

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DI  
PT. KRAKATAU TIRTA INDUSTRI CILEGON-BANTEN**

**Laporan Magang**



**Di susun Oleh:**

**Ines Nur Fadillah**  
**14211088**

**Program Studi Manajemen Perusahaan  
Program Diploma III Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DI**  
**PT. KRAKATAU TIRTA INDUSTRI CILEGON-BANTEN**



**Disusun Oleh:**

**Nama : Ines Nur Fadillah**  
**No.Mahasiswa : 14211088**  
**Program Studi : Manajemen Perusahaan**

*Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing*

**Pada tanggal: 24 Mei 2018**

**Dosen Pembimbing**



**(Melisa Fitri Andriyani SE., MM)**

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DI  
PT. KRAKATAU TIRTA INDUSTRI CILEGON-BANTEN**

**Laporan Magang**

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

**Di susun Oleh:**

**Ines Nur Fadillah**

**14211088**

### PERYANTAAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bersangkutan bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman / saksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta 24 Mei 2018

Penulis,



Ines Nur Fadillah

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nyasehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini yang berjudul “PenerapanPelayanan Prima di PT Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten” dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Periode waktu pelaksanaan kegiatan magang yang penulis lakukan yaitu satu setengah bulan atau 6 (enam) minggu. Lokasi magang di PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten yang beralamat di Jalan Jl. Ir Sutami Kebonsari Citangkil , Kota Cilegon, Banten

Pada kesempatan ini penulis juga banyak mengucapkan terimakasih atas dukungan, serta bimbingan dari semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir ini, untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada

1. Dra. Nurfauziah, MM selaku ketua program studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Melisa Fitri Andriyani, SE., MMselaku dosen pembimbing tugas akhir, yang telahmemberikansaran, bantuan, motivasi, dukungan, serta kritik-kritik yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Perusahaan Universitas Islam Indonesia.
3. Seluruh Bapak atau Ibu Dosen yang meluangkan waktunya dalam memberi arahan penulisan laporan tugas akhir kepada penulis.

4. Bapak Deki selaku kadis Divisi Komersil & Distribusi PT Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten.

5. Seluruh Staff dan Karyawan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten yang telah memberikan izin untuk melakukan kegiatan magang kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi maupun penyusunannya, hal ini karena manusia tidak terlepas dari kesalahan dan kekhilafan serta keterbatasan materi, waktu, pengetahuan, serta kadar keilmuan dari penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, sehingga dapat diamalkan dalam pengembangan dan tidak menjadikan suatu laporan yang terbuang sia-sia. Amin.

Yogyakarta 22 Mei, 2018

Penulis,



Ines Nur Fadillah

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang .....	1
1.2 Tujuan Magang .....	4
1.3 Target Magang .....	4
1.4 Bidang Magang .....	4
1.5 Lokasi Magang .....	5
1.6 Jadwal dan Rincian Magang .....	6
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang .....	7
BAB II: LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Konsepsi Manajemen Pelayanan .....	9
2.1.1 Batasan Pengertian Manajemen Pelayanan .....	9

2.1.2	Bentuk - Bentuk Manajemen Pelayanan .....	9
2.1.3	Prinsip-prinsip Manajemen Pelayanan .....	10
2.2	Pelayanan Prima .....	11
2.2.1	Pengertian Pelayanan Prima .....	11
2.2.2	Tujuan Pelayanan Prima .....	12
2.2.3	Manfaat Pelayanan Prima .....	13
2.2.4	Unsur-unsur Pelayanan Prima .....	14
2.2.5	Prinsip Pelayanan Prima .....	17
2.2.6	Sikap Dalam Memberikan Pelayanan Prima .....	19
2.2.7	Proses Pelayanan Prima .....	20
BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF .....		21
3.1	Data Umum .....	21
3.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya PT. Krakatau Tirta Industri .....	21
3.1.2	Gambaran Umum PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten .....	26
3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	27
3.1.4	Profil PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten.....	27
3.1.5	Data Karyawan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten .....	28
3.1.6	Struktur Organisasi .....	30
3.2	Data Khusus .....	36
3.2.1	Produk-Produk PT. Krakatau Tirta Industri .....	36
3.2.2	Standar Layanan PT. Krakatau Tirta Industri .....	38
3.2.3	Kendala Dalam Memberikan Pelayanan kepada Pelanggan .....	42

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN .....	44
4.1 Kesimpulan .....	44
4.2 Saran .....	46

Daftar Pustaka

Lampiran

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 PetaLokasi.....	5
Gambar 3.1 Gambar PT Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten.....	26
Gambar 3.2 Struktur Organisasi .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rincian dan Jadwal Magang .....	5
Tabel 3.1	Data Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 3.2	Data Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	31
Tabel 3.3	Data Karyawan Berdasarkan Usia.....	32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1      Surat Keputusan Direksi PT Krakatau Tirta Industri
- Lampiran 2      Surat Tren Penjualan
- Lampiran 3      Penilaian Magang di PT. Krakatau Tirta Industri

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Seiring berkembangnya era global saat ini, masyarakat menuntut adanya peningkatan kualitas kinerja, salah satunya kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas atau sering disebut pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan. Pelayanan prima di perusahaan penting dilakukan. Karena dengan adanya pelayanan yang terbaik yang diberikan akan memberikan citra dan nama baik bagi perusahaan tersebut.

Pelayanan yang baik tentunya mampu memberikan semua kebutuhan dasar dan hak-hak masyarakat. Tidak hanya melaksanakan pelayanan dengan standar yang sudah ditentukan oleh Undang-undang maupun aturan dari perusahaan. Sehingga, masyarakat (penerima layanan) nantinya memperoleh kepuasan yang lebih baik dalam menerima pelayanan dari pemerintah. Pelayanan prima merupakan usaha dari pemerintah (penyedia layanan) untuk memberikan pelayanan yang optimal dengan mengutamakan tuntutan dan harapan dari masyarakat. Keputusan untuk menerapkan pelayanan prima di perusahaan atau instansi-instansi pemerintahan tidak lain adalah untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat (penerima layanan) akan kualitas pelayanan di perusahaan atau instansi-instansi tersebut yang semakin meningkat. Dorongan-dorongan secara tidak langsung inilah yang membuat

perusahaan performa terbaik mereka dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan/masyarakat. Dengan demikian, tujuan dasar dari pelayanan prima ini adalah untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan atau instansi dalam melayani masyarakat. Tentu saja, di dalam meningkatkan pelayanan pihak penyedia pelayanan sudah selayaknya memiliki standar atau tolak ukur untuk mengetahui kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari pihak penyedia pelayanan itu sendiri kepada masyarakat/pelanggan untuk memberika pelayanan yang berkualitas. Salah satunya menilik keberhasilan instansi melalui konsep A6 (*Ability* (Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Appearance*, *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Akuntabilitas)).

Salah satu perusahaan menerapkan prinsip pelayanan prima adalah PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten. PT. Krakatau Tirta Industri atau biasanya dikenal dengan PT. KTI ini merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang penyediaan air bersih yang mulai beroperasi sejak tahun 1996 sebagian besar dari air bersih yang dihasilkan digunakan untuk kebutuhan industri dengan sebagian lagi untuk kebutuhan masyarakat kota cilegon.

Dari uraian diatas, maka dalam judul penyusunan laporan tugas akhir ini, adalah tertarik untuk mengambil judul **“Penerapan Pelayanan Prima di PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten”**.

## **1.2 Tujuan Magang**

- 1) Untuk mengetahui produk-produk di PT. Krakatau Tirta Industri
- 2) Untuk mengetahui standar layanan yang di berikan oleh PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten di bagian komersil.
- 3) Untuk mengetahui kendala dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan di PT.Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten dalam melayani pelanggan.

## **1.3 Target Magang**

- 1) Mampu memahami dan menjelaskan produk-produk di PT. Krakatau Tirta Industri.
- 2) Mampu memahami dan menjelaskan standar layanan yang diberikan.
- 3) Mampu memahami dan menjelaskan kendala dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

## **1.4 Bidang Magang**

Bidang Magang yang sesuai dengan tujuan dan target adalah bagian Pemasaran (*Marketing*), khususnya di bagian pelayanan. *Marketing* ini bertugas untuk melakukan pemasaran produk dan menghimpun dana dari masyarakat guna mencapai target yang telah diterapkan.

## 1.5 Lokasi Magang

Penulis melakukan program magang di PT Krakatau Tirta Industri, yang berada di Cilegon-Banten

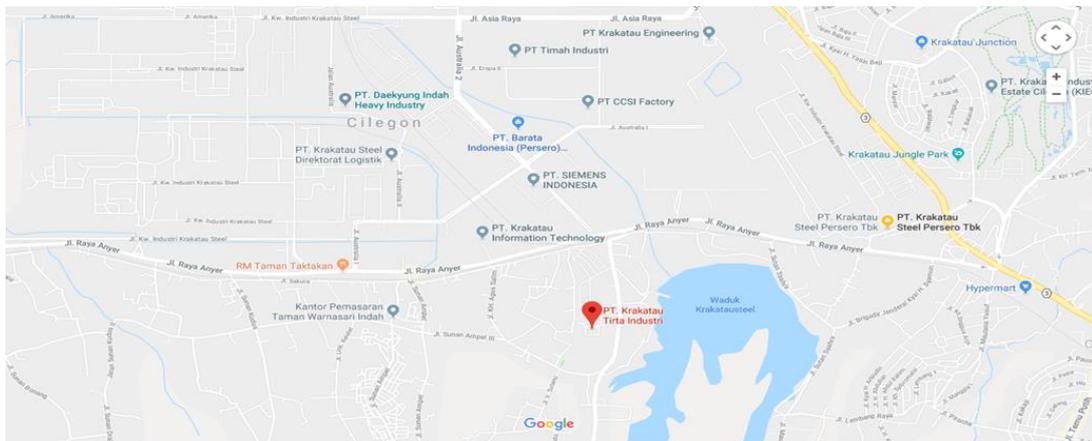
Alamat : Jalan Ir. Sutami Desa Kebonsari Kecamatan Citangkil  
Kota Cilegon-Banten.

Telephone : (0254) 37370

Faks : (0254) 21107.

E-mail : [info@krakatautirta.co.id](mailto:info@krakatautirta.co.id)

Website : [www.krakatautirta.co.id](http://www.krakatautirta.co.id)



*Sumber: Google.maps.com*

**Gambar 1.1** Peta lokasi PT Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten

### 1.6.Rincian dan Jadwal Magang

Magang di lakukan dalam waktu 1 bulan atau 4 (empat) minggu.

Magang dimulai pada tanggal 26 Februari sampai dengan 29 Maret 2018.

Rincian dan Jadwal pelaksanaan magang secara lengkap dapat dilihat pada

Tabel 1.1

**Tabel 1.1 Rincian dan Jadwal Magang**

NO	JUDUL KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survei lokasi magang	■															
2	Penulisan Term of Reference ( TOR )	■															
3	Pelaksanaan kegiatan magang				■	■	■	■	■				■				
4	Pengumpulan teori-teori penulisan Laporan Magang					■	■										
5	Pengumpulan Data								■	■	■						
6	Bimbingan Laporan Magang									■	■	■	■	■	■	■	■
7	Menyusun Laporan Magang									■	■	■	■	■	■	■	■

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang**

Bagian ini memberikan pedoman mengenai sistematika penulisan laporan magang. Secara rinci, sistematika penulisan laporan magang ini adalah sebagai berikut.

### **BAB I : Pendahuluan**

Pendahuluan menjelaskan mengenai isi dari dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, jadwal magang, sebagaimana yang dituliskan dalam TOR magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

### **BAB II: Landasan Teori**

Fungsi landasan teori ini adalah untuk meletakkan dasar berpijak yang kokoh bagi pemecahan masalah yang dibahas. Pada bagian ini diuraikan berbagai teori yang akan dipergunakan untuk memecahkan masalah. Landasan teori menekankan secara teoritis bagaimana hubungan antar berbagai variabel yang terlibat dalam permasalahan yang diangkat dalam suatu kegiatan magang. Hasil pengungkapan teori ini bermanfaat dalam memberikan dukungan teoritis terhadap permasalahan yang akan dikemukakan. Selain itu, pembahasan teori juga berguna untuk menyusun kesimpulan dan rekomendasi magang.

### **BAB III: Analisis Deskriptif**

Bab ini terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum menjelaskan tentang gambaran umum tempat magang. Data khusus mendeskripsikan data hasil temuan di lapangan yang sesuai dengan topik yang diangkat. Analisis deskriptif

ini merupakan bagian yang penting sebagai bahan untuk menyusun kesimpulan, rekomendasi kebijakan bagi perusahaan dan saran untuk kegiatan magang berikutnya.

#### **BAB IV: Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dijabarkan kesimpulan dari hasil analisis dari bab sebelumnya. Kesimpulan ini disusun berdasarkan rumusan permasalahan yang disusun. Untuk magang yang bersifat menangani suatu masalah, maka keluaran (output) yang dihasilkan adalah rekomendasi kebijakan terhadap perusahaan dengan berdasarkan pada landasan teori.

#### **Daftar Pustaka**

Bagian akhir memuat berbagai sumber yang digunakan menjadi referensi dalam penyusunan laporan magang. Referensi yang digunakan dapat berupa buku, jurnal, media, majalah, media audiovisual atau elektronik dan lain-lain.

#### **Lampiran**

Lampiran memuat semua dokumen atau bahan penunjang yang dibutuhkan dalam penulisan laporan magang. Lampiran dapat berupa surat ijin magang, instrumen-instrumen yang digunakan selama magang (misal: materi pelatihan, hasil perhitungan statistik, prosedur perhitungan). Lampiran diberi nomor secara urut, tetapi nomor halamannya merupakan kelanjutan dari nomor bagian inti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep Manajemen Pelayanan**

##### **2.1.1 Manajemen Pelayanan**

Definisi manajemen adalah sebagai suatu proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri. Sama halnya dengan definisi manajemen di atas, definisi pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Sedangkan (Sutopo dan Suryanto, A., 2010:21). menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata atau tidak dapat diraba yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan, pelayanan proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana mengimplementasikan rencana, mengordinasikan, dalam menyelenggarakan pelayanan baik kepada pelanggan internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan konsumen. (*customer satisfaction*)

### 2.1.2 Bentuk – Bentuk Manajemen Pelayanan

Ada beberapa hal yang mengakibatkan bentuk-bentuk manajemen pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting, diantaranya adalah sebagai berikut ( Kotler dan Keller, 2016):

a. Barang tidak tahan lama ( *Non-Durable Goods* )

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian atau dikonsumsi dan juga biasanya memiliki masa hidup kurang dari tiga tahun. Umur ekonomisnya maksimum satu tahun. Contohnya pasta gigi, sabun mandi, permen, garam, gula, kapur tulis, rokok, buku tulis, dan sebagainya.

b. Barang tahan lama ( *Durable Goods* )

Barang tahan lama adalah barang yang akan awet hingga lebih dari tiga tahun. Konsumen mengharapkan untuk melakukan pembelian yang tidak perlu diganti dalam waktu dekat, barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya antara lain lemari es, tv, mobil, sepeda motor, komputer, mesin cuci, dan lain-lain.

c. Jasa ( *Services* )

Jasa adalah sarana penyampaian nilai kepada pelanggan dengan memfasilitasi hasil untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan

untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas, dan lain-lain.

### **2.1.3 Prinsip-prinsip Manajemen Pelayanan**

Prinsip-prinsip manajemen pelayanan (Ratminto, 2015: 54) diantaranya yaitu:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang sesungguhnya, menyediakan pelayanan yang terpadu. Misalnya perusahaan berusaha mengurangi permintaan pada periode permintaan puncak dimana para pengguna layanan di periode puncak membayar lebih mahal dibandingkan pengguna layanan di periode sepi. (Contohnya, tarif tiket masuk kolam renang di beberapa sport center dibedakan antara hari biasa dan akhir pekan).
- b. Membuat sistem yang mendukung pelayanan konsumen. Memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para pelanggan percaya dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan dan akan terus menjadi pelanggan setia. Misalnya, dengan jalan menurunkan harga secara selektif dengan tetap mempertimbangkan tertutupnya biaya revlan. (Contohnya, banyak warnet yang memerlukan tarif khusus untuk pemakaian internet di antara tengah malam sampai pagi).

- c. Mengusahakan agar semua orang atau karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan. Misalnya perusahaan mempekerjakan karyawan kasual dan paruh waktu waktu pada periode sibuk sehingga perusahaan dapat memenuhi semua permintaan pelanggan. (Contohnya, kantor pos mempekerjakan pelajar dan mahasiswa pada saat menjelang lebaran, natal, dan tagun baru).
- d. Melayani keluhan konsumen atau pelanggan secara baik. Menanganinya segera dengan cepat, cerdas dan tepat, meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap kita komplain ditangani dengan cerdas dan tepatkonsumen yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Misalnya dalam bentuk pemesanan atau reservasi perusahaan mengembangkan layanan komplementer, (Contohnya, pembayaran rekening listrik dan telepon via pemotongan rekening bank secara otomatis).
- e. Mengontrol kualitas pelayanan. mencakup segala keistimewaan atau keunggulan yang memberikan kepuasan total kepada konsumen. Misalnya, pelanggan harus menunggu giliran untuk dilayani, (Contohnya, menyediakan ruang tunggu yang nyaman menyediakan berbagai bahan bacaan, menyusun urutan antrian sesistematis mungkin, menyediakan televisi dan akses internet gratis).

## **2.2 Pelayanan Prima**

### **2.2.1 Pengertian Pelayanan Prima**

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan memiliki karakteristik diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut terbaik atau sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat.

Pelayanan prima adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Lehtinen, 2010: 21)

Pelayanan prima merupakan pelayanan dengan memiliki standar kualitas tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat secara akurat (handal) dan konsisten, berorientasi kepada kepuasan pelanggan, menerapkan manajemen mutu total dan selalu mengikuti perkembangan standar internasional atau ISO (Rahmayanthy, 2010).

### **2.2.2 Tujuan Pelayanan Prima**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima pada sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa pelayanan adalah pemberdayaan. Dalam hal memberdayakan masyarakat ini, pelayanan yang diberikan tidaklah bertujuan selain mencari untung, juga menjadikan masyarakat justru terbebani atau diperdayakan dengan pelayanan dari pemerintahan yang diterimanya. Tujuan pelayanan prima menurut Daryanto dan Ismanto (2014: 1) antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan
- 2) Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.

- 3) Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
- 4) Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap pelanggan.
- 5) Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan
- 6) Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- 7) Untuk mempertahankan pelanggan.

### **2.2.3 Manfaat Pelayanan Prima**

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Sikap yang perlu dimiliki oleh pegawai berdasarkan konsep pelayanan prima diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima menurut (Tjiptono, Fandy, 2017:25). yaitu :

1. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam diantara para pesaing. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang penting, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa, melainkan juga dapat memperbaiki sikap kepuasan pelanggan terhadap organisasi. Maka perusahaan harus

meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

2. Merupakan promosi bagi perusahaan

Dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan dan merasa terpuaskan kebutuhannya, maka pelanggan akan menceritakan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan. Promosi dapat dilakukan dengan cara memberikan hadiah gratis setiap pembelian produk dengan jumlah tertentu, memberikan sampel produk gratis kepada para pelanggan untuk menarik minat mereka akan produk yang kita tawarkan, sehingga mendorong para pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan pada saat kegiatan tersebut dilaksanakan.

3. Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap pelanggan, terutama calon pelanggan akan mendapatkan kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, kesan pertama dari segi pelayanan tetapi juga kesan pertama agar pelanggan dengan produk yang ditawarkan menjadi lebih muda sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

#### 4. Meningkatkan daya saing perusahaan

Semakin tajamnya persaingan, biasanya perusahaan berlomba-lomba memberikan hadiah. Ada pelanggan yang senang dengan hadiah, tetapi tidak semua pelanggan akan tertarik dengan hal itu. Ada pelanggan yang akan lebih senang lagi apabila memperoleh pelayanan yang prima. Menutup peluang atau jalan bagi pesaing untuk menyerang pada bagian perusahaan yang bertahan bisa saja memperkenalkan fitur-fitur baru, menambah jumlah model atau memperbanyak produk.

#### **2.2.4 Unsur-unsur Pelayanan Prima**

Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketentuan tatalaksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas dengan apa yang telah diterimanya. Sehubungan dengan ini pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna mutu pelayanan yang sebagaimana dijelaskan oleh Daryanto dan Setyobudi, (2014: 58) antara lain adalah sebagai berikut:

1) Memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan.

2) Memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

a) Unsur-unsur yang terdapat pada kualitas pelayanan prima, antara lain:

1. Penampilan

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (*receptionist*) memerlukan persyaratan seperti, wajah harus menawan, badan harus tegap atau tidak cacat, tutur bahasa menarik, berpakaian yang menarik.

Faktor penting dari penampilan adalah pakaian yang digunakan berpakaian secara berlebihan akan menyatakan bahwa lebih kaya, lebih berkuasa.

2. Tepat waktu dan janji

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Banyak orang yang menyepelekan sehingga tidak jarang mereka terlambat setengah jam atau satu jam dari waktu yang dijanjikan dengan suatu alasan, bahwa pelaksanaan yang telah dijanjikan sesuai dengan standar yang diberikan, sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan

### 3. Kesiediaan melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan. Memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

### 4. Kesopanan dan ramah tamah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

### 5. Kejujuran dan kepercayaan

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.

## 6. Kepastian hukum

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

## 7. Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan atau kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakan, tersebut akan mempengaruhi unsur - unsur kesederhanaan dan kejelasan informasi kepada masyarakat. bahwa prosedur/ tata cara persyaratan, satuan kerja atau pejabat dan hal-hal lain, yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui baik diminta maupun tidak diminta,

## 8. Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

## 9. Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan. Realita tersebut memerlukan kepedulian pemerintah agar masyarakat memperoleh layanan prima. Keprimaan layanan selanjutnya akan mendapatkan pengakuan atas kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan.

### b) Empat karakteristik Pelayanan Prima

Agar pelanggan merasa puas atas produk atau jasa yang perusahaan tawarkan, ada empat karakteristik yang dapat disikapi oleh pemimpin bisnis dalam hal pelayanan prima yang dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan antara lain adalah sebagai berikut:

#### a. Mudah dan cepat

Pada prinsipnya pelayanan diberikan lebih tepat, lebih cepat, lebih rapi dan lebih ramah. Bagaimana pelayanan tersebut benar konteksnya dan benar prosedurnya, pola serta sistem pelayanan itu harus didesain sederhana, mudah dipahami baik oleh pelanggan maupun karyawan sendiri tersebut harus segera di respon, akan mampu merubah perilaku karyawan di masa yang akan datang.

#### b. Keterbukaan

Membuat pelanggan merasa diperhatikan secara tulus atau tanpa pamrih dan terbuka. Artinya pegang teguh segala janji secara konsisten dan penuh komitmen. dalam arti bahwa prosedur/ tata cara persyaraan, satuan kerja/ pejabat dan hal-hal lain, yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.

c. Perhatikan kepada kebutuhan

Perlu keterampilan menyimak dan merasakan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Pemberi layanan perlu kebutuhan pelanggan bahwa sistem dan prosedur pelayanan sesuai dengan peraturanperundang-undangan yang berlaku. Tujuannya agar tercipta suasana yang harmonis antara pemberi layanan dan masyarakat.

### **2.2.5 Prinsip Pelayanan Prima**

Untuk dapat mengetahui apa saja indikator bahwa sebuah pelayanan dianggap prima, dapat dimulai dengan menguraikan paling tidak 5 (lima) prinsip dasar pelayanan prima, yang sebagaimana dijelaskan oleh Daryanto dan Ismanto (2014: 45) antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Mengutamakan pelanggan
- 2) Sistem yang efektif
- 3) Melayani dengan hati

- 4) Perbaikan yang berkelanjutan
- 5) Memberdayakan pelanggan

Dalam upaya menerapkan pelayanan prima kepada pelanggan, ada banyak poin yang wajib diperhatikan dan dilaksanakan, satu diantaranya adalah menjalankan konsep A3, yang terdiri dari sikap (*attitude*), perhatian (*attention*) dan tindakan (*action*).

1. Pelayanan prima berdasarkan sikap (*attitude*)

Sikap yang perlu dimiliki oleh karyawan berdasarkan pelayanan prima adalah rasa memiliki terhadap perusahaan, rasa kebanggaan terhadap pekerjaan, loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan, dan ingin menjaga martabat serta nama baik perusahaan. Berdasarkan konsep sikap, untuk mewujudkan pelayanan prima kepada pelanggan perlu memperlihatkan kemampuan diri dan penampilan seseorang atau kelompok secara optimal. Kemampuan diri adalah kemampuan optimal yang harus dimiliki seseorang atau para petugas pelayanan berkaitan dengan wawasan pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Sedangkan penampilan adalah suatu bentuk

citra diri yang terpancar pada diri seseorang dan akan menambah kepercayaan diri seseorang dalam bersikap.

2. Pelayanan prima berdasarkan perhatian (*attention*)

Perhatian adalah sikap yang menunjukkan kepedulian atau minat seseorang terhadap sesuatu, biasanya muncul dari ketertarikan dan dorongan hati, karena pengaruh situasi yang dihadapinya. Konsep perhatian dalam pelayanan prima yaitu mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para kolega dan pelanggan; mengamati dan mendengar perilaku para kolega dan pelanggan; mencurahkan perhatian penuh pada kolega maupun pelanggan.

3. Pelayanan prima berdasarkan tindakan (*action*)

Konsep tindakan ini terdiri dari, mencatat pesanan pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan pelanggan, mewujudkan kebutuhan pelanggan, dan menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan kembali mencatat kebutuhan pelanggan sebagai daftar pemeriksaan terhadap faktor-faktor yang diinginkan oleh pelanggan.

### **2.2.6 Sikap Dalam Memberikan Pelayanan Prima**

Patricia (2014:56) mengemukakan bahwa nilai sebenarnya pelayanan prima terletak pada kesungguhan 4 (empat) sikap yaitu *Possionate* (gairah), *Progesif* (progesif), *Proactive* (proaktif) dan *Positive* (positif).

a. *Possionate* (Gairah)

Gairah berarti menghadirkan kehidupan dan vitalitas dalam pekerjaan. Jika seseorang memiliki gairah hidup yang tinggi, maka seseorang tersebut cenderung akan memberikan pelayanan dengan senyum, vitalitas dan antusiasme yang akan menular kepada orang-orang yang dilayaninya, sehingga pelanggan akan merasa senang bekerja sama, berbisnis dan berkomunikasi dengan seseorang tersebut.

b. *Progressive* (Progesif)

Dalam memberikan pelayanan prima perlu menciptakan cara-cara baru yang lebih efektif, lebih efisien dan lebih menarik untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Sikap progresif ini dapat dikembangkan jika memiliki pikiran yang terbuka, wawasan yang luas, kemauan belajar tinggi, keberanian menghadapi perusahaan, dan tidak membatasi diri pada cara-cara memberi pelayanan yang monoton atau terus menerus sama dari waktu ke waktu.

c. *Proactive* (Proaktif)

Nilai tambah pelayanan prima adalah alasan yang mendasari seseorang melakukan sesuatu bagi orang lain. Pelayanan ini diberikan karena ada kepedulian dan itu akan membuat perubahan bagi konsumen. Sikap produktif ini dapat di pupuk dengan senantiasa bekerja lebih dari sekedar apa yang seharusnya dilakukan dan secara aktif berupaya menemukan cara-cara baru untuk

menambah makna dan rasa cinta pada pekerjaan dan bisnis yang ditekuni.

d. *Positive* (Positif)

Bersikap positif mendorong untuk tidak mudah patah semangat atas masalah yang di hadapi. Bersikap positif membimbing seseorang untuk lebih fokus pada penyelesaian bukannya pada masalah. Berlaku positif sangat menarik, karena sikap ini dapat mengubah suasana dan menebar kegairahan pada interaksi dengan konsumen. Berlaku positif berarti menyambut hangat para konsumen atau pelanggan dan melayani semua pertanyaan dan permintaan konsumen dengan cara yang prima.

### **2.2.7 Proses Pelayanan Prima**

Pelayanan prima merupakan suatu proses. Proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan kemudian diberikan kepada pelanggan. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok (Sutopo dan Suryanto, A., 2010:).

a. Utama Pelayanan ( *Core service* )

*Core service* adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai produk utamanyasalah satu tujuan supaya mereka bisa terus kembali bertransaksidiberikan dalam bentuk produk maupun layanan. Misalnya untuk hotel berupa penyediaan kamar. Perusahaan dapat memiliki beberapa *core service*, misalnya

perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan luar negeri.

b. Fasilitas Pelayanan ( *Facilitating service* )

*Facilitating service* adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan selalu berharap semua produk mampu memberikan performa yang sama memuaskan untuk semua pelanggan yang akan muncul peran pelayanan bisa memberikan solusi yang diharapkan akan berujung pada kepuasan pelanggan. Misalnya pelayanan “*check in*” dalam penerbangan.

*Facilitating service* merupakan pelayanan tambahan yang wajib.

c. Pelayanan Tambahan ( *Supporting service* ).

*Supporting service* adalah pelayanan tambahan untuk meningkatkan nilai pelayanan atau membedakan dengan pelayanan pesaing sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu hal berwujud yang memperlihatkan pengeluaran mereka kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan seperti restoran di suatu hotel.

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah Singkat PT Krakatau Tirta Industri**

PT Krakatau Tirta Industri yang didirikan pada tanggal 28 Februari 1996 dengan akta pendirian perusahaan yang di sahkan oleh Notaris Tuti Setiati K.Soetoro,SH. No.4, Merupakan anak perusahaan yang saham nya 99.99% milik PT Krakatau Steel. Dan 0.01% milik PT KIEC Merupakan unit penjualan kegiatan operasional PT Krakatau Stell dalam bidang penyediaan air yang mulai beroperasi sejak tahun 1978.

Sebagian besar dari air bersih yang dihasilkan dan digunakan untuk kebutuhan industri sebagai lagi untuk kebutuhan masyarakat kota cilegon. Air baku diambil sungai cidanau yang berasal dari danau alam Rawa dano yang dialirkan melalui pipa diameter 1,4 M sepanjang 28 KM Ke Servisor air baku waduk nandra Krenceng yang berkapasitas 5 juta M. Untuk diolah menjadi air bersih di unit pengolahan yang terdiri dari beberapa proses antara lain Flokulasi,Sendimentasi,Filtrasi yang ikut dengan disenfikasi.

Kapasitas terpasang di unit pengolahan air adalah sebesar 2000 liter, dengan Utilisasi kapasitas saat ini baru 60% yang memiliki adil dalam mendukung kontinuitas pembangunan di Provinsi Banten , khususnya di wilayah Serang Barat dan Kota Cilegon. Pusat pengolahan air utama yaitu Water Treatment plan (WTP) berlokasi di Jl.Ir.Sutami krenceng Desa Kebonsari,Kecamatan Citangkil Cilegon-Banten.

Sampai saat ini PT Krakatau Tirta Industri sudah berusia 22 Tahun jadi PT Krakatau Tirta Industri masih berjalan exist 18 Tahun Sesuai dengan fungsinya dan kebutuhan yang dapat melayani kebutuhan air meliputi :

Wilayah Kec. Padarincang, Anyer, Ciwandan, Citangkil, Mancak dan Semua unsur yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan usaha PT Krakatau Tirta Industri dan sekitarnya, bahkan rencana jangka panjang kedepan PT Krakatau Tirta Industri akan melayani seluruh kebutuhan air diluar kota Cilegon pada Tahun 2010. Tahun 2010 merupakan momentum yang bersejarah bagi perjalanan usaha PT Krakatau Tirta Industri.

Dalam menjalankan kegiatan usaha PT Krakatau Tirta Industri telah mencapai hasil yang cukup baik, Dengan tetap memperhatikan serta menjaga kelestarian lingkungan. Salah satu upaya tersebut di aktualisasikan dalam bentuk kerja sama.

Air merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan makhluk terutama manusia. Banyak sumber air baku yang digunakan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup, Tetap kualitas air tersebut masih diragukan mutunya. Air yang baik adalah air yang mutunya sesuai dengan standar yang ada. PT Krakatau Tirta Industri memang peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan air bersih sebagai masyarakat Kota Cilegon dan sekitarnya

### 3.1.2 Profil PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten

Nama : PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten

Alamat : Jalan Ir. Sutami Desa Kebonsari Kecamatan Citangkil  
Kota Cilegon-Banten.

Telepon : (0254) 37370

Faksimili : (0254) 21107

Email : [info@krakautirta.co.id](mailto:info@krakautirta.co.id)

Website : [www.krakautirta.co.id](http://www.krakautirta.co.id)



*Sumber: Google.maps.com*

Gambar 3.1. Gambar Kantor PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten

### **3.1.3 Visi Dan Misi perusahaan**

#### **Visi**

Perusahaan Penyedia Air Kelas Dunia

#### **Misi**

Menyediakan Air dan solusi bagi industri dan masyarakat dengan mengutamakan keharmonisan lingkungan

### **3.1.4 Ruang lingkup Usaha**

1. Pelayanan air industri dan air minum
2. Jasa pengolahan industri air bersih
3. Jasa pengolahan air buangan
4. Pedagang peralatan & material air

### **3.1.5 Penghargaan perusahaan**

1. ISO 9001 Versi 2000 dari PT SGS Dengan nomor sertifikat ID05/0594 pada tanggal 6 April 2005.
2. ISO / IEC Laboratorium 17025 Versi 2000 dari Badan sertifikat KAN ( Komite Akreditasi Nasional ) Dengan nomor urut sertifikat LP-309-IDN pada tanggal 17 Februari 2005.

Penghargaan Lainnya :

1. Pembayaran pajak daerah terbesar di kabupaten serang tahun 1999 / 2000.
2. Perusahaan yang berpartisipasi aktif pada program jasa lingkungan untuk pengolahan Desa Cidanau, tanggal 10 Juni 2009.

3. Mitra Bahari Award 2007 ( Konsorsium Mitra Bahari Regional Center Banten dalam pelopor jasa Lingkungan ).

### 3.1.5 Data Karyawan PT.Krakatau Tirta Industri

Data karyawan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten yang disajikan oleh penulis berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan dan usia secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 3.2, 3.3, dan 3.4 berikut ini.

**Tabel 3.2 Data Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH KARYAWAN	PERSENTASE (%)
1	Laki-laki	24	72,72
2	Perempuan	9	27,27
	Jumlah	33	100

*Sumber: PT.Krakatau Tirta Industri, Data Arsip*

Dari Tabel 3.2 tersebut, terlihat bahwa sebanyak 24 orang yang mempunyai persentase 72,72% (persen) karyawan berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 9 orang yang mempunyai persentase 27,27% (persen) karyawan berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten dominan berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 3.3. Data Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

NO	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH KARYAWAN	PERSENTASE (%)
1	SMA	8	24,24
2	Diploma	6	18,18
3	Sarjana	19	57,58
	Jumlah	33	100

*Sumber: PT.Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten, Data Diolah*

Dari Tabel 3.3 tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah karyawan yang memiliki tingkat pendidikan SMA sebanyak 8 orang dengan persentase

24,24% (persen), jumlah karyawan yang memiliki tingkat pendidikan Diploma sebanyak 6 orang dengan persentase 18,18% (persen), dan jumlah karyawan yang memiliki tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 19 orang dengan persentase 57,58% (persen). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan PT.Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten dominan memiliki tingkat pendidikan Sarjana.

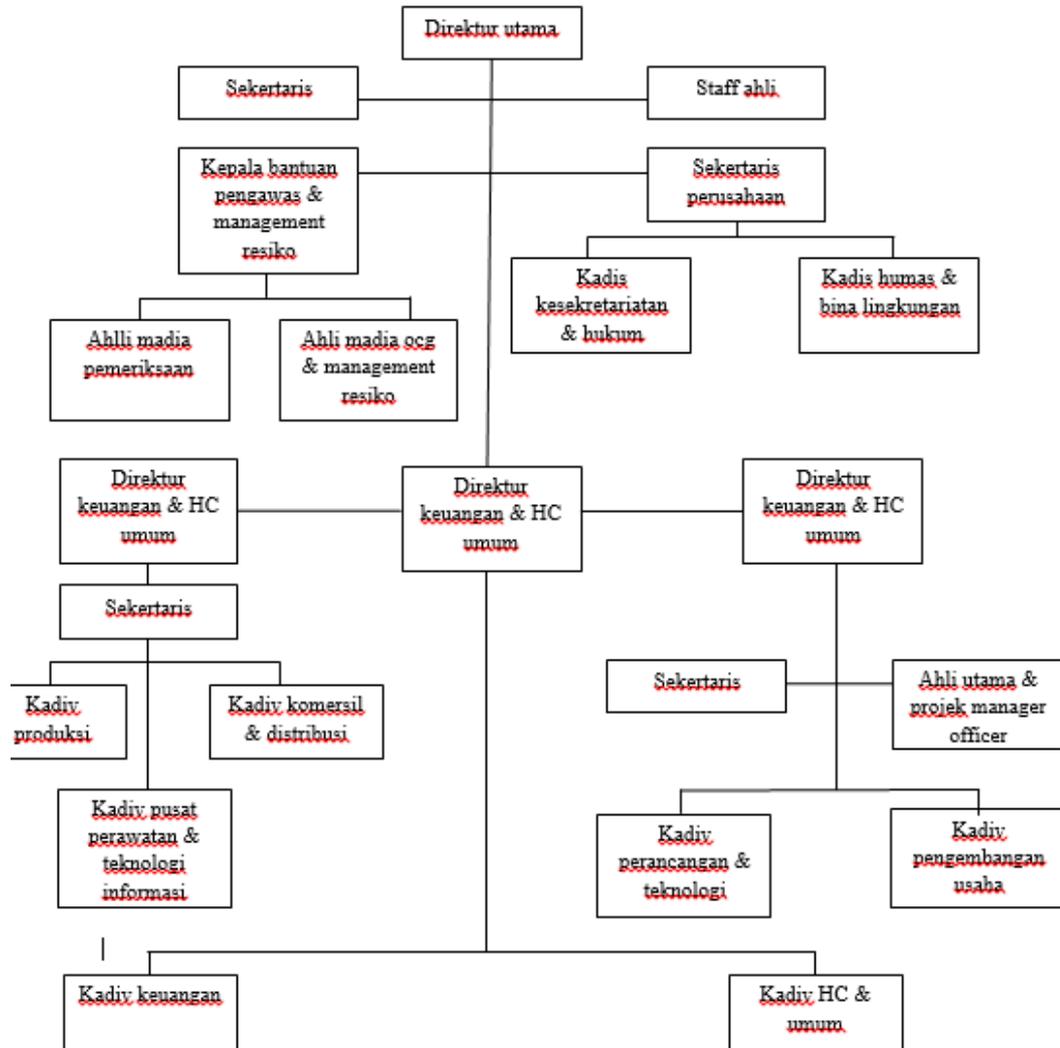
**Tabel 3.4. Data Karyawan Berdasarkan Usia**

<b>NO</b>	<b>USIA</b>	<b>JUMLAH KARYAWAN</b>	<b>PERSENTASE (%)</b>
1	25 - 34 tahun	10	30,30
2	35 - 44 tahun	20	60,61
3	≥ 45 tahun	3	9,91
	Jumlah	33	100

*Sumber: PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten*

Dari Tabel 3.4. tersebut dapat dilihat bahwa karyawan yang berusia 25 - 34 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 30,30% (persen). Karyawan yang berusia 35 - 44 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 60,61% (persen) dan hanya 3 orang dengan persentase 9,91% yang berusia diatas 45 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten berada pada tingkat usia yang masih produktif.

### 3.1.6 Struktur Perusahaan



Sumber: PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon Banten

( Struktur perusahaan PT.Krakatau Tirta Industri gambar 3.2 )

### **3.2. Tugas dan Wewenang**

#### 1) Direktur Utama

Mempunyai tugas dan wewenang mengelola dan merumuskan kebijakan perusahaan secara menyeluruh dan terintegrasi sesuai dengan kebijakan umum yang digariskan oleh Rapat Umum Pemegang serta menetapkan kebijakan dan sasaran Rencana Jangka Panjang Perusahaan, Sasaran Jangka Menengah, Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) untuk tercapainya misi dan sasaran perusahaan sehingga memperoleh laba dalam arti yang luas.

#### 2) Staf Ahli

Mempunyai tugas dan wewenang mengkoordinasikan, menganalisa, dan merekomendasikan berbagai kebijakan mengenai administrasi keuangan, SDM, dan logistic agar diperoleh aktivitas operasional dan tujuan perusahaan yang terkendali dan berkembang. Tugas-tugas pokok dari suatu organisasi atau perusahaan, dalam penetapan yang harus dibuat oleh organisasi dalam saat yang kritis ditentukan oleh pilihan terhadap departemen staff.

#### 3) Direktoral Operasi Dan Komersial

Mempunyai tugas dan wewenang merencanakan, dan merumuskan, mengendalikan dan mengembangkan kebijakan-kebijakan strategis perusahaan dalam bidang pengembangan bisnis, perencanaan strategi, pengelolaan property industri, perencanaan, pengawasan dan perawatan pembangunan, pengelolaan hotel, pengelolaan sport center, pengelolaan

perkantoran dan pergudangan, pengelolaan unit otonom WBBM untuk mencapai Visi dan misi perusahaan.

#### 4) Direktorat Operasi dan Komersial

Mempunyai tugas dan wewenang merencanakan dan mengendalikan kegiatan penyusunan rencana jangka panjang dan jangka menengah perusahaan, pengembangan bisnis perusahaan, perencanaan tata ruang dan prasarana, pengelolaan property industri, perawatan kawasan dan pengawasan pembangunan seluruh unit bisnis perusahaan dalam mendukung sasaran jangka panjang dan jangka menengah perusahaan.

##### a) Subdit Operasi

Mempunyai tugas dan wewenang, merencanakan dan mengendalikan kegiatan penyusunan rencana jangka panjang dan jangka menengah perusahaan, pengembangan bisnis perusahaan, perencanaan tata ruang dan prasarana, pengelolaan properti industri, perawatan kawasan dan pengawasan pembangunan seluruh unit bisnis perusahaan dalam mendukung sasaran jangka panjang dan jangka menengah perusahaan.

##### (1) Divisi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis

Mempunyai tugas dan wewenang mengorganisasikan dan mengkoordinasikan kegiatan perencanaan strategi perusahaan dengan mempersiapkan Rencana Jangka Panjang (RJP), Rencana Jangka Menengah (RJM) dan merumuskan portofolio bisnis, melakukan kaji ulang kelayakan investasi, kajian

rencana pengembangan bisnis perusahaan dan rekomendasirekomendasi strategi.

## (2) Divisi Pengolaan Properti Industri

Mempunyai tugas dan wewenang mengorganisasikan dan mengkoordinasikan kegiatan pengendalian lingkungan kawasan industri, pelayanan kepada investor, perawatan property industri dan pengawasan pembangunannya berguna meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan atau investor, tetapi suatu pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus dan pengalaman yang luas.

### b) Subdit Komersial

Suatu kegiatan yang dilakukan oleh orang baik pribadi atau badan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, baik langsung maupun tidak langsung. Merencanakan dan mengendalikan kegiatan pemasaran kawasan dan *property*, pengelolaan hotel, pengelolaan *sport center*, pengelolaan perkantoran dan pergudangan, serta keuangan hotel dan *sport center* sesuai dengan sasaran perusahaan.

#### (1) Divisi Pemasaran

Bidang pemasaran dituntut untuk memuaskan pelanggan dimana pelanggan merupakan sumber keuntungan perusahaan..Mempunyai tugas dan wewenang mengorganisasikan kegiatan-kegiatan pemasaran dan

penjualan properti industri (lahan industri, SFB, pergudangan), riset dan pengembangan pasar dan strategi untuk pemasaran industri

(2) Divisi Hotel

Perkembangan Industri Perhotelan dan Pariwisata memang memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai bidang. Mempunyai tugas dan wewenang mengorganisasikan dan mengkoordinasikan kegiatan penjualan jasa hotel, operasional hotel meliputi *room, food, dan beverage*, dan perawatannya untuk mencapai target sales yang telah diterapkan.

(3) Divisi Perkantoran dan Pergudangan

Kegiatan perusahaan membeli bahan baku, proses penyimpanan barang dilakukan di gudang dengan pencatatan administrasi tertentu. Mempunyai tugas dan wewenang mengorganisasikan dan mengkoordinasikan kegiatan penjualan dan pengelolaan jasa perkantoran, gudang SFB dan Depo secara efisien dan efektif.

(4) Direktorat SDM dan Keuangan

Mempunyai tugas dan wewenang merencanakan, merumuskan dan menggambar kebijakan keuangan baik fungsi perbendaharaan maupun akuntansi, SDM, hukum dan administrasi, humas dan keamanan, logistik agar tercipta

kelancaran serta kondisi yang sehat sehingga mampu mendukung kegiatan operasional dan tujuan perusahaan.

c) Sub Direktorat Keuangan

Mempunyai tugas dan wewenang. Merencanakan, menyelenggarakan dan menyediakan fungsi perbendaharaan dan akuntansi serta perpajakan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan.

(1) Divisi SDM

Mempunyai tugas dan wewenang; mengatur, mengorganisasikan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan perencanaan, penyusunan, pengembangan, pengelolaan karir, evaluasi kinerja, kompensasi, dan hubungan sumber daya manusia sesuai dengan kebijakan perusahaan, dikelola dengan baik dan menjalankan operasional perusahaan hingga tercapai segala tujuan yang diinginkan perusahaan.

(2) Divisi Keamanan

Mempunyai tugas dan wewenang; menyelenggarakan dan mengatur kegiatan pengamanan terhadap harta kekayaan perusahaan maupun personil dengan mengkoordinir penjagaan, patroli, penyelidikan/perizinan agar terjamin keamanan dan

ketertiban diseluruh kawasan, dan K3 (kesehatan dan keselamatan kerja) sehingga terjamin ketenangan berusaha dan menumbuhkan kepercayaan konsumen dalam menggunakan produk perusahaan.

## **3.2 Data Khusus**

### **3.2.1 Produk PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten.**

Produk ini mengatur mengenai proses penjualan air bersih kepada pelanggan yang meliputi tahapan-tahapan dalam proses penjualan air bersih mulai dari proses pengajuan permohonan dari pelanggan atau calon pelanggan, analisa permohonan, penerbitan kontrak. Jual beli, sampai dengan terbitnya dokumen tagihan. Berikut bagian pendukung produk air bersih PT. Krakatau Tirta Industri :

#### **A. Produk Air Bersih**

##### **1) Air Bersih Mineral**

Merupakan perusahaan yang memproduksi air minum dalam kemasan dengan merek “QUELLE”. Dalam kegiatannya PT. Krakatau Tirta Industri berorientasi pada keuntungan dengan memperhatikan prinsip sosial bagi kepentingan masyarakat umum. masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya khususnya kebutuhan akan air minum dengan cara yang praktis yaitu dengan membeli air minum dalam kemasan. Terdapat berbagai macam produk PT. Krakatau Tirta Industri yang beredar di pasaran sebagai pesaing produk QUELLE, menjadikan produk

QUELLE dapat mempertahankan pasar yang sudah ada agar pelanggannya tidak berpaling ke produk lainnya. PT. Krakatau Tirta Industri berkewajiban untuk memenuhi kualitas air dan manajemen mutu pada produksi air minum kemasannya, untuk itu PT. Krakatau Tirta Industri. *Customer Satification* PT. Krakatau Tirta Industri perlu melakukan beberapa perbaikan yaitu perbaikan pada kecepatan dan ketetapan pengiriman produk, dan pelaksanaan perawatan dispenser secara rutin, sangat dibutuhkan oleh pelanggan dikarenakan kebersihan dispenser sangat mempengaruhi kualitas air minum QUELLE. Galon QUELLE 19 liter lebih dari 100 perusahaan dan anak perusahaan terdapat di kawasan industri Krakatau Steel, Anyar, Merak, dan Bojonegara.

### **3.2.2 Standar Layanan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten dibagian komersil.**

#### **a Kontinuitas supplay 24 jam.**

Kontinuitas dalam arti air tidak boleh mati harus terus mengalir proses kecepatan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan melaksanakan fungsi tugas sesuai dengan ketentuan perusahaan menjaga pelanggan supaya tidak pergi terjalinya perawatan yang diminta pelanggan. Jenis golongan kelompok pelanggan supplay 24 jam, Perumahan, Sosial, Pdam, Pelabuhan, Pemerintah, Penjualan melalui pihak ke III atau Agen Air.

- b. Stabilitas tekanan minimal satu bar di titik pengukuran.
- Melaksanakan usaha-usaha yang dilakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Standar layanan di atur dan disepakati dalam perjanjian pelanggan, hubungan stabilitas tekanan minimal 1 bar di titik pengukuran air tidak jalan tekanannya pasti nol apabila pihak PT. Krakatau Tirta Industri tidak menjalankan standar layanan pelanggan komplain karena tidak dapat memenuhi standar layanan perjanjian. Misalnya : pelanggan buka kran air kosong atau airnya mati , pasti banyak pelanggan komplain ke perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri.
- c. Respon time penanganan pengaduan pelanggan maksimal 24 jam.
- Bentuk pernyataan tidak puas atau kekecewaan pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan yang tidak terpenuhi dan kekurangan yang dilakukan oleh perusahaan, pihak perusahaan paling tidak bisa mencari solusi dalam mengatasi ketidak puasan pelanggan. Penyedia layanan atau para staff menyediakan respon time penanganan komplain respon, agar manajemen kepuasan pelanggan terpuas.
- d. Akurasi meter air
- Menjaga kualitas meteran harus memiliki akurasi bagus caranya dengan kalibrasi rutin setiap 2 tahun sekali, sesuai dengan standar nasional dan internasional. Transaksi di hitung pake meter air sesuai akurasi laporan yang ditanda tangani oleh kedua belah pihak

yang menyatakan bahwa penyambungan atau pemasangan meter air telah dilaksanakan dengan satuan tarif yang berlaku di perusahaan. Akurasi jelek bisa merugikan, misalnya: pelanggan pakai 10 m<sup>3</sup> tapi di tagihannya 20 m<sup>3</sup> berarti alat ukur jelek maka alat ukur harus standar dikalibrasi 2 tahun sekali sesuai pemerintah. Tidak masuk standar layanan yang biasa saja, tetapi merugikan pelanggan karena akurasi tidak dikalibrasi atau dicek sama badan metrologi. PT. Krakatau Tirta Industri terjadi standar layanan karena keunggulan perusahaan sehingga di pilih pelanggan dibanding yang lain.

### **3.2.3 Kendala-Kendala dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan di PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten.**

1) Jalur pipa sudah tua.

Perawatan atau perbaikan sebelum ada komplain terjadi pipa karatan jaringan accessories pipakondisi pipa yang sudah berusia tua harus dijaga dari kemungkinan buruk karena tekanan air sangat tinggi dan bisa mengancam keselamatan warga jika mengalami kebocoran. Contoh : maju terjadi komplain pada perawatan pipa.

2) Personil atau karyawan minim.

Kinerja karyawan tidak memadai atau kurangnya tenaga kerja karyawan karena mereka tidak mengetahui apa yang diinginkan

oleh perusahaan, sehingga salah satu fungsi pengendalian manajemen yang melibatkan pemberian informasi kepada karyawan untuk memenuhi tujuan perusahaan tidak dapat tercapai .

3 ) Pencatat meter masih manual.

Alat ini akan mengontrol dan mengendalikan pemakaian air pelanggan sesuai dengan kebutuhan, yang menjadi acuan berapa besar biaya air yang harus dibayarkan pelanggan. Biasanya, meteran air terletak di tempat yang mudah dijangkau petugas. Pelanggan juga diimbau untuk tidak melakukan aktivitas yang membuat meteran air ini tidak bisa dijangkau.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Terkait dengan pokok pembahasan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1. Produk

Produk QUELLE menyediakan air galon 19 liter dan kemasan gelas, botol lebih di perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri Cilegon yang sudah beredar di pasaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang praktis dengan membeli air minum dalam kemasan. Perusahaan ini terus berupaya untuk memberikan solusi kebutuhan air bersih untuk industri dan domestik. Hal ini dilakukan dengan sistem perencanaan kerja yang baik, menuju " *World Class Water Supply Company*". Oleh karena itulah, pada proses pengembangannya produk-produk yang dilakukan pencarian Daerah Aliran Sungai yang tepat dan berpotensi cukup besar.

## 2. Standar layanan

### a. Kontinuitas Supplay 24 jam.

Perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri telah menerapkan standar layanan dengan berbagai kriteria standar operasional prosedur seperti kontinuitas supplay 24 jam untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan melaksanakan fungsi tugas sesuai dengan ketentuan perusahann, menajaga perawatan yang diminta pelanggan.

### b. Stabilitas tekanan minimal 1 bar di titik .

Perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri telah menerapkan standar layanan dengan berbagai perjanjian pelanggan yang disepakati oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat meningkatkan loyalitas pelanggan yang tinggi dengan menjadikan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan .

### c. Resptime penangan pengaduan pelanggan 24 jam.

Perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri telah menerapkan standar layanan dengan berbagai kebutuhan pelanggan dan harapan yang tidak terpenuhi dan kekurangan yang dilakukan oleh perusahaan. Agar manejemn kepuasan pelanggan terpuas adanya

penyediaan layanan atau para staff menyediakan respontime penanganan komplain respon.

c. Akurasi meter air

Perusahaan PT. Krakatau Tirta Industri telah menerapkan standar layanan dengan berbagai menjaga kualitas meteran air yang memiliki akurasi bagus dengan caranya kalibrasi setiap 2 tahun sekali sesuai dengan standar nasional dan international. Penyambungan atau pemasangan meter air telah dilaksanakan dengan satuan tarif.

3. Kendala atau Hambatan

a. Pipa Tua kendala teknis baik dalam segi peralatan pipa yang sudah tua atau mengganti teknologi baru, dengan kondisi pipa yang sudah tua harus dijaga karena tekanan air sangat tinggi agar tidak terjadi komplain pelanggan pada perawatan pipa yang sudah tua menjaga keselamatan masyarakat.

b. Personil atau karyawan minim.

Karyawan dengan jumlah yang kurang memadai atau kurangnya tenaga kerja karyawan, sehingga karyawan tidak mengetahui apa yang diinginkan oleh perusahaan dan terjamin ketenangan berusaha menumbuhkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan produk perusahaan,

### c. Pencatat meter masih manual

Mengontrol dan mengendalikan pemakaian air sesuai dengan kebutuhan pelanggan berapa besar biaya air yang dibayarkan pelanggan yang terletak di tempat yang mudah dibaca petugas agar pelanggan tidak melakukan aktivitas yang membuat meteran air tidak terjangkau.

## 4.2 Saran

Saran yang diberikan kepada PT Krakatau Tirta Industri Cilegon-Banten adalah sebagai berikut:

1. PT Krakatau Tirta Industri Cilegon menambah varian seperti produk air mineral dalam kemasan lainnya, untuk meningkatkan produk penjalancara meningkatkan pelayanan dan kualitas produk atau jasa, melalui *product after sales service*, pemberian potongan penjualan dan termin pembayaran yang lebih menarik dibandingkan yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.
2. Standar Layanan
  - a. Kontinuitas supplay 24 jam

air tidak boleh mati harus mengalir untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan fungsi sesuai kebutuhan pelanggan dengan ketentuan perusahaan agar menjaga kepuasan pelanggan tetap terpercaya tidak pergi terjalin nya perawatan. Agar pelanggan mencakupi pembelian produk dan respon terhadap perusahaaan.

b. Stabilitas tekanan minimal satu bar dititik pengukuran.

Perjanjian antara pelanggan yang diatur dan disepakati untuk memenuhi kepuasan pelanggan, agar stabilitas tekanan satu 1 bar dititik pengukuran air tidak jalan tekanannya nol, apabila tekanan nol maka pelanggan komplain karena tidak terpenuhi kebutuhan yang diminta dengan adanya stabilitas tekanan minimal 1 bar dalam pengukuran tidak akan terjadinya komplain pelanggan.

c. Respon time penanganan pengaduan pelanggan maksimal 24 jam.

Perusahaan melayani respon time penanganan pengaduan pelanggan yang maksimal 24 jam untuk tercapainya kepuasan pelanggan, cara meningkatkan pelayanan dan kualitas produk, pemberian potongan penjualan dan termin pembayaran yang lebih menarik dibandingkan yang ditawarkan oleh perusahaan asing.

d. Akurasi meter air

Pemasangan meter air dengan satuan tarif yang berlaku di perusahaan. Akurasi meter jelek bisa merugikan, berarti alat ukur jelek maka harus dikalibrasi 2 tahun sekali sesuai pemerintah, agar pelanggan tidak komplain dan merugikan dengan akurasi meter air. Tidak masuk standar layanan yang biasa saja tetapi merugikan pelanggan karena akurasinya tidak dikalibrasi atau cek sama badan metrologi.

3. Kendala atau Hambatan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan

a. Jalur Pipa Tua

Perawatan pipa harus lebih baik lagi dan dijaga dari kemungkinan dampak buruk karena tekanan air sangat tinggi dan bisa mengancam keselamatan warga jika mengalami kebocoran, agar sebelum terjadinya penanganan pengaduan komplain pelanggan,

b. Personil atau Karyawan minim.

Kurangnya karyawan atau memadai karyawan, dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan sudah dinilai sangat baik, jadi untuk kedepannya harus lebih pertimbangan dalam menanggapi respon atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan .

c. Pencatat meter masih manual.

Alat ini pengukuran masih manual mengutamakan sejumlah manfaat untuk produk dan agar mudah dibaca oleh petugas sebagai acuan berapa besar biaya air yang harus dibayarkