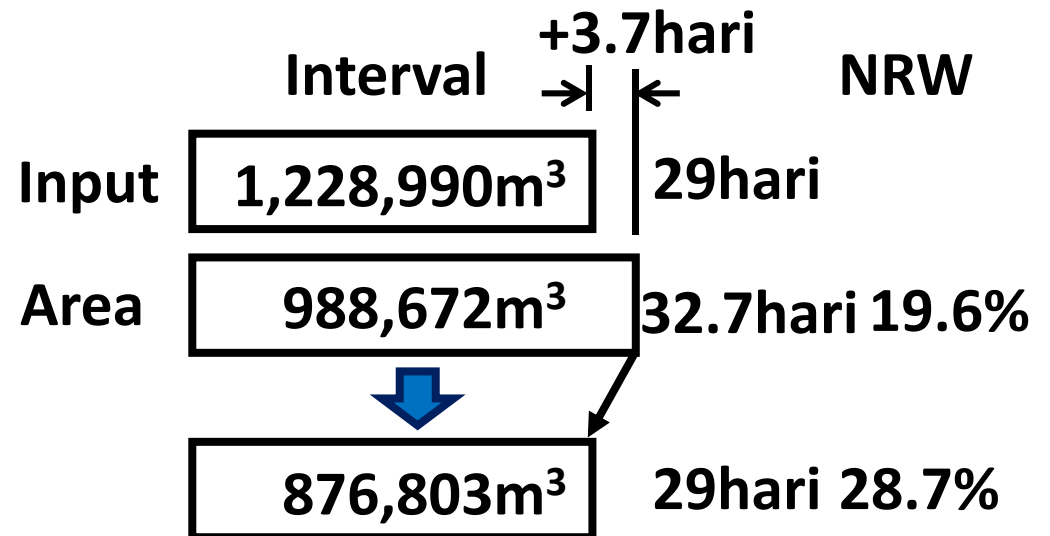
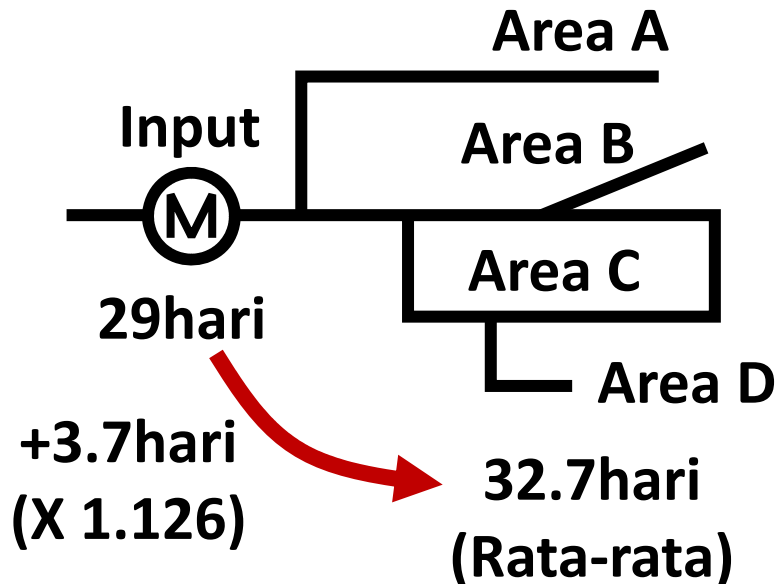
$$\begin{aligned}\text{Tingkat NRW} &= \frac{\text{Volume Air NRW}}{\text{Volume Input}} \times 100 (\%) \\ &= 352,187\text{m}^3 / 1,228,990\text{m}^3 \times 100 = 28.7\%\end{aligned}$$



Mengelola Data Pencatatan Meter Air ²⁰

Interval Baca Meter untuk Evaluasi NRW

Distrik	Tgl Baca Sebelumnya	Tgl Baca Saat Ini	Interval	Jumlah	NRW
Input-1	09/16/2017	10/15/2017	29 hari	1,228,990m ³	
Total/Rata-Rata di Semua Area			32.7 hari	988,672m ³	19.6%
Koreksi Interval Baca untuk NRW			1.126	876,803m ³	28.7%

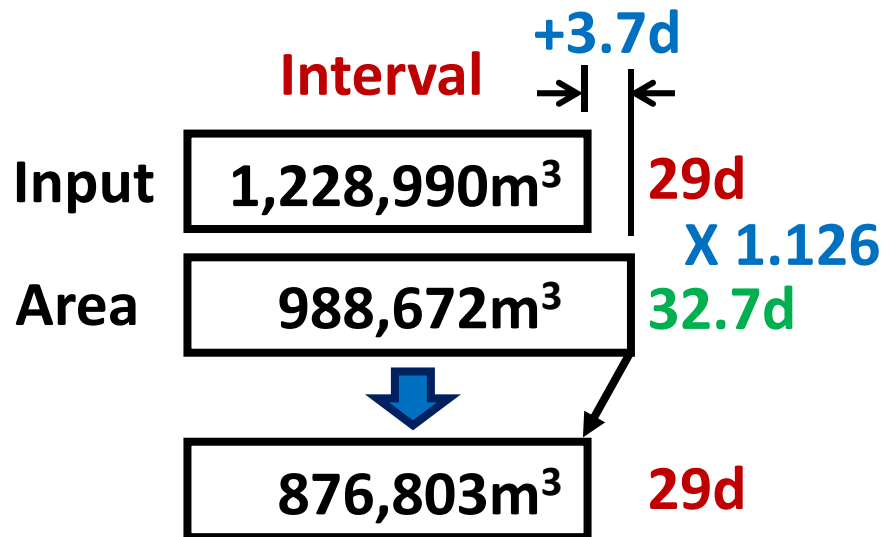




Mengelola Data Pencatatan Meter Air 21

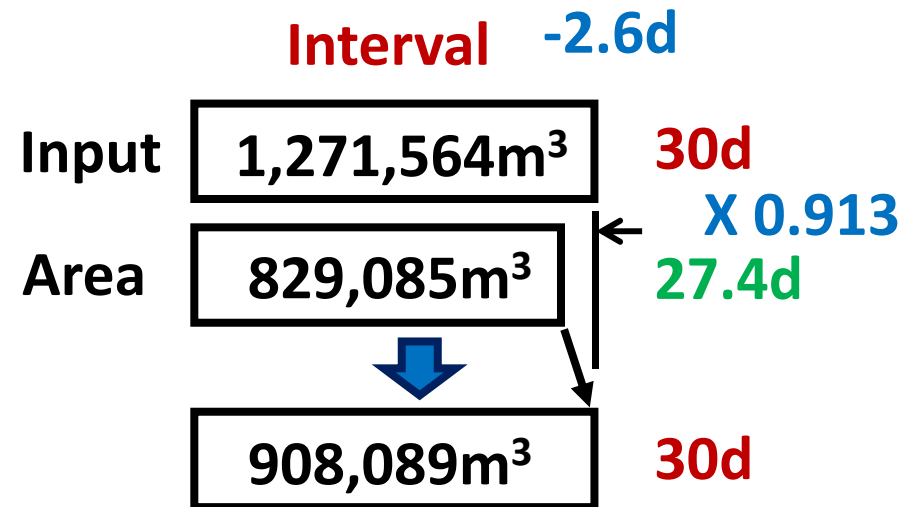
Interval Baca Meter untuk Evaluasi NRW

Bulan Ini



	Interval	Tingkat NRW
Input	32.7 hari	19.6%
Area	29 hari	28.7%

Bulan Berikut



	Interval	Tingkat NRW
Input	27.4 hari	34.9%
Area	30 hari	28.5%

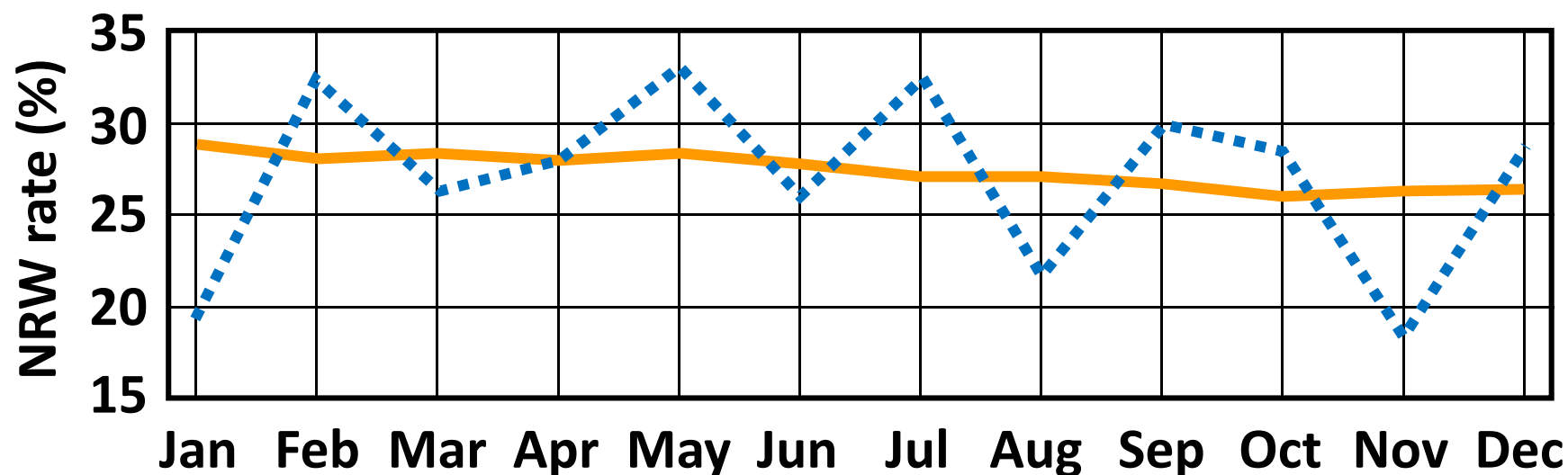


Mengelola Data Pencatatan Meter Air 22

Melaksanakan Baca Meter Jadwal Baca Meter

Perangkap Kesalahan Evaluasi Tingkat NRW

Distrik	Sebelum	Saat Ini	Interval	Jumlah	NRW
Input-1	09/16/2017	10/15/2017	29 d	1,228,990m ³	
Jumlah/Rata-rata di semua wilayah			32.7 d	988,672m ³	19.6%
Koreksi interval untuk memperbaiki NRW			1.126	876,803m ³	28.7%





Melaksanakan Baca Meter Jadwal Baca Meter

Perangkat Kesalahan Evaluasi Tingkat NRW

- # *Japan Water Works Association (JWWA-mirip PERPAMSI)* melakukan evaluasi tingkat NRW dengan periode 1 tahun.
- # Jika tingkat NRW dievaluasi perbulan, *error* akan menjadi lebih rentan karena periode integrasi *flow rate* menjadi lebih pendek.
- # Pada periode integrasi data *flow rate* 1 tahun, kesalahan baca akan berkurang drastis. Adapun periode ideal adalah 3 ~ 6 bulan.



Mengelola Data Pencatatan Meter Air 24

Penyesuaian Periode Interval Baca Meter

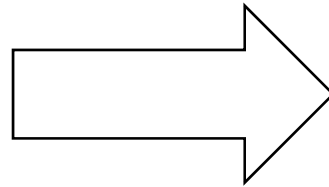
No	Nama	Meter DN		Januari				Februari				Maret			
		mm	inci	Tgl	Hari	Hitung	Total	Tgl	Hari	Hitung	Total	Tgl	Hari	Hitung	Total
0	Inlet	100	4'	12	29	76917	3233	11	30	80275	3358	14	31	83815	3540
1	Aaa	13	1/2'	5	28	1237	6	5	31	1244	7	7	30	1252	8
2	Bbb	20	3/4'	14	29	962	43	12	29	1006	44	13	29	1046	40
3	Ccc	25	1'	25	33	4728	111	22	28	4820	92	25	31	4924	104
4	Ddd	50	2'	24	31	2900	2791	22	29	5800	2726	24	30	8650	2850
Rata-rata / Total					30.3		2951		29.3		2869		30.0		3002
Faktor koreksi					0.959		2829		1.026		2943		1.033		3102
Tingkat NRW (original)							8.7%				14.6%				15.2%
Tingkat NRW (dengan koreksi)							12.5%				12.4%				12.4%

No.	Maret																																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																	
0	106m ³ /d (Februari)														← Tanggal baca meter																	113m ³ /d																
1	0.16m ³ /d (Februari)							← Tanggal baca meter														0.25m ³ /d																										
2	1.14m ³ /d (Februari)														← Tanggal baca meter																	1.52m ³ /d																
3	3.11m ³ /d (Februari)														Tanggal baca meter →																	3.29 m ³ /d																
4	92m ³ /d (Februari)														Tanggal baca meter →																	100m ³ /d																
	3430m ³ (Meter air induk)																																															
	3066m ³ (Meter air pelanggan)																																															
	10.6% (Tingkat NRW)																																															



Mengelola Data Pencatatan Meter Air ②⑤

Menyusun daftar baca meter



Berkaitan dengan lokasi pencatatan yang telah disusun, penambahan / pengurangan pelanggan dikarenakan ada pelanggan baru atau buka kembali atau pelanggan mempunyai tunggakan rekening air

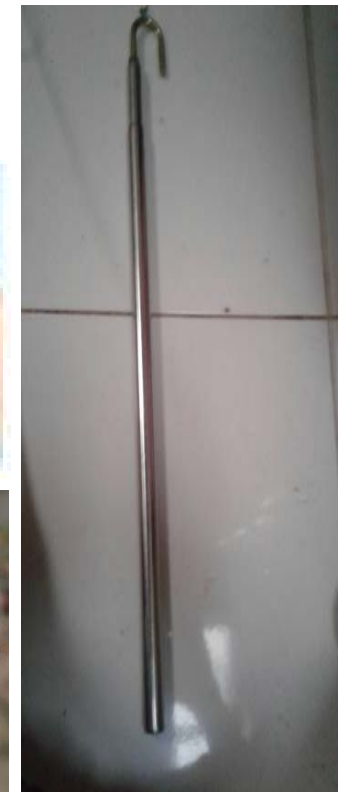


Mengelola Data Pencatatan Meter Air ②6

Persiapan Kegiatan Baca Meter

- # Melihat jadwal pencatatan
- # Menghitung jumlah pelanggan dicatat/mendownload pelanggan yang dicatat
- # Mempersiapkan alat bantu (Mis. pengait /pengungkit/stiker)

	JURU METER	1	2	3	4	5	6	7
		TGL.1	TGL.2	TGL.3	TGL.6	TGL.7	TGL.8	TGL.10
EKO SUROSO	JEFRI	105-01	101-11	101-12	306-12	304-12	304-20	304-14
	OCTIVANO	105-06	102-03	101-09	306-06	306-14	304-09	304-10
	Moch. FERRI	105-08	102-06	101-05	306-05	304-05	304-15	311-13





Mengelola Data Pencatatan Meter Air 27

Implementasi Baca Meter

Manual

Penerapan teknologi

PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM KOTA MALANG
Daftar Pemakaian Air Pelanggan.

Lebar Jalan : M

No. Saluran : No. Buku :

Nama :
Alamat :
Ukuran Meter :
Golongan :
Kelurahan : Kecamatan :

Merk Meter : Tgl. Pasang :
Letak Meter : Sumur : Ade Tdk. Ada
Keterangan : Jml. Jiwa : Org/ Rmh. Kos

Tgl.	Bln.	Paraf Pelugas	Stan Meter	Pemakaian Air (m3)			Keterangan
				Tercatat	Perkiraan	Segel Cipt	
	Des						
	Nop						
	Okt						
	Sep						
	Agst						
	Jul						
	Jun						
	Mei						
	Apr						
	Mar						
	Peb						
	Jan						
	Des						

Tahun





Pengelolaan Pencatatan Meter

Standar Operasional dan Prosedur (SOP)

Seksi Baca Meter

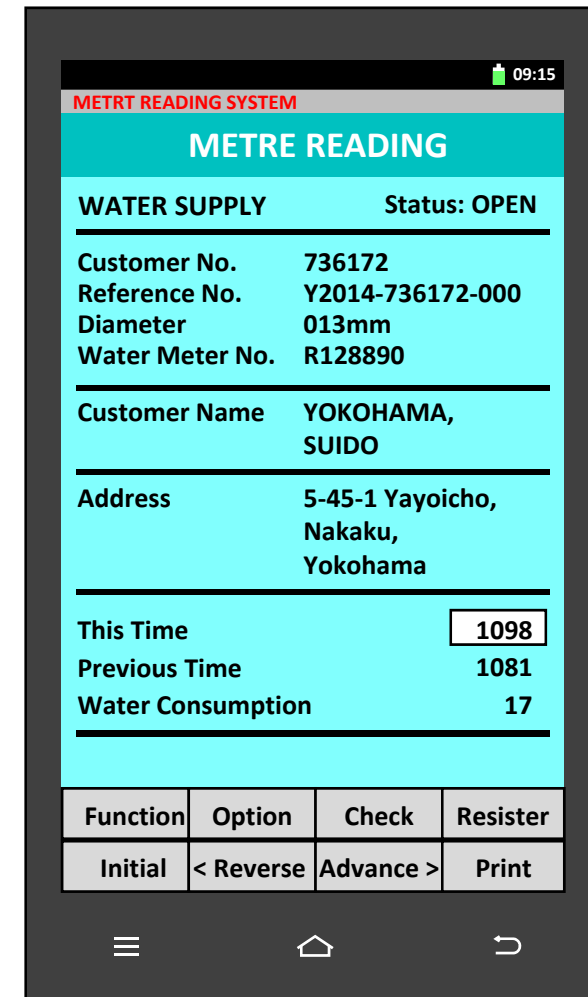
28

Efisien/tanpa-kesalahan
dalam baca meter dan
tugas lainnya



Layanan baca meter
dengan komputer/iptek

Aplikasi android yang
dijual di Jepang →





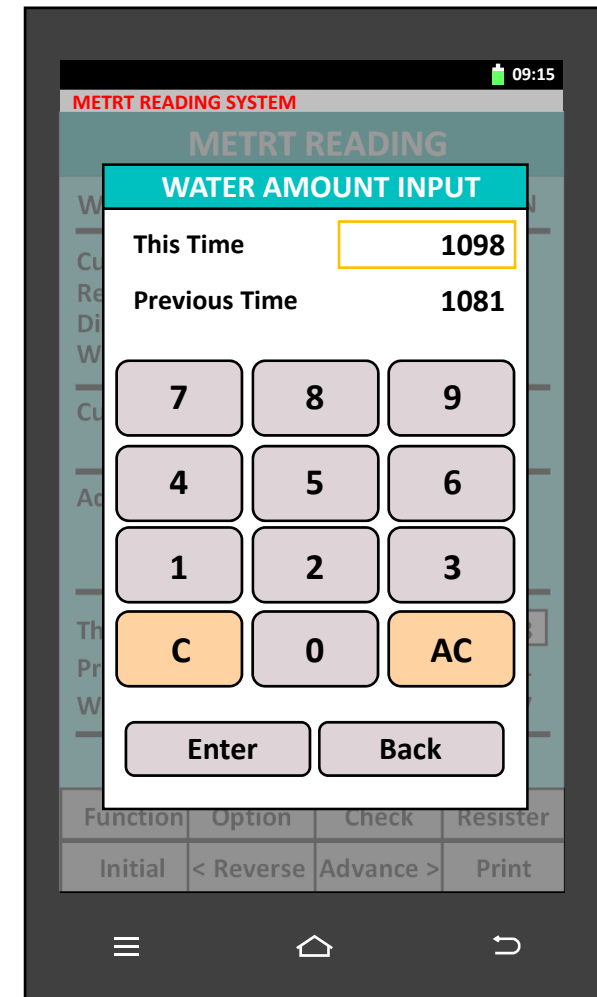
Pengelolaan Pencatatan Meter

Standar Operasional dan Prosedur (SOP)

Seksi Baca Meter

29

- # Saat angka abnormal diinput, aplikasi akan mengeluarkan bunyi dan menotifikasi pengguna di layar.
- # Ketika ada perbedaan $\pm 30\%$ atau lebih, aplikasi akan membandingkan dengan bacaan sebelumnya.
- # Pencatatan dengan aplikasi maupun manual harus memperhatikan urutan pembacaan (berdasarkan rute) untuk meminimalisir kesalahan





Pengelolaan Pencatatan Meter

30

Tugas Pembaca Meter

Apa saja yang diperlukan dari pembaca meter?

Pembacaan meter yang akurat dan pencatatan yang sesuai

→ Pekerjaan utama dalam membaca meter

Bertukar informasi dengan penduduk

→ Percakapan informal secara tidak langsung dapat menjadi sumber informasi, terutama terkait sambungan ilegal dan kebocoran



Selanjutnya: *role-playing*



Pengelolaan Pencatatan Meter **Apa itu Baca Meter?**

Meter akurat ⇔ Hasil baca akurat





Pengelolaan Pencatatan Meter

32

NOSAL	: 166503	RT	: 5
NAMA	: NDARU MUCHTAROM ANANTADI	RW	: 6
ALAMAT	: JL SUMPIL III NO 32 H (MBR-BK)	DESA	: 303
DIAMETER	: 050	GOLONGAN	: II A
		NO BUKU	: 002

HISTORY WORK ORDER PELANGGAN

NOMOR	TGL ORDER	NOSAL	PELAPOR	ALAMAT PELAPOR	ISI ORDER	PEMBUAT WO	
1	PE\04\001\70504\0043	04-05-2017	166503	BPK NDARU	JL SUMPIL III NO 32 H	MOHON CEK ULANG BERSAMA KRN PEMAKAIAN MENINGKAT (HUB PELANGGAN TERLEBIH DAHULU DGN BPK NDARU - 082225552225) TRIMS	ELSA RADIKA
2	PE\04\001\70503\0188	03-05-2017	166503			INFO TAGIHAN #03#04171190	ANNE RACHMAHFIA
3	PE\03\001\70426\0019	26-04-2017	166503	WCAK	WIL 3	MOHON CEK ULANG PEMAK MENINGKAT	NGESTI INDAYANI



Pengelolaan Pencatatan Meter

Menyusun laporan hasil baca meter

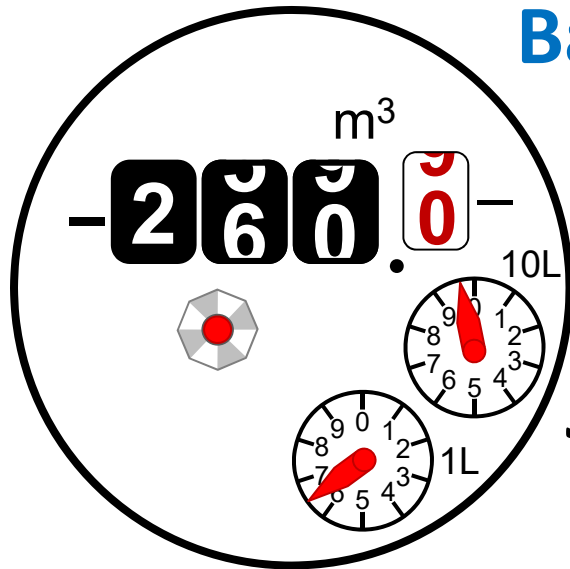
#	Bln / Thn	Tot. ABM	ABM Terbaca	ABM Bln. Terbaca	Tot. Pelanggan	Terbaca	Bln. Terbaca	Terbaca (P)	Abnormal	Pemakaian Pmk. Terjual
1	01 / 2018	943	915	28	156.986	152.536	4.450	1.863	24.042	2.707.856 2.727.438
2	12 / 2017	941	939	2	156.814	156.719	95	1.751	24.421	2.818.098 2.834.714
3	11 / 2017	940	938	2	156.314	156.140	174	1.608	23.342	2.889.307 2.904.921
4	10 / 2017	939	937	2	154.976	154.813	163	1.567	22.745	2.743.011 2.760.639



Pengelolaan Pencatatan Meter **Kontrol Kualitas Meter Air**

34

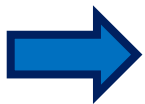
Baca Meter yang Akurat



Bulan sebelumnya: 249m³ 249m³
Bulan berjalan: 259m³ 260m³
Jumlah: 10m³ 11m³

259m³ 996.5L
→ 259m³
↔ Bukan 260m³

Jika tingkat konsumsi air awal (rata-rata awal) adalah 10m³, pelanggan membayar tarif dasar saja, namun pada 11m³, pelanggan membayar tambahan yang sesuai dengan koreksi



Lakukan pembacaan meter yang benar berdasarkan angka yang tertera di meter air agar kepercayaan pelanggan meningkat



Pengelolaan Pencatatan Meter

Mengevaluasi Pengelolaan Pencatatan Meter

Kontrol Kualitas Baca Meter

Type digital



 m³ L

Type analog



 m³ L

Type elektronik



Coba baca meter berikut →

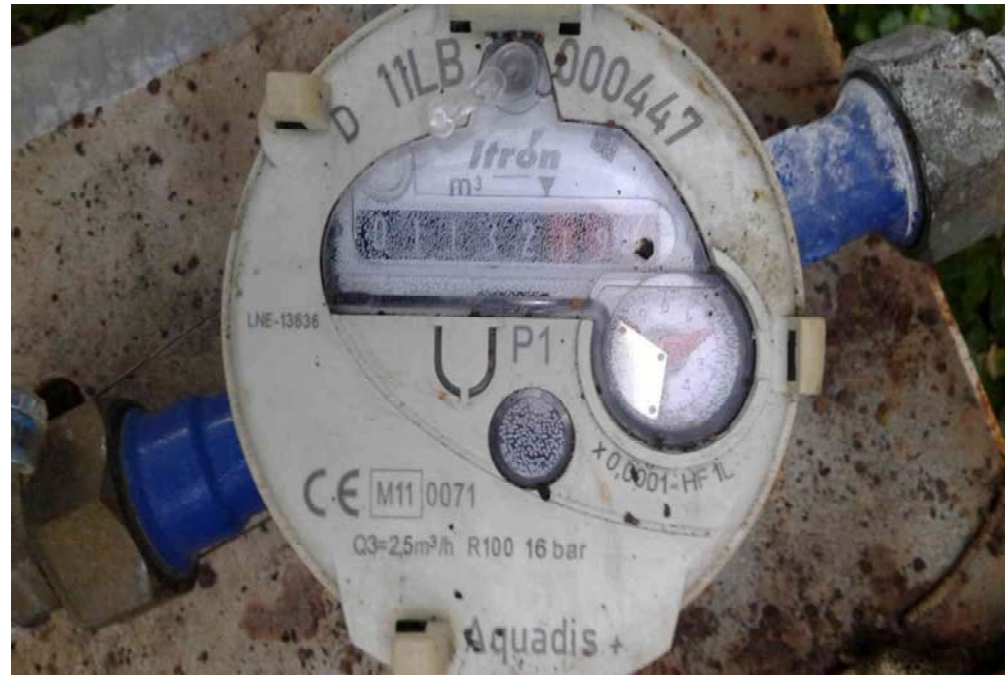
 m³ L





Pengelolaan Pencatatan Meter

36



Kontrol Kualitas Baca Meter



Pengelolaan Pencatatan Meter

37

	ABM	Nama	Stand Lalu	Stand Ini	Pemakaian	Pakai Kira	Kode	Keterangan
16	000090	108011 KERK JL. MERDEKA BRT 1	2.057	2.167	110	110	XPK	PAGAR KUNCI
17	000092	108011 SUSWATIK JL. AR HAKIM 9	31	31	0	0	SMR	ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI
18	000098	104006 NIE SIAN KHING JL. BRIGJEN S RIADI, RUKO 39D	2	2	0	0	XRK	RUMAH KOSONG/TDK HUNI
19	000112	108008 LIEM TJING SIAN. NY. JL. ADE IRMA SURYANI 46-3	734	734	0	0	SMR	ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI
20	000119	111019 SOEKANDAR. NY. JL. ARIEF MARGONO VII-13	510	510	0	20	MCT	METER MACET,KEDER
21	000123	111017 HARRY SUSANTO JL. ADE IRMA SURYANI DLM 7-12	863	863	0	0	ASL	STAN MTR BENAR,BS DIBACA JELAS



Pengelolaan Pencatatan Meter

38

Mengevaluasi Pengelolaan Pencatatan Meter

Kontrol Kualitas Baca Meter

Reward dan Penalti

Kontrak kerja baca meter

1. Aaaaaaa
2. Bbbbbbb
- ~~3. Cccccccc~~

Kontrak kerja baca meter

1. Aaaaaaa
2. Bbbbbbb + α
3. Cccccccc

Melakukan kecurangan

Tidak bisa
menerima gaji
penuh atau PHK

Menerima gaji
penuh + bonus
(sistem *reward*
lainnya)



Pengelolaan Pencatatan Meter

39

Mengoreksi laporan Baca Meter

#	Bln / Thn	Tot. ABM	ABM Terbaca	ABM Blm. Terbaca	Tot. Pelanggan	Terbaca	Blm. Terbaca	Terbaca (P)	Anomali
1	04 / 2018	943	86	857	157.647	11.201	146.446	57	1.581
2	03 / 2018	942	940	2	157.477	157.492	-15	1.659	25.420
3	02 / 2018	943	940	3	157.276	157.173	103	1.574	25.198
4	01 / 2018	943	940	3	156.998	156.940	58	1.803	24.974
5	12 / 2017	941	939	2	156.814	156.719	95	1.751	24.421



Pengelolaan Pencatatan Meter

Kondisi / Anomali

-semua-

-semua-

AMT - ARAH MTR TRBLK STAN BERJLN MDR
 ASL - STAN MTR BENAR,BS DIBACA JELAS
 ATM - AIR TDK MENGALIR,TEKANAN KCL
 BCS - BACA SENDIRI,PELG BC ST MTR
 BDT - BARU DITEMPATI
 BGN - RMH DI BGN/RENOVASI
 BRM - METER BURAM,EMB,LMT
 CMB - COB METER BOCOR
 DLP - MEMBACA METER DARI LUAR PAGAR
 IBC - INST STLH MTR BCR/INST DLM RMH
 IGP - INST AIR GABUNG INST POMPA
 KTA - KARTU PELANGGAN TDK ADA
 MBC - MTR BCR,PCH,KACA MTR PECAH
 MCT - METER MACET,KEDER
 MDR - METER BRD DLM RMH
 MM - MELEPAS METER/MTR DILEPAS
 MTA - MTR TDK ADA / HILANG
 MTK - METER TIDAK KETEMU
 MTP - METER TERPENDAM

Kondisi / Anomali

-semua-

OST - ORANG SUDAH TAHU
 OTA - ORANG TIDAK ADA
 P.O - PERKIRAAN 0 M3
 SMR - ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI
 THL - MTR THL/SKTR MTR KTR/TERTIMBUN
 TMS - TUTUP METER SEMENTARA
 TSB - TUTUP MTR SULIT BUKA
 VMB - VALVE METER BOCOR
 XAK - AIR KECIL
 XAP - ANGKA PINJAM
 XBK - BUKA KEMBALI KRN TT
 XBS - BK KARENA TS
 XKI - KARTU PELANGGAN DIISI OLEH PTG
 XKS - KIRIM STAN VIA TLP/PENGADUAN
 XMB - METER BARU/DIGANTI
 XMK - METER KUNCI
 XML - METER LONCAT (ANGKA)
 XMR - MTR RSK,TDK NORMAL,PTR SGT KRS
 XMT - METER TERBALIK
 XPB - PASANGAN BARU

Kondisi / Anomali

-semua-

VMB - VALVE METER BOCOR

XAK - AIR KECIL
 XAP - ANGKA PINJAM
 XBK - BUKA KEMBALI KRN TT
 XBS - BK KARENA TS
 XKI - KARTU PELANGGAN DIISI OLEH PTG
 XKS - KIRIM STAN VIA TLP/PENGADUAN
 XMB - METER BARU/DIGANTI
 XMK - METER KUNCI
 XML - METER LONCAT (ANGKA)
 XMR - MTR RSK,TDK NORMAL,PTR SGT KRS
 XMT - METER TERBALIK
 XPB - PASANGAN BARU
 XPK - PAGAR KUNCI
 XRK - RUMAH KOSONG/TKD HUNI
 XSS - SAMBUNG SELANG
 XTK - TANAH KOSONG
 XTP - TDK PAKAI
 XTS - TULIS STAN SENDIRI
 XTT - TUTUP TETAP / AANBORING



Pengelolaan Pencatatan Meter

41

Kondisi / Anomali

MCT - METER MACET,KEDER

Pakai Kira

-semua-

Filter

Download CSV

#	No. Saluran	ABM	Nama	Stand Lalu	Stand Ini	Pemakaian	Pakai Kira	Kode	Keterangan
1	000209	605009	LANGGAR DS. TAWANG ARGO KARANG PLOSO	2.056	2.056	0	23	MCT	METER MACET,KEDER
2	001157	105008	A. DARMOKOESOEMO,NY JL. SUTOMO DR 14	6.254	6.254	0	0	MCT	METER MACET,KEDER
3	001454	105009	SOENDJOJO JL. PATIMURA W/11-45	2.486	2.488	2	25	MCT	METER MACET,KEDER
4	004752	210005	KARDJO JL. GADANG IX/12	9.889	9.889	0	15	MCT	METER MACET,KEDER



Pengelolaan Pencatatan Meter

Kondisi / Anomali

SMR - ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI

Pakai Kira

-semua-

Filter

Download CSV

#	No. Saluran	ABM	Nama	Stand Lalu	Stand Ini	Pemakaian	Pakai Kira	Kode	Keterangan
1	000009	102001	MOCH. ANWARI JL. NGANTANG 23	3	3	0	0	SMR	ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI
2	000028	105003	SMA SHALAHUDDIN MALANG JL. JAGUNG SUPRAPTO 10	275	275	0	0	SMR	ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI
3	000032	105003	BANK PEMB.DAERAH JATIM MALANG JL. JAGUNG -----	214	218	4	0	SMR	ADA SUMUR/POMPA AIR/JRG PAKAI



Pengelolaan Pencatatan Meter

HISTORY PAKAI

NOSAL : RT :

NAMA : RW :

ALAMAT : DESA :

DIAMETER : GOLONGAN :

HISTORY PAKAI PELANGGAN

								PERIODE	STAND	PAKAI	KIRA	KONDISI	GOLONGAN	KETERANGAN	USER_ID	FOTO	
HISTORY PAKAI PELANGGAN								12	201702	1150	0	5	MCT	IIE	MCT.	02970520	FOTO
	PERIODE	STAND	PAKAI	KIRA	KONDISI	GOLONGAN	KETERANGAN	13	201701	1150	0	0	SMR	IIE		Fendik Nur	FOTO
1	201801	1212	1	0		IIE		14	201612	1150	0	0	SMR	IIE		Fendik Nur	FOTO
2	201712	1211	0	0	ASL	IIE		15	201611	1150	7	0		IIE		Fendik Nur	FOTO
3	201711	1211	1	0		IIE		16	201610	1143	11	0		IIE		Fendik Nur	FOTO
4	201710	1210	2	0		IIE		17	201609	1132	0	0	SMR	IIE		Fendik Nur	FOTO
5	201709	1208	3	0		IIE		18	201608	1132	0	0	SMR	IIE		Fendik Nur	FOTO
6	201708	1205	4	0		IIE		19	201607	1132	23	0		IIE		Fendik Nur	FOTO
7	201707	1201	8	0		IIE		20	201606	1109	2	0		IIE		Fendik Nur	FOTO
8	201706	1193	1	0		IIE		21	201605	1107	8	0		IIE		0101201508	FOTO
9	201705	1192	33	0		IIE		22	201604	1099	26	0		IIE		0101201508	FOTO
10	201704	1159	0	0	ASL	IIE		23	201603	1073	31	0		IIE		0101201508	FOTO
11	201703	1159	9	0		IIE		FENDIK NUR		FOTO							
12	201702	1150	0	5	MCT	IIE	MCT.	02970520	FOTO								



Pengelolaan Pencatatan Meter

WORK ORDER

NOSAL : RT :

NAMA : RW :

ALAMAT : DESA :

DIAMETER : GOLONGAN : NO BUKU :

HISTORY WORK ORDER PELANGGAN

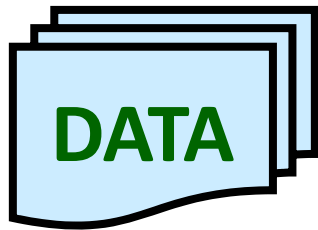
	NOMOR	TGL ORDER	NOSAL	PELAPOR	ALAMAT PELAPOR	ISI ORDER	PEMBUAT WO
1	PE\01\04\170831\0012	31-08-2017	088507	EKO KURNIAWAN	WML.1	UPDATE SLAGH MTR DAN JENIS METER MENJADI = ITRON D11LB00047	ANIK PUJI ASTUTI
2	PE\01\00\170217\0028	17-02-2017	088507	EKO KURNIAWAN	WML.I	CU PEMK 0	ANIK PUJI ASTUTI
3	PE\01\00\160922\0027	22-09-2016	088507	EKO KURNIAWAN	WML 1	MOHON CEK ULANG	HENI PANCAWATI



Pengelolaan Pencatatan Meter

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak



A05: Jumlah anggota keluarga

D05: Interval (hari) baca meter

D08: Konsumsi air bulan berjalan

Nama	A05 (jumlah anggota)	D05 (hari)	D08 (m ³) → D08 (L)	D08/A05/D05 (LCD)
Aaaaa	5 (M)	27	16 → 16,000	119
Bbbbb	9	34	5 → 5,000	16
Ccccc	3 (S)	28	4 → 4,000	48
Ddddd	6	32	15 → 15,000	78
Eeeee	7	29	23 → 23,000	113
Fffff	9	31	49 → 49,000	176
Ggggg	8 (L)	33	22 → 22,000	83



Pengelolaan Pencatatan Meter

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak



Ukuran
Keluarga



A05: Jumlah Anggota Keluarga	3	8
D05: Interval (hari) Baca Meter	29	32
D08: Konsumsi Air(m ³ →L)	9 (9,000)	10 (10,000)
Konsumsi air / kapita / hari	103	39

Konsumsi air (L) per kapita (C) per orang (D)

D08 (Konsumsi air bulan ini)

= $\frac{\text{D08 (Konsumsi air bulan ini)}}{\text{D05 (Anggota Keluarga) X A05 (Interval hari)}}$

$$S = \frac{9,000}{3 \times 29} = \underline{103 \text{ LCD}}$$

$$L = \frac{10,000}{8 \times 32} = \underline{39 \text{ LCD}}$$



Pengelolaan Pencatatan Meter

47

Pemanfaatan dan Analisis *Database*

Kasus Temuan Meter Rusak

Nama	A05 (Jml Anggota kel)	D08/A05/D05 (LCD)
Bbbb	9	16
Cccc	3 (S)	48
Dddd	6	78
Gggg	8 (L)	83
Eeee	7	113
Aaaa	5 (M)	119
Ffff	9	176
Hhhh	6	182
Jjjj	4	183
Iiii	5 (M)	183

Urutkan data berdasarkan perhitungan LCD (liter/orang/hari) dari paling kecil. Tandai pelanggan dengan pemakaian yang tidak sesuai (terlalu sedikit/banyak).

Lakukan survei lapangan utk memeriksa kondisi meter, jika rusak, lakukan penggantian.



Pengelolaan Pencatatan Meter

Contoh Kasus

No	Nosal	Jmlh Klrge	Jan (m3)	Feb (m3)	Mar (m3)	Status Klrge (S/M/L)	L/C/D (jan+feb+mar)/3	Indikasi (pakai minimal 60 l/org/hari)
1	105591	5	2	2	1	??	??	??
2	106105	2	10	8	6	??	??	??
3	108612	5	11	12	15	??	??	??
4	108578	5	16	17	22	??	??	??
5	108605	5	12	13	15	??	??	??
6	107579	6	25	21	21	??	??	??
7	107583	4	16	11	14	??	??	??
8	108614	8	17	16	4	??	??	??
9	107965	4	24	26	21	??	??	??
10	108121	3	9	9	9	??	??	??
11	107387	4	15	13	13	??	??	??



Pengelolaan Pencatatan Meter

49

Kuis Bab 3

- Q1. Saat musim hujan, bacaan meter akan mengukur bacaan yang sama dengan sebelumnya. IYA / TIDAK**
- Q2. Perusahaan boleh berbangga jika tingkat NRW berkurang 10% dibandingkan bulan sebelumnya. IYA / TIDAK**
- Q3. Karena petugas melakukan kesalahan baca meter, petugas ybs dapat melakukan koreksi saat baca selanjutnya. IYA / TIDAK**



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan



Bab 4

Penanganan Pelanggan



Penanganan Pelanggan

3

Definisi

Keluhan dan Kepuasan Pelanggan

Situasi SPAM normal

Tekanan air pas

Aliran air stabil 24/7

Pelanggan puas dan tidak akan mengajukan aduan



Situasi SPAM tidak normal

Tekanan air terlalu tinggi/rendah

Aliran air terputus

Pelanggan tidak puas dan mengajukan aduan/keluhan





Penanganan Pelanggan

4

Definisi

Keluhan dan Kepuasan Pelanggan

Situasi SPAM normal yang berkesinambungan

- # Pelanggan akan puas dan tidak akan mengajukan keluhan
- # Pelanggan berharap layanan air senantiasa lancar
- # Perusahaan harus dapat memenuhi harapan pelanggan
- # Dengan melihat bahwa perusahaan berusaha memberikan layanan terbaik, pelanggan akan lebih kooperatif





Penanganan Pelanggan

Permohonan Sambungan Baru

Selamat datang di PDAM/Perusahaan SPAM

Proses Pendaftaran Sambungan Baru

- # Memproses formulir permintaan sambungan baru
- # Pembayaran biaya sambungan & langganan
- # Instalasi sambungan layanan pelanggan baru
- # Koordinasi dengan bidang teknis dan bidang lain
- # Memvalidasi sambungan baru
- # Cetak kartu pelanggan/bukti langganan lain

Survei Lapangan untuk Sambungan Baru

- # Melihat kondisi bangunan calon pelanggan
- # Melihat area instalasi jaringan perpipaan layanan
- # Konfirmasi kategori tarif



Penanganan Pelanggan

Permohonan Sambungan Ulang

Selamat datang kembali ke PDAM!

Permohonan Buka Kembali dan Daftar Ulang

- # Pelanggan pernah memiliki sambungan
- # Karena sebab-sebab seperti kelalaian dan penunggakan, maka sambungan diputus
- # Pelanggan ingin merehabilitasi sambungannya dengan melakukan sambungan ulang atau daftar ulang





Penanganan Pelanggan

7

Persiapan Administrasi Sambungan Baru Setelah pendaftaran sambungan baru

Pemeriksaan form pendaftaran



Menilai pelanggan

Kontrak berlangganan



Mengeluarkan kartu pelanggan/bukti lain

Pemasangan dan pendataan sambungan



Input data pelanggan

Awal pelayanan penyediaan air minum



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Komunikasi Perusahaan dengan Pelanggan

1. Keluhan Pelanggan

- # Tekanan air rendah
- # Pasokan air tidak stabil (terputus)
- # Tagihan air / baca meter
- # Air berkeruh
- # Masalah teknis terkait meter air, jaringan perpipaan, dsb
- # Masalah kebocoran, perbaikan lambat, dan juga..
- # Waktu dan lokasi pembayaran yang kurang efektif
- # Sikap pegawai



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Komunikasi Perusahaan dengan Pelanggan

2. Informasi dan Pertanyaan

- # Pertanyaan melalui telepon dan e-mail kebanyakan (80%) terkait dengan prosedur-prosedur atau saat pelanggan mau pindah rumah.
- # Terkadang ada pertanyaan terkait informasi lokasi konstruksi pipa air dan daerah suspensi air.
- # Ada juga pelaporan lokasi kebocoran air permukaan dan sambungan ilegal.



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Komunikasi Perusahaan dengan Pelanggan

3. Permohonan

Selain itu, ada kalanya pelanggan mengajukan permohonan terkait situasi layanan misalnya: Mengubah ukuran meter air, menghentikan penggunaan meter air sementara, dsb

Ada kalanya pelanggan mengajukan negosiasi pembayaran misalnya; perpanjangan masa tenggang/jatuh tempo, cicilan, dsb



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Media Keluhan

Mengelola Penerimaan Keluhan Pelanggan

- # Media komplek dapat berupa saluran atau penanggungjawab yang menampung semua keluhan pelanggan baik melalui telepon, SMS, e-mail, laman web, surat, dsb.
- # Dibandingkan satu dekade yang lalu, pelanggan lebih asertif dalam menyampaikan keluhan.
- # Karena keluhan dapat menjadi tolak ukur yang berharga bagi perusahaan, keluhan harus ditampung dan ditangani dengan baik.

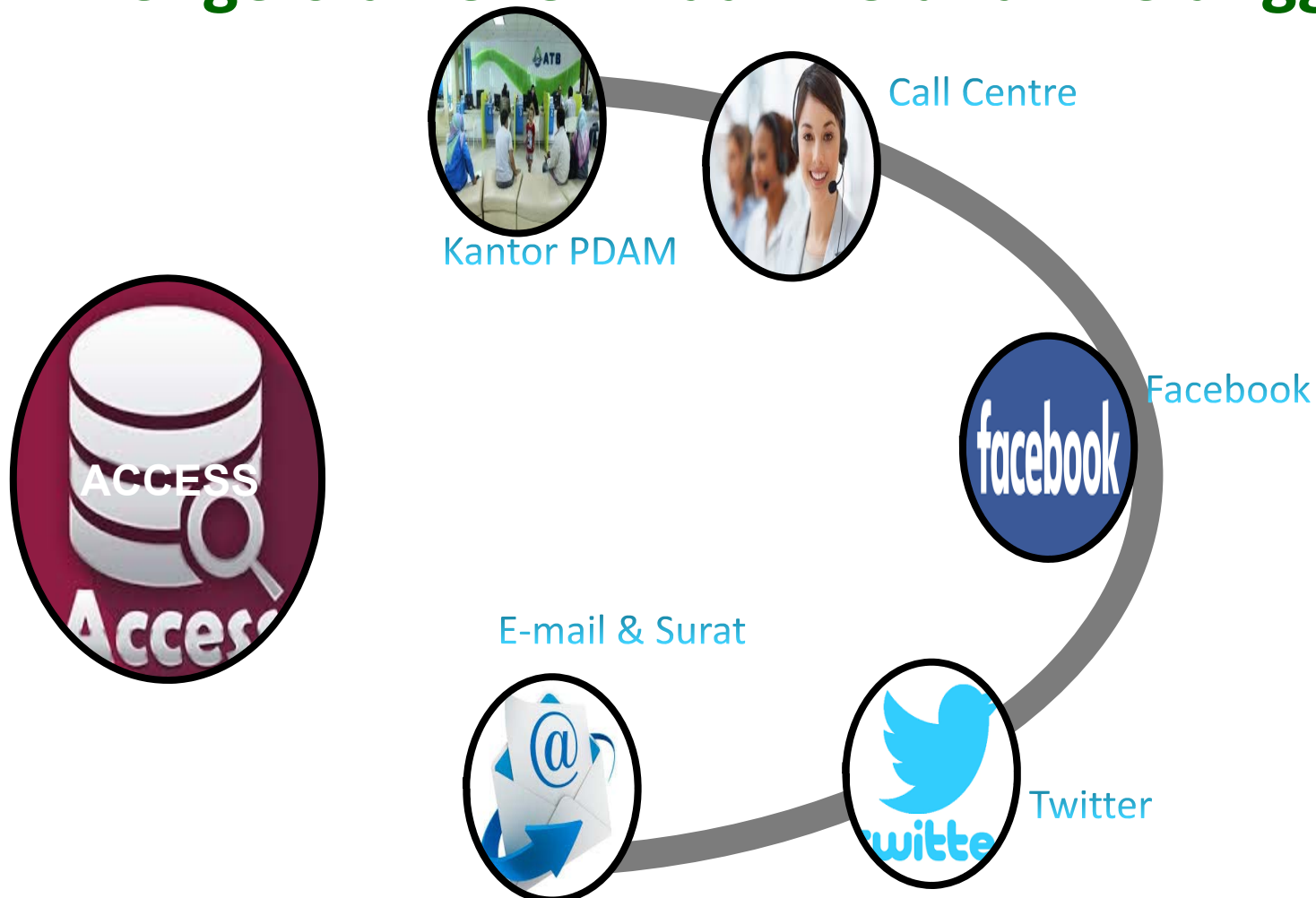


Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Media Keluhan

Mengelola Penerimaan Keluhan Pelanggan





Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Media Keluhan *Call Center*

Mengelola Penerimaan Keluhan Pelanggan

Salah satu dari media keluhan yang disediakan oleh PDAM, antara lain adalah *call center* atau pusat panggilan untuk menerima telepon pelanggan, merespon komunikasi pelanggan (informasi, keluhan, dan permintaan).

Pusat panggilan juga menjembatani komunikasi antar perusahaan dan pelanggan terkait hal yang dibutuhkan pelanggan serta dapat mengatasi masalah jarak dan memberikan kedekatan antara PDAM dengan pelanggan



Penanganan Pelanggan

Mengelola Pusat Panggilan

Media Keluhan *Call Center*

- # Tiga aspek media pusat panggilan mencakup sistem, petugas, dan teknologi
- # Adanya sarana dan prasarana yang baik, penerimaan komunikasi pelanggan dengan ramah, profesional, responsif, akurat, jelas, dan tepat waktu akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- # Informasi pelanggan yang diverifikasi saat melakukan panggilan juga dapat digunakan untuk memutakhirkan *database*
- # Memberikan pelatihan berkala bagi pegawai agar senantiasa *terupdate* pengetahuannya tentang perusahaan
- # Melakukan pemantauan kinerja petugas pusat panggilan telepon



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Merespon Keluhan Pelanggan

Sebagian besar PDAM dan Penyelenggara SPAM telah memiliki skema respon dan tindak lanjut terhadap keluhan pelanggan

PDAM sudah memiliki daftar keluhan dan riwayat tindak lanjut, terlepas dari:

- Apakah daftar keluhan sudah diklasifikasi atau belum**
- Apakah penindaklanjutan sudah dianalisis dan didokumentasikan dengan baik atau belum**



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Merespon Keluhan Pelanggan untuk Pelayanan Prima

Merespon keluhan pelanggan melalui Pusat Pelanggan dengan baik mencakup:

- Kelengkapan informasi yang diberikan kepada pelanggan yang menelepon
- Memberikan tipe interaksi yang berbeda sesuai dengan tipe komunikasi dan tipe pelanggan
- Memastikan informasi yang diberikan jelas dan pelanggan siap menerima informasi
- Menyediakan kesiapan infrastruktur penunjang (jika ada)
- Memastikan waktu yang digunakan tidak terburu-buru maupun bertele-tele



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Tipe dan Karakter Pelanggan

Klasifikasikan pelanggan yang mengajukan aduan (dapat berdasarkan area pemukiman, pekerjaan, ukuran keluarga, tekanan air, waktu penyediaan air)



Ada beberapa tipe pelanggan perusahaan
→ Sering mengajukan keluhan, baik masalah kecil atau besar. Tapi ada juga yang hanya mengajukan keluhan terhadap masalah besar
→ Kebanyakan pelanggan tidak akan mengajukan keluhan kalau masalah masih bisa ditangani





Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Tipe dan Karakter Pelanggan

- # Keluhan sedikit tidak serta-merta mencerminkan situasi bisnis perusahaan aman
- # Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat menganalisis permintaan pelanggan dan melakukan upaya perbaikan
 - Bagaimana PDAM/Perusahaan SPAM mendapatkan *feedback* jika tidak ada keluhan?



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Memproses , Menangani, dan Menindaklanjuti

Penanganan (manajemen) keluhan pasti akan dilalui hampir di semua PDAM.

Sudahkah PDAM melakukan proses tsb terhadap satu keluhan?

→ PDAM membuat daftar semua keluhan dan penanganannya.

→ PDAM menganalisis konten.

→ Kenapa, dimana, kapan keluhan itu terjadi, dan bagaimana penyelesaiannya?

→ PDAM berbagi informasi dalam organisasi.



Penanganan Pelanggan

Menangani Keluhan Pelanggan

Memproses, menangani, dan menindaklanjuti keluhan pelanggan dengan lima dimensi kualitas pelayanan

SERVICE QUALITY DIMENSIONS

1. **Keterhandalan (*Reliability*)** : kemampuan melaksanakan pelayanan secara baik dan akurat
2. **Kepekaan (*Responsiveness*)** : keinginan penuh dalam membantu pelanggan dan melaksanakan pelayanan yang sigap
3. **Keterjaminan (*Assurance*)** : pengetahuan dan perilaku karyawan, serta kemampuan mereka memberikan kepercayaan kepada pelanggan
4. **Empati (*Empathy*)** : kemampuan dalam memperlakukan atau memperhatikan pelanggan sebagai individu seutuhnya
5. **Sarana/Prasarana (*Tangibles*)** : tampilan dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan materi lainnya





Penanganan Pelanggan

Memproses Tunggakan Pembayaran

Tipe Keluhan Pelanggan

Tipe Keluhan: Teknis dan Administrasi

Keluhan Teknis	Keluhan Non Teknis
<ul style="list-style-type: none"># Kebocoran# Sambungan ilegal# Masalah kualitas air (air keruh, berlumut, berbau, ada senyawa / benda asing)# Pekerjaan konstruksi / instalasi sambungan# Tekanan air rendah (masalah kuantitas air)	<ul style="list-style-type: none"># Prosedur berlangganan, registrasi, pemutusan, balik nama# Permintaan layanan tangki air# Masalah tagihan rekening air dan pembayaran# Klaim volume konsumsi air# Informasi yang tidak jelas, sikap karyawan



Penanganan Pelanggan

Memproses Tunggakan Pembayaran

Layanan ↔ Biaya Layanan

Layanan Penyediaan Air Minum



Pembayaran sebelum Jatuh Tempo

Sebelum jatuh tempo, perusahaan dapat:

**Menotifikasi,
Negosiasi,
Pemutusan.**





Penanganan Pelanggan

Memproses Tunggakan Pembayaran Negosiasi Pembayaran



Tidak bisa membayar sebelum jatuh tempo
(tetapi masih beritikad membayar)



Lakukan negosiasi agar kontrak
berlangganan dapat berlanjut →
metode cicilan atau pengurangan harga



Penanganan Pelanggan

Memproses Tunggakan Pembayaran

Intervensi





Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Database Keluhan Pelanggan

No. Urut	151
No. Dokumen	<u>201603200200151.xlsx</u> 
Nama (sumber)	Mr. Nek Amayokoy
Alamat	JL Pattimura No.20, Jakarta, 12110
Email	abcdefghijklm@nopoqrs.com
No. Telepon	0821-0987-6543 
Tanggal Pengajuan	20171129 (29 November 2017) 
Klasifikasi	Meter air; [032] 
Sub-Klasifikasi	Baca meter; [002] 
Deskripsi	Pembaca meter tidak bisa membaca meter dengan akurat



Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Database Keluhan Pelanggan

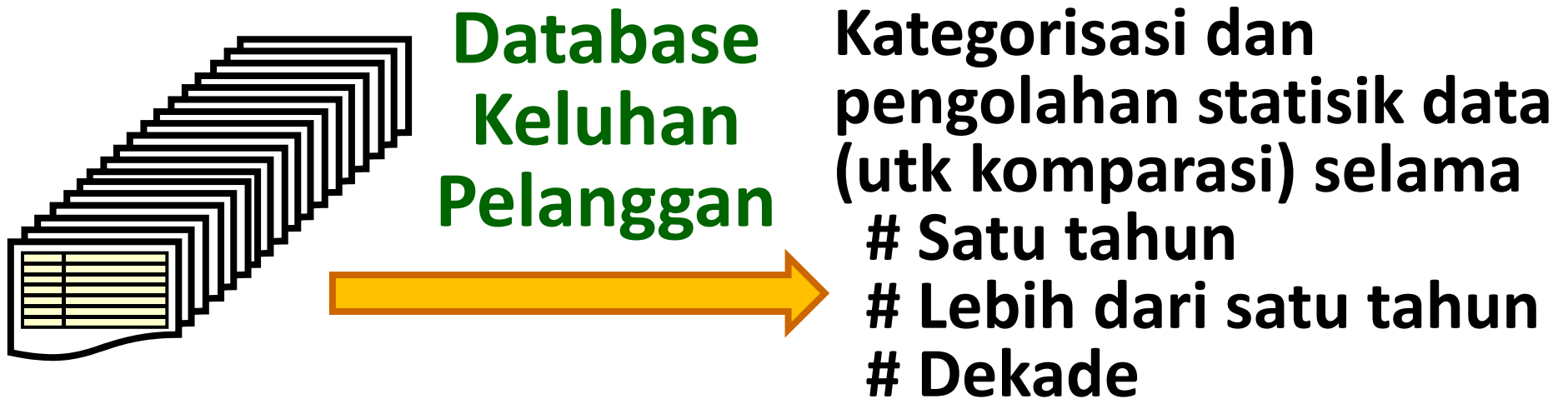
2016040700239.xlsx	Pasokan Air; [04]
JL Pattimura No.20	Suspensi Air; [07]
Indikator Keluhan	Deskripsi (oleh Pelanggan)
Kapan aliran air terhenti?	3 hari sejak 18 Agustus 016
Apakah tetangga sekitar juga mengalami masalah air?	Semua perumahan di <i>cluster</i> tersebut tidak dapat mengakses air
Apakah katup <i>valve</i> meter tertutup atau terpapar?	<i>Valve</i> dalam keadaan terekspos
Kapan air mengalir/mati?	Air mengalir pada jam 12 malam-5pagi
Apakah keluhan sudah diteruskan ke operator?	Periksa kondisi jaringan penyediaan air
Status keluhan dan penanganan	Sudah ditinjau Penggantian pipa kecil eksisting



Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Database Keluhan Pelanggan



Analisis Statistik berdasarkan Zona Regional dan Zona Waktu mengenai distribusi tren "Tekanan air, Suspensi air, air tidak bersih, dan injeksi bahan asing"



Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Kategorisasi & Pengolahan Statistik utk Data

- # Dimana masalah tekanan air rendah terjadi?
- # Pada hari/jam berapa masalah tsb terjadi?

Keluhan dari Banyak Pelanggan Sekaligus

- # Mengapa tekanan air rendah terjadi di sekitar area ini di pagi dan sore hari?

- Karena pipa distribusi kecil, sehingga jika banyak pelanggan menggunakan air sekaligus, air tidak bisa terdistribusi secara merata
- Melakukan perhitungan hidrolika terhadap pipa air sebelum melakukan pekerjaan konstruksi perpanjangan pipa.



Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Laporan Titik Kebocoran Permukaan

- # Dimana? (Jalan umum, di rumah – daerah hulu meter air)
- # Skala kebocoran? (memancar seperti air mancur atau mengalir – kebocoran kecil)
- # Genangan setelah hujan atau percikan?
- # Sejak kapan?

Laporan Sambungan Ilegal

- # Dimana titiknya?
- # Bagaimana sambungannya?
- # Dimana konstruksinya?
- # Siapa yang melakukan? Tahu dari?
- # Sejak kapan?



Penanganan Pelanggan

Penyelesaian Keluhan Pelanggan

Pengalaman dengan Keluhan Pelanggan

Pemanfaatan *Database* Keluhan Pelanggan

- # Klasifikasi jenis keluhan
- # Menjaga konsistensi metode penyelesaian keluhan
- # Menyimpan proses dan hasil korespondensi sesuai keluhan
 - Jumlah hari yang dibutuhkan, total biaya, departemen / bagian yang terlibat
- # Membentuk "Panitia Penanganan (Manajemen) Keluhan" untuk membahas korespondensi keluhan dengan pelanggan secara berkala (2-3 kali dalam setahun) sebagai bahan perbaikan layanan



Penanganan Pelanggan

31

Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan

Pengalaman dengan Keluhan Pelanggan

PDAM harus melakukan upaya agar pelanggan tidak mengeluhkan hal yang sama terus-menerus.

Jika masalah yang sama dialami lagi dan lagi, pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan.



Oleh karena itu, “panitia” harus dibentuk khusus untuk melakukan upaya perbaikan berdasarkan keluhan dan informasi yang masuk.



Penanganan Pelanggan

32

Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan

Menjaring Informasi dengan Suara Pelanggan

- # PDAM harus memperlakukan keluhan sebagai "Hadiah dari Pelanggan", bukan sebagai "Gambar Negatif".
- # Pengolahan dan pertukaran informasi terkait keluhan dapat dilakukan dengan Perusahaan SPAM (PDAM) di wilayah yang sama.
- # Berbagi tips dan keterampilan untuk meningkatkan operasional bisnis SPAM





Penanganan Pelanggan

Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan Contoh Klasifikasi Suara Pelanggan

Klasifikasi	Sub-Klasifikasi
Pembacaan meter	Pemberitahuan / Baca meter / Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Pengurangan kebocoran di rumah / Lainnya
Pembayaran dan administrasi	Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Sistem dan Lembaga / Administrasi / Korespondensi PDAM dengan pelanggan / Rekening bank / Kartu kredit / Laman web / Pemotongan dan pembebasan pembayaran / Pengumuman atau Notifikasi / Pemutusan atau Pendaftaran Langganan / Pemutusan sambungan atas penunggakan / Lainnya
Pekerjaan konstruksi	Korespondensi dengan PDAM / Apresiasi dan ucapan terima kasih / Perbaikan jalur perpipaan / Survei kebocoran air / Kerusakan jalan / Pemutusan air, air keruh / Penggantian meter air lama / Etike pekerja / Kontek pengerhaan (penjelasan sebelum pengerjaan) / Arahan pengaturan lalu lintas, Tindakan pengamanan, Pencegahan kemacetan / Jangka waktu pengerjaan konstruksi / Tindak lanjut setelah pengerhaan / Suara, getar / Lainnya
Lain-lain	Apresiasi, ucapan terima kasih / Kegiatan / Penjualan air minum dalam kemasan / Pengelolaan taman di perkarangan PDAM / Kualitas air / Skandal, kecelakaan / Informasi mencurigakan atas individu / Lainnya



Penanganan Pelanggan

Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan

Contoh Keluhan dan Penyelesaiannya

Pelanggan mengeluhkan tagihan tinggi

1. Tagihan seorang pelanggan tinggi karena baca meter pada bulan Oktober 2016 hasil estimasi sebab rumah terkunci.
2. Keluhan diteruskan ke penanganan pelanggan untuk analisis lebih lanjut, dan disimpulkan bahwa estimasi yang diberikan terlalu tinggi dibandingkan dengan rata-rata konsumsi air pelanggan.
3. Untuk mendapatkan kepastian pembacaan meter, keluhan diteruskan ke Bagian Baca Meter untuk diverifikasi dan dikoreksi .
4. Keluhan diteruskan ke Bagian Penagihan untuk koreksi jumlah tagihan.
5. Staf layanan menghubungi pelanggan untuk menyampaikan penyelesaian keluhan tersebut.



Penanganan Pelanggan

35

Mengevaluasi Hasil Penanganan Pelanggan Evaluasi Terbuka/Analisis Suara Pelanggan

Penting bagi PDAM untuk dapat inisiatif menganalisis, serta menyampaikan hasil analisis dan penindaklanjutan keluhan pelanggan sbg informasi kepada pelanggan (Suara Pelanggan).

PDAM harus dapat terbuka dengan informasi keluhan pelanggan tanpa menyembunyikannya.





Penanganan Pelanggan

36

Kuis Bab 4

Q1. Bahkan tanpa adanya keluhan pelanggan, kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan.

IYA / TIDAK

Q2. Upaya perbaikan dapat dilakukan dengan melakukan klasifikasi keluhan dan analisis terhadap metode penyelesaian keluhan.

IYA / TIDAK

Q3. Karena keluhan pelanggan sangat merepotkan saya ingin mengabaikannya. IYA / TIDAK



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan



Bab 5

Pemasaran



Pemasaran

Definisi

Bagian dari Hubungan dan Pelayanan Pelanggan

Hubungan Pelanggan

Pemasaran

Peran perusahaan dalam menyediakan

Informasi



Mengedukasi



Persuasi/menjelaskan

Membangun kerjasama



Membangkitkan minat masyarakat

Meningkatkan pemahaman masyarakat

terhadap PDAM



Pemasaran

Definisi Teori

- Kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Philip Kotler).
- Sesuatu yang meliputi semua langkah di pakai atau dibutuhkan untuk menempatkan barang yang bersifat *tangible* (jelas atau berbentuk) ke tangan konsumen. (Philip & Duncan)

Dapat disimpulkan sbb :

Suatu sistem dari kegiatan bisnis yang terpadu, di rancang sedemikian rupa untuk merencanakan, menentukan harga, promosi & mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan keinginan konsumen serta mencapai target/sasaran pasar & tujuan perusahaan melalui proses transaksi/pertukaran.



Pemasaran

Lakukan Promosi terhadap Calon Pelanggan
Promosi adalah bagian dari Pemasaran

Pemasaran “4P” meliputi **Produk** (air),
Price/harga (tarif air), **Place/tempat**
(distribusi), **Promosi** (Metode).



5W2H Pemasaran disampaikan sbb:

Why (Tujuan: kebutuhan manusia)

What (Apa: air)

Who / To Whom (Target: pelanggan)

Where (Kemana: tempat pelanggan)

When (Kapan: 24/7),

How (Berapa: harga) dan (Bagaimana menjual:
metode promosi).



Pemasaran

Definisi

Sebenarnya berada dimana Aktivitas

Pemasaran di PDAM,

Di Divisi HUMAS atau di Divisi HUBLANG... ?



Pemasaran

Definisi

HUMAS/*PUBLIC RELATION* :

Melayani stakeholder/ Pemangku kepentingan (Pemerintah, Instansi, masyarakat, LSM, Media) secara spesifik

→ Aktifitas mendata atau riset, melakukan , membina relasi, memberikan informasi untuk perubahan yang baik bagi perusahaan.

HUBLANG/*CUSTOMER RELATION* :

Melayani seluruh pelanggan yang terdaftar yang berasal dari berbagai macam latar belakang.

→ Aktifitas melakukan tindak lanjut atas keluhan, masalah dan permohonan informasi pelanggan



Pemasaran

Melakukan Promosi terhadap Calon Pelanggan Pemasaran dan Kehumasan

- # Pemasaran dan Hubungan Masyarakat bertujuan memberikan informasi terkait layanan dan upaya-upaya perusahaan air minum dan isi layanan.
- # Edukasi akan membantu masyarakat sekitar memahami sistem dan administrasi penyediaan air minum.
- # Konsep Pemasaran dapat ditemukan di UU Pelayanan Konsumen No. 8 Tahun 1999.



Pemasaran

Melakukan Promosi terhadap Calon Pelanggan

Pemasaran dan Kehumasan

Langkah-langkah dalam melakukan pemasaran

- a. Perencanaan
- b. Strategi
- c. Implementasi
- d. Evaluasi



1. Menetapkan tujuan dan menganalisa situasi
2. Menentukan target pemirsa untuk disesuaikan dengan jadwal, alat komunikasi, konsep kegiatan
3. Menetapkan strategi dan kegiatan
4. Merencanakan anggaran
5. Menyusun laporan yang mencakup kegiatan, hambatan, dan hasil kegiatan



Pemasaran

Melakukan Promosi terhadap Calon Pelanggan

Pemasaran dan Kehumasan

Survei Situasi Pasar di Area Layanan Perusahaan

- # Survei Kebutuhan Nyata
- # Survei Kebutuhan Dasar
- # Survei Potensi Pelanggan

Fungsi survei-survei tersebut antara lain..

- # Mengumpulkan informasi dari masyarakat terkait minat terhadap produk
- # Menyederhanakan analisis potensi calon pelanggan
- # Alat ukur untuk menentukan investasi jaringan pipa



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Kegiatan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

1. Promosi

Kegiatan untuk mengenalkan perusahaan dalam rangka meningkatkan layanan air minum, meningkatkan konsumsi dan jumlah pelanggan, dan meningkatkan pendapatan.

2. Sosialisasi

Kegiatan penyampaian informasi kepada pelanggan eksisting, umumnya tatap muka.

3. Publikasi

Kegiatan penyampaian informasi secara detail melalui media kepada pelanggan (dan calon pelanggan).



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Upaya-Upaya Pengurangan NRW

Apakah pelanggan perlu memahami kondisi NRW?

- Perusahaan perlu menginformasikan kondisi NRW kepada pelanggan.
 - Mengapa ada peningkatan NRW?
 - Apa imbas NRW terhadap pelanggan?
 - Mengapa pelanggan perlu bekerjasama dalam melakukan kegiatan pengurangan NRW (suspensi air karena penggantian pipa, penggantian meter rusak, dsb)?



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Upaya-Upaya Pengurangan NRW

Perusahaan menyediakan informasi kepada pelanggan agar memahami upaya perusahaan

- Secara umum, proporsi pelanggan yang berminat mengetahui bisnis air minum tidak banyak.
- Namun dengan penjelasan yang jelas dan dikemas menarik melalui kegiatan sosialisasi, promosi, kampanye, dsb akan lebih efektif dalam meningkatkan minat dan pemahaman pelanggan.



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Peningkatan Kesadaran thd Sambungan Ilegal
Ditemukan saat pelaksanaan baca meter atau
dengan kroscek informasi dengan pelanggan.

- Sambungan ilegal harus ditindaklanjuti dengan tegas.
- Petugas meter harus dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan agar pelanggan lebih awas dan kooperatif dalam menyampaikan informasi terkait sambungan ilegal
- Cara lain utk meningkatkan kesadaran dapat dengan sosialisasi, peningkatan kesadaran thd petugas baca meter, dsb.



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Apa yang Harus Dilakukan Saat Pelanggan Menunggak?

Sosialisasikan dengan tampilan perbandingan pembayaran dengan menunggak dan biaya sambungan ulang dibandingkan pembayaran rutin

Mana yang lebih murah?

a. Pembayaran rutin dan tepat waktu

b. Penunggakan

(**Biaya pemutusan + Biaya tertunggak + Denda + Biaya sambung ulang**)

Pada kasus B, biaya belum termasuk biaya lain-lain bagi Perusahaan termasuk persiapan dokumen, usaha penagihan dan negosiasi.



Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan

Apa Keuntungan Menunggak?

Perbandingan antara Pembayaran Rutin dan Penunggakan

Deskripsi Kegiatan Pelanggan	Rutin	Menunggak
Pembayaran rutin	X	X (Terlambat)
Biaya pemutusan		Y
Membeli air lain		Y
Denda (___%)		Y
Biaya sambung ulang		Y
Total	X	X + Y + Z*



Pemasaran

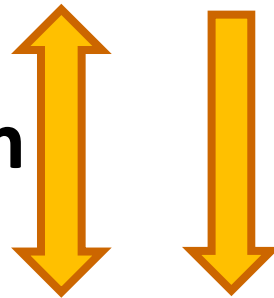
Mengelola Hubungan Pelanggan

Kegiatan Humas melalui Kelompok Masyarakat

Kerjasama antar perusahaan dan masyarakat

PDAM: Perusahaan SPAM

Tingkat kepercayaan dan tanggungjawab tinggi



Sumberdaya ekstra-perusahaan

Kelompok Masyarakat

Penagihan rekening air, manajemen fasilitas, konsultasi pembayaran





Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Kegiatan Edukasional

Salah satu kegiatan sosialisasi

- # Edukasi pelanggan dapat dilakukan dengan penyebara informasi, dan metode sosialisasi dan dialog yang interaktif.
- # Kegiatan edukasi diimplementasikan agar masyarakat lebih memahami proyek penyediaan air bersih.
 - Studi wisata sekolah bagi anak sekolah
 - Tur fasilitas SPAM bagi anak-anak dan orangtua
 - Edukasi mengenai SPAM sejak usia dini
 - Perusahaan harus memahami cara mengedukasi

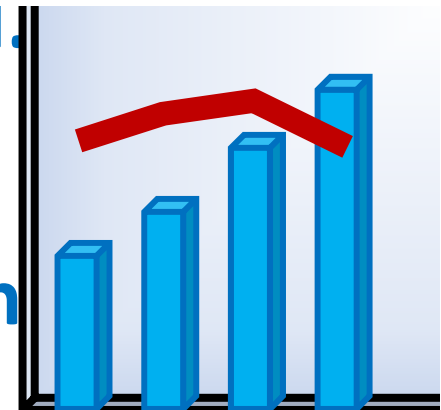


Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Kegiatan Edukasional

Kampanye Hemat Air

- # Di masa depan, sumber air bersih akan semakin menipis, tingkat NRW masih tinggi, dan pengembangan sumber air baru masih sulit dikembangkan
- # Pelanggan harus dapat menggunakan air dengan bijak melalui edukasi PDAM.
- # Jika penghematan air perlu dilakukan, revisi tarif air untuk mendorong penghematan air juga dapat diterapkan





Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Kegiatan Edukasional

Kelas Edukasi untuk Anak dan Orangtua

Perusahaan dapat menyelenggarakan kelas edukasi

- Biaya partisipasi gratis
- Partisipan anak rentang kelas 4-6 SD, sudah memahami iptek dan didampingi orangtua.

- Alur kegiatan

Pembukaan

Tur di IPA

Latihan 1: Pemurnian air baku

Latihan 2: Uji air sesuai standar

Penutupan dan sertifikasi





Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Publikasi

Media yang Digunakan (Cetak/Digital)

- # Karena air ledeng secara otomatis dilanggankan oleh pelanggan, kegiatan promosi awalnya tidak perlu dilakukan.
- # Namun, karena pelanggan semakin kritis terhadap kualitas air, Perusahaan perlu memberikan informasi mengenai ttg usaha air bersih.
- # Media yg dapat dimanfaatkan meliputi; media cetak spt koran, majalah, katalog, brosur dan media elektronik seperti media sosial, iklan, CD hingga *merchandise* seperti T-shirt dan kalender.



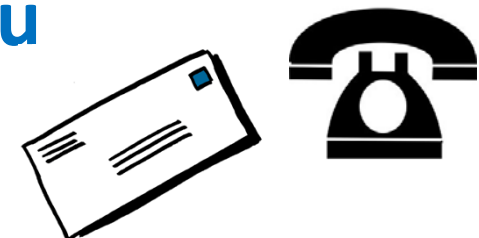
Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Publikasi

Media Periklanan di Era Digital

Penggunaan Internet / SMS di bidang ini akan efektif bagi Perusahaan dan pelanggan.

Internet/SMS dapat digunakan untuk menyebarkan kuesioner dan menampung pendapat pelanggan/masyarakat sekitar. Media ini lebih mudah dibandingkan kartu pos, telepon, fax, dsb.





Pemasaran

Mengelola Hubungan Pelanggan Publikasi

Media Cetak

Salah satu media yang paling umum adalah brosur.

Brosur dapat dibawa saat ada kegiatan dan diberikan ke kerumunan, atau disediakan kapan saja di kantor perusahaan.

Masukkan informasi yang penting dan menarik bagi pelanggan.



A. TATA CARA PERMOHONAN PASANG SI

1. Foto Kopian Pernyataan Pendaftaran (PKP)
2. Foto Kopian Kartu Keluarga (KK) sebanyak 1 lembar
3. Foto Kopian PBB sebanyak 1 lembar
4. Surat Kuasa dari pemilik rumah/melani tentang pemasangan (diperlukan)
5. Mengisi formulir pendaftaran yang dilakukan oleh petugas dan membayar biaya pendaftaran dan survey sebesar Rp 45.000,-

A.2. Biaya Persewaan Pemasangan Instalasi (BPP)

1. Setelah calon pelanggan disurvei oleh petugas PDAM mengenai detail lokasi dan kondisi rumah kemudian pelanggan dapat membayar biaya pemasangan secara tunai atau DP
2. Biaya pemasangan untuk jenis standar (panjang pipa maksimal 10 meter) meter kubik adalah:
 - a. Secara tunai membayar Rp 1.150.000,-
 - b. Secara cicil membayar Rp 155.000,-
 Besarnya angsuran Rp 100.000,- ditambah biaya administrasi sebesar Rp 10.000,- dibayar bersama dengan pembayaran rekening air
3. Biaya Pemasangan untuk jenis Non Standar dikalikan biaya sebagai berikut:
 - a. Biaya pasang baru secara tunai/cicil, ditambah biaya kelebihan jarak sesuai Anggaran Biaya di bayar tunai untuk non standar panjang pipa > 4m.
 - b. Menandatangani Surat Pernyataan dan BPP dengan membubuhi materai Rp 6.000,-
3. Jangka waktu pemasangan termasuk lamanya 15 (lapan belas) hari setelah pembayaran BP (biaya pasang), kecuali ada pertambahan lain.
6. Biaya pemasangan sambungan non rumah tangga didasarkan atas kebutuhan riil lapangan.

B. INFORMASINYA TARA AIR BERSIH

Sesuai dengan Keputusan Walikota Bekasi Nomor 690/Kep-444-Skabang/TP/02/2013 tentang Tarif Air Bersih dan Golongan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Pasir Kencana

Golongan Pelanggan	Kelas	Perhitungan	Unit	Kelas	Kelas
A	B	C	D	E	F
SOSIAL	1	2.000 - 2.500	100 liter	100 liter	100 liter
	2	2.500 - 3.000	100 liter	100 liter	100 liter
	3	3.000 - 3.500	100 liter	100 liter	100 liter
	4	3.500 - 4.000	100 liter	100 liter	100 liter
RUMAH TANGGA	1	0 - 100	100 liter	100 liter	100 liter
	2	100 - 200	100 liter	100 liter	100 liter
	3	200 - 300	100 liter	100 liter	100 liter
	4	300 - 400	100 liter	100 liter	100 liter
RUMAH	1	0 - 100	100 liter	100 liter	100 liter
	2	100 - 200	100 liter	100 liter	100 liter
	3	200 - 300	100 liter	100 liter	100 liter
	4	300 - 400	100 liter	100 liter	100 liter
PERUSAHAAN	1	0 - 100	100 liter	100 liter	100 liter
	2	100 - 200	100 liter	100 liter	100 liter
	3	200 - 300	100 liter	100 liter	100 liter
	4	300 - 400	100 liter	100 liter	100 liter

C. KETENTUAN YANG PERLU DIBERITAHUI

1. Biaya waktu pembayaran sebelum temanya tanggal 20 setelah hari kerja.
2. Untuk pelanggan sambungan pemukiman minimal 10 m per bulan social disubsidi/biaya.
3. Untuk cara waktu pembayaran setiap tanggal 20 setiap bulannya dibayarkan oleh pelanggan. Untuk sambungan baru tidak ada tarif bulan dan tarif.
4. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru.
5. Pelanggan harus mengisi meter air pelanggan dilakukan tanpa pemotretan dan tidak dibayar, sehingga pelanggan dapat dipukul untuk memasang sambungan dan meter air.
6. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
7. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
8. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
9. Pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
10. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
11. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.
12. Untuk pelanggan yang melakukan sambungan dan pemukiman baru, maka pelanggan harus mengisi meter air sebelum sambungan dan meter air.



PDAM Kota Bekasi



Pemasaran

24

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) Bagaimana cara mengetahui tingkat kepuasan pelanggan?

Tidak adanya keluhan pelanggan

= Apakah memuaskan bagi bisnis perusahaan?

→ **Tentu saja tidak.**

Perusahaan perlu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan air minum.

Analisis terhadap jawaban pelanggan merupakan metode umum yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.





Pemasaran

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan SKP

Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan persepsi pelanggan secara obyektif dan terkuantifikasi

- # Mengetahui harapan dan persepsi pelanggan **Melalui SKP**
- # Mengetahui kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan
- # Mengukur indeks kepuasan pelanggan dalam konteks besar dan kecil
- # Memperoleh panduan untuk proses perencanaan dan strategi peningkatan kinerja secara keseluruhan
- # Menunjukkan komitmen terhadap kualitas serta adanya upaya komunikasi dengan pelanggan
- # Memanfaatkan kelemahan sebagai kesempatan untuk memperbaiki diri
- # Membangun komunikasi internal sehingga tiap departemen memahami perannya masing-masing.



Pemasaran

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan SKP

Langkah-Langkah Pelaksanaan SKP

1. Tentukan target survei: siapa, dimana, apa tujuannya
2. Tentukan metode survei
3. Buat anggaran dan tetapkan jadwal
4. Lakukan analisis hasil survei sebagai bahan evaluasi perusahaan
5. Lakukan pelaporan hasil survei untuk penggunaan internal dan eksternal
6. Buat perencanaan perusahaan berdasarkan hasil survei



Pemasaran

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan SKP

Langkah-Langkah Perumusan SKP

Agar memperoleh gambaran jelas terkait layanan perusahaan, pertimbangkan aspek penilaian berikut:

- # *Tangibility*: Visualisasi komunikasi antara pelanggan dan staf
- # *Reliability*: Keterandalan layanan kepada pelanggan
- # *Responsiveness*: Ketanggapan sikap staf thd pelanggan
- # *Jaminan*: Pengurangan risiko dan keamanan bagi pelanggan
- # *Empati*: Komunikasi yang baik dengan pelanggan



Pemasaran

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan SKP

Konten Kuesioner

Untuk memperoleh gambaran aspek-aspek apa saja yang perlu ditingkatkan, misalnya:

- # Seberapa memuaskan berlangganan air minum?
- # Seberapa memuaskan penyediaan layanan air minum?
- # Seberapa memuaskan kualitas layanan pasokan air?
- # Apakah pelanggan bersedia melanjutkan langganan?
- # Bagaimana merekomendasikan layanan air bersih
- # Apa yang mengecewakan dari layanan perusahaan?
- # Dll



Pemasaran

Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan SKP

Sebagai umpan balik dari aktivitas pelayanan pelanggan untuk melihat hasil dan perubahannya maka di perlukan sebuah survei untuk mengukurnya yang dapat berupa :

1. Survei kecil di kantor pelayanan (Drop Box/kotak kritik saran)
2. Survei *Mystery Shop* dan mystery call dengan pihak ke 3 untuk kinerja *Customer service* dan *call center*
3. Atau survey besar tahunan seperti *Customer Satisfaction Index (CSI)*/Indek Kepuasan Pelanggan



Pemasaran

Mengelola Data Hasil SKP

Analisis SKP

Analisis Hasil/Jawaban Kuesioner dan Wawancara

Untuk memperoleh gambaran aspek-aspek apa saja yang perlu ditingkatkan, misalnya:

- # Mengekstraksi dan mengklasifikasikan kata kunci dari hasil kuesioner dan wawancara
- # Urut dan kategorikan kata kunci sesuai urutan kepentingan dan prioritas
- # Untuk kata kunci dengan prioritas tinggi, pertimbangkanlah apakah permintaan pelanggan sudah diakomodasi atau belum



Pemasaran

Melakukan Evaluasi Hasil Pemasaran

Evaluasi Pemasaran

Apa Manfaat Survei Pemasaran thd Kegiatan Perusahaan?

Untuk menganalisis hasil kegiatan promosi, pengelolaan hubungan pelanggan, dan tingkat kepuasan pelanggan

- # Memperoleh *gap* antara permintaan pelanggan dan strategi perusahaan
- # Apa saja aspek kepuasan / ketidakpuasan pelanggan?
- # Apakah ada peningkatan laba dan jumlah pelanggan?





Pemasaran

Kuis Bab 5

- Q1. Penunggakan lebih menguntungkan dibanding membayar rutin. IYA / TIDAK**
- Q2. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui pendapat pelanggan melalui survei. IYA / TIDAK**
- Q3. Tidak ada gunanya menjelaskan SPAM kepada pelanggan. IYA / TIDAK**



Latihan (1)

33

Latihan membuat Dummy Pemasaran (15 menit)

- Membuat informasi kepelangganan dari sisi kehumasan
- Isi dapat mengenai himbauan, promo atau informasi gangguan. Setiap ketua grup dan perwakilan melakukan presentasi singkat
- Kebutuhan Kertas dan Ballpoint (atau PPT 2-3 slide saja)



Latihan (2)

34

Latihan membuat Dummy Pemasaran (15 menit)

- Membuat rencana promosi produk dari sisi kehumasan
- Isi tentang tahapan rencana promo sambungan baru (per kelompok)
- Semua kelompok presentasi masing-masing 5 menit
- Kebutuhan Post It & Spidol (atau PPT, 2-3 slide)



CENTER OF EXCELLENT



Pelayanan Pelanggan





Bab 6

Kinerja Pelayanan Pelanggan



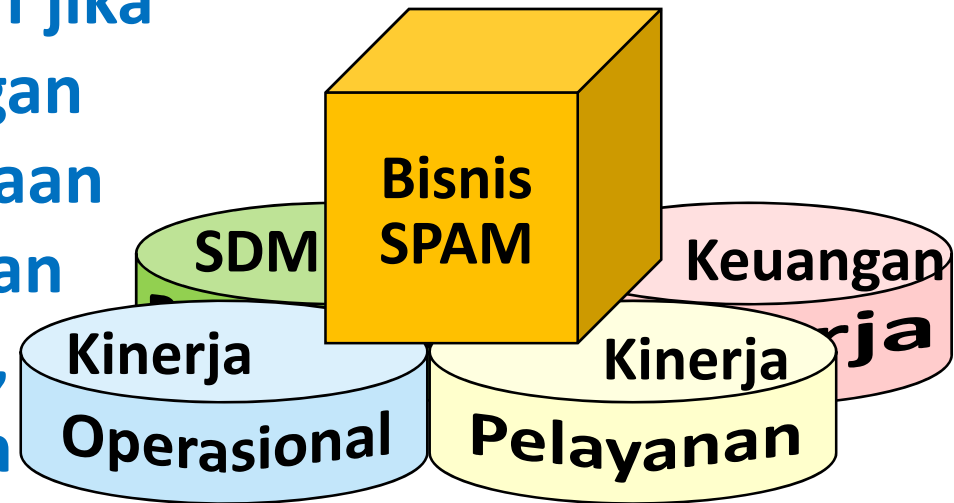
Kinerja Pelayanan Pelanggan

Indikator Kinerja (*Performance Indicator/PI*)

Evaluasi Berdasarkan PI

Perusahaan SPAM skala besar umumnya memiliki kesadaran dan pelaksanaan *training* yang lebih banyak sehingga penilaiannya lebih tinggi.

Evaluasi akan lebih obyektif jika penilaian disesuaikan dengan skala dan dimensi Perusahaan SPAM, misalnya berdasarkan kelompok jumlah populasi, jumlah sambungan, jumlah pegawai, dan jumlah penambahan jaringan perpipaan.



Contoh pada slide berikut →



Kinerja Pelayanan Pelanggan

4

Indikator Kinerja (*Performance Indicator/PI*)

Manakah PDAM yang bagus dan efisien?

Indeks	PDAM X	PDAM Y
Jumlah hari berpartisipasi (hari) [A]	479	68
Jumlah pegawai (orang) [B]	302	21
Rasio <i>training</i> (hari/orang) [A]/[B]		

Indeks	PDAM X	PDAM Y
Jumlah sambungan [A]	39,021	2,917
Jumlah pembaca meter (orang) [B]	13	3
Rasio baca meter(meter/org) [A]/[B]		



Kinerja Pelayanan Pelanggan

5

Indikator Kinerja (*Performance Indicator/PI*)

Manakah PDAM yang bagus dan efisien?

Indeks	PDAM X	PDAM Y
Penggantian pipa lama (km) [A]	10.9	4.5
Total panjang pipa lama (km) [B]	265	32
Rasio penggantian pipa (%) [A]/[B]		

Indeks	PDAM X	PDAM Y
Keluhan terkait tekanan rendah (No.) [A]	738	98
Total keluhan (No.) [B]	8,903	1,325
L. P. complaints ratio (%) [A]/[B]		



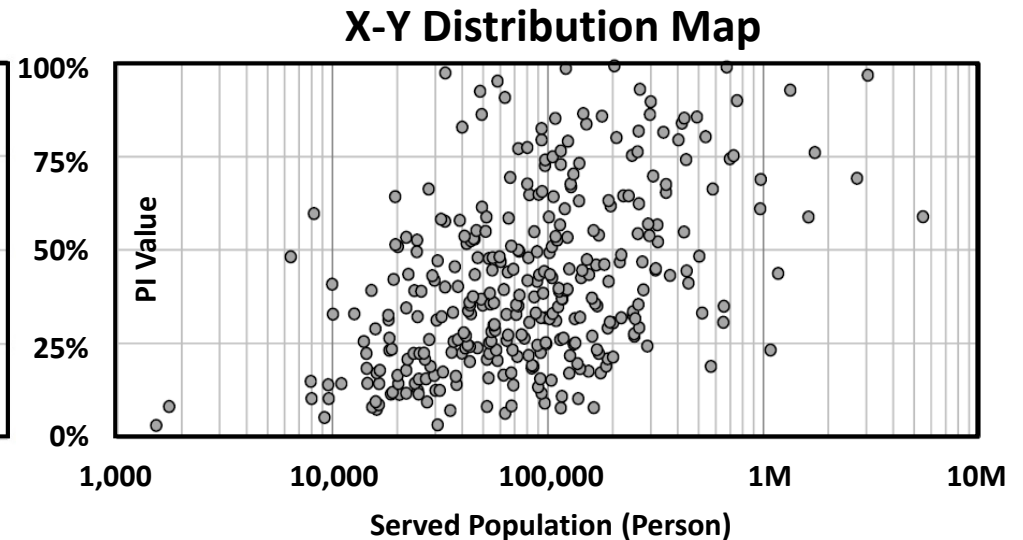
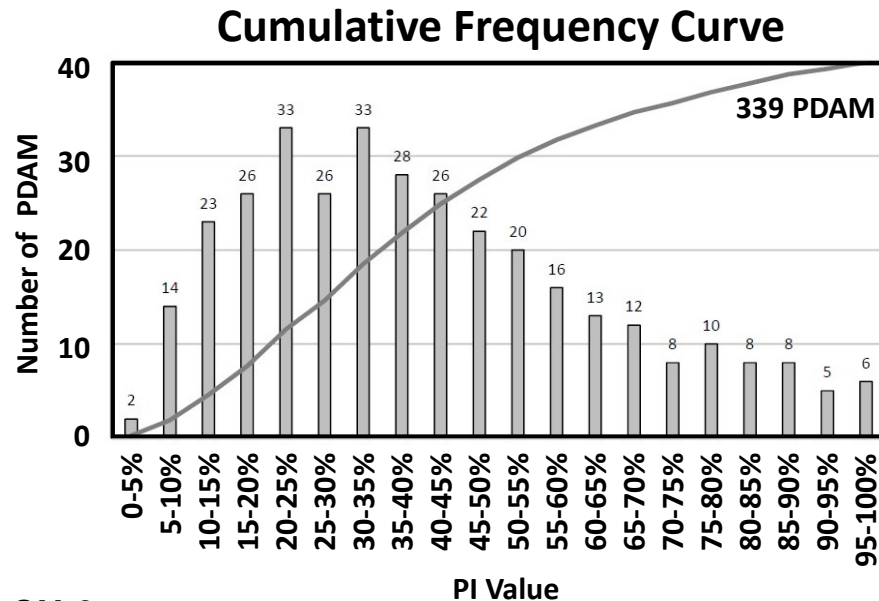
Kinerja Pelayanan Pelanggan

Indikator Kinerja (*Performance Indicator/PI*)

Evaluasi PI berdasarkan BPPSPAM

Contoh dari “7) B.1: Rasio Pelayanan (%)” berdasarkan “Petunjuk Teknis Penilaian Kinerja PDAM (BPPSPAM)”

$$\text{Rasio Pelayanan}(\%) = \frac{\text{Jumlah populasi terlayani}}{\text{Total populasi pada area layanan}} \times 100\%$$





Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

(1) Cakupan Pelayanan Teknis (%)

$$\frac{\text{Jumlah penduduk terlayani (jiwa)}}{\text{Jumlah penduduk di wilayah pelayanan (jiwa)}} \times 100\%$$

Dapat dikelola menjadi laporan kinerja BPKP. Data didapat dari BPS

Q. Apa ada target jumlah (persentase)?

(2) Pertumbuhan Pelanggan (%)

$$\frac{\text{Jumlah pelanggan periode ini (SR)} - \text{jumlah pelanggan periode lalu (SR)}}{\text{Jumlah pelanggan periode lalu (SR)}} \times 100\%$$

Rekap jumlah pelanggan terdaftar di database pada tahun berjalan dan tahun sebelumnya.

Q. Apa artinya jika lebih/kurang dari 100%?



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

(3) Tingkat Penyelesaian Pengaduan (%)

$$= \frac{\text{Jumlah pengaduan pelanggan yang tertangani}}{\text{Jumlah pengaduan}} \times 100\%$$

Diperoleh dari rekap *database* keluhan

Q. Apa ada target jumlah (persentase)?

(4) Kualitas Air Pelanggan

= Pengujian kualitas air di sambungan pelanggan

Diperoleh dari data uji lab resmi

Q. Jika ada satu item indikator yang tidak sesuai standar kesehatan dan kualitas air, apa tindak lanjut perusahaan?



Kinerja Pelayanan Pelanggan

9

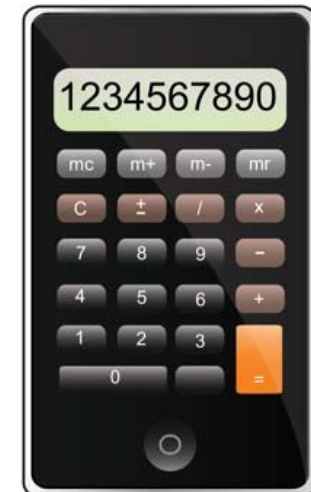
Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

(5) Konsumsi Air Domestik ($m^3/SR/bulan$)

$$\text{Jumlah air terjual pelanggan domestik rata2 (m3) per bulan} \\ = \frac{\text{Jumlah pelanggan domestik (SR)}}{\text{Jumlah pelanggan domestik (SR)}}$$

Data diperoleh dari neraca air dan data penjualan air

Q. Apakah data konsumsi air per orang per hari dapat dihitung dengan akurat? Bagaimana penghitungannya agar lebih akurat? Data apa yang dibutuhkan?





Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

- # **Mempersiapkan sumber daya manusia:** PI dikembangkan untuk mengevaluasi berbagai indikator kerja. Data terkait PI harus akurat agar sewaktu dialokasikan sbg pembilang dan penyebut juga akan menghasilkan data yg akurat.
- # **Tetapkan target layanan:** Meningkatkan / mengurangi pembilang / penyebut PI untuk meningkatkan PI-nya dapat mempengaruhi (dan memperburuk) PI lainnya.
- # **Memiliki perencanaan operasional:** Berdasarkan tren data PI, lakukan perencanaan berdasarkan prediksi PI.



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

- # **Mempersiapkan SDM:** PI dapat membantu evaluasi diri agar dapat disesuaikan dengan rencana, *mutual check*, dan koordinasi dengan kegiatan unit/bagian lain.
- # **Mengelola gangguan operasional:** Dengan melakukan evaluasi kinerja, Perusahaan dapat memitigasi keluhan pelanggan serta kecenderungan masalah yang muncul sambil meningkatkan PI.
- # **Mengarsipkan data:** Data disimpan dengan metode yang konsisten sehingga kesalahan *database* bisa diminimalisir.
- # **Mengembangkan data dan melakukan evaluasi**



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan PI terkait dengan Pelayanan

Persiapan Rekapitulasi dan Penghitungan PI

1. Menentukan departemen/PJ perusahaan atas pengumpulan data dan perhitungan PI
2. Menentukan periode evaluasi PI (waktu pengumpulan data)
3. Perhitungan PI sesuai masing-masing rumus dalam periode yang ditentukan
4. Perbandingan hasil, tren-tren sebelumnya, dengan standar yang ditentukan
5. Penjumlahan semua indikator untuk skor total dan penentuan status Perusahaan (Sehat, Kurang Sehat, Sakit)
6. Rumusan strategi atau rencana aksi untuk menindaklanjuti kinerja layanan pelanggan sesuai hasil penilaian



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan

PI-PI Improvisasi terkait Pelayanan Pelanggan

1. Rasio Perubahan Pelanggan (%)

$$\frac{\text{Jumlah pelanggan tahun ini} - \text{tahun sebelum}}{\text{Pelanggan tahun ini}} \times 100\%$$

Jumlah perubahan pelanggan (Tahun ini – Tahun sebelum): +82
Pelanggan tahun ini: 11,231

Nilai PI: +0.73%

2. Rasio Loyalitas Pelanggan (%)

$$= \left(1 - \frac{\text{Jumlah pembayaran tertunggak selama 1 tahun}}{\text{Jumlah pelanggan dalam 1 tahun}} \right) \times 100\%$$

Jumlah pembayaran tertunggak: 1,628 (135.7/bulan)
Jumlah PELanggan tahun ini: 11,149 + 11,140 + 11, 152 + ----- + 11,231 = 134,572

Nilai PI: 98.79%

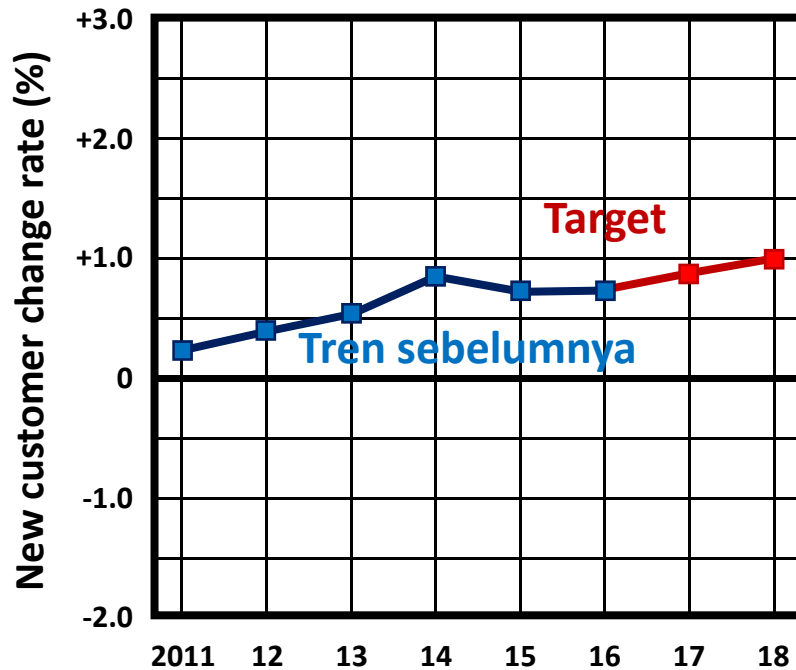


Kinerja Pelayanan Pelanggan

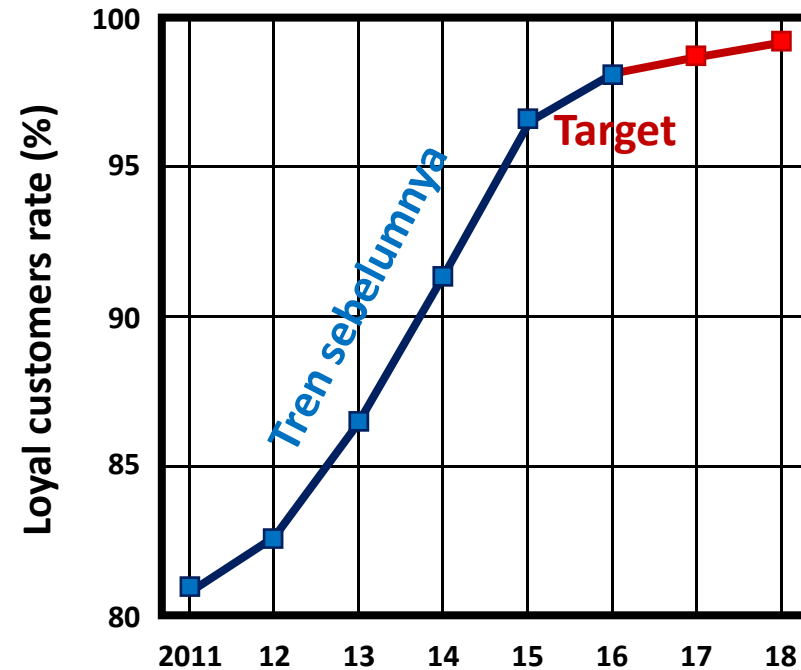
Mengelola Kinerja Bagian Pelayanan Pelanggan

PI-PI Improvisasi terkait Pelayanan Pelanggan

1. Rasio Perubahan Pelanggan (%)



2. Rasio Loyalitas Pelanggan (%)



Memahami tren perusahaan dan Menentukan target



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Mengevaluasi Kinerja Pelayanan Pelanggan **Memahami PI Perusahaan SPAM**

**Menyampaikan Pemahaman Status PI Perusahaan SPAM
kepada Direktur dan Eksekutif**

- # **Direktur / Eksekutif harus memberitahukan status Perusahaan kepada semua staf dan juga pelanggan.**
- # **Diskusikan rekomendasi kegiatan peningkatan PI bersama-sama.**
- # **Untuk meningkatkan PI secara tepat sasaran, identifikasi bagian masalah dengan tepat perlu dilakukan.**
- # **Menentukan prioritas proyek untuk memecahkan masalah.**
- # **Sampaikan kegiatan-kegiatan perbaikan dan dampaknya (jika ada) terhadap pelanggan.**
- # **Laporkan apakah perbaikan PI berhasil dilakukan setelah evaluasi.**



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Indikator Kinerja / Performance Indicators (PIs)
Pertimbangkanlah pengembangan PI
untuk mengevaluasi perusahaan!

Contoh numerator: Apapun kriteria, baik atau tidak, yang menentukan kuantitas spesifik yang diperlukan untuk menilai kinerja perusahaan, seperti:

Panjang pipa tua/riskan, Jumlah penunggakan, Jumlah kesalahan administrasi, Jumlah kesalahan baca meter

Contoh denominator: Nilai non-dimensional, seperti:
Total panjang pipa, total pegawai, Jumlah dokumen, jumlah volume pengolahan air

Contoh rumus

Indeks	Nilai
[A]	
[B]	
[C]	

$$A / B$$

$$A / B \times 100\%$$

$$(A - B) / A \times 100\%$$

$$(A + B) / C$$

$$\Sigma An / n \quad (\Sigma: \text{Total dari } n)$$



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Key Performance Indicator (KPI)

KPI adalah ukuran spesifik tentang kinerja organisasi dalam wilayah bisnisnya. Ukuran tersebut dapat berupa nilai finansial dan non finansial yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja strategis organisasi.

“Performance Indicator Resource Catalogue” yang diterbitkan oleh Australian Government, Department of Finance and administration (2006)

Bentuk-Bentuk KPI:

- **Ukuran Kuantitatif**
- **Ukuran Kualitatif**



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Key Performance Indicator (KPI)

18

Hal penting lain yang patut dipahami dalam kaitannya dengan KPI

- # KPI harus memperoleh persetujuan dan kesepakatan semua pihak sebagai faktor kunci sukses
- # KPI harus merefleksikan tujuan organisasi jangka panjang
- # KPI juga menggambarkan apa yang paling penting yang harus diketahui dan dikerjakan semua karyawan, tim, unit kerja dan departemen



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Key Performance Indicator (KPI)

19

Pedoman digunakan untuk menyusun KPI

- # **Specific** – jelas, tidak ambigu, langsung pada tujuan, mudah dipahami dan menantang
- # **Measurable** – bisa diukur secara kuantitatif, kualitatif, waktu dan uang
- # **Achievable** – bisa dicapai dalam pengertian menantang tetapi masih dalam jangkauan kompetensi dan komitmen karyawan
- # **Relevant** – relevan terhadap tujuan perusahaan sehingga tujuan individu bisa diselaraskan dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan
- # **Timely** – dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.



PI dalam Kehidupan Sehari-Hari

20

PI Sederhana

Evaluasi PI Kehidupan Sederhana

Rasio tidur (%)

Jam yang dihabiskan untuk tidur / 24 X 100%

Rasio pengeluaran untuk makanan (%) [Koefisien Engel]

Pengeluaran makanan / Total pengeluaran X 100%

Rasio pertumbuhan tinggi anak (%)

(Tinggi tahun ini – Tinggi tahun lalu) / Tinggi tahun ini X 100%

Rata-rata usia anggota keluarga (tahun/orang)

Total usia anggota keluarga / Jumlah anggota keluarga

Rasio sayAng keluarga (%)

100%



Kinerja Pelayanan Pelanggan

21

Kuis Bab 6

- Q1. Evaluasi dengan PI dapat menunjukkan tren terkini. IYA / TIDAK**
- Q2. Semakin besar nilai PI akan semakin baik. IYA / TIDAK**
- Q3. Guna memperbaiki PI, perusahaan harus bekerja dengan komprehensif sebagai satu tim. IYA / TIDAK**



Kinerja Pelayanan Pelanggan

22

Latihan 1

* Menghitung capaian kinerja existing

“KONSUMSI AIR DOMESTIK”

(peserta membawa data)

Jml air terjual Domestik setahun =

Jumlah pelanggan domestik

2.423.223.67 m³ = 15,687 (nilai 2)

154.475 plg

- Apa upaya kita, apabila kita menginginkan peningkatan nilai, misalnya menjadi nilai 3, maka skor harus 20 sd 25
- Upaya :
 1. kampanye pemakaian air sehat
 2. mengurangi NRW, sehingga air sampai ke pelanggan
 3. Menambah tekanan



Kinerja Pelayanan Pelanggan

Latihan 2

- Menghitung capaian kinerja existing
- “TINGKAT PENYELESAIAN ADUAN”
 - (peserta membawa data)
- Jml pengaduan selesai ditangani =

- Jumlah pengaduan

$$\frac{33.962}{38.179} = 88,86 \text{ (nilai 5)}$$

38.179

- apabila nilai masih rendah dan kita menginginkan peningkatan nilai, misalnya, maka ada program yang harus dibuat
- contoh program : 1. membuat sistem yang memudahkan pelanggan menyampaikan pengaduan
- 2. membuat sistem, agar pengaduan pelanggan dapat langsung dibaca bagian teknis terkait yang penyelesaian aduan
- 3. Membuat sistem pelaporan penyelesaian pengaduan oleh bagian teknis terkait dapat dimonitor langsung oleh Manajemen, bagian Pelayanan langganan bahkan oleh pelanggan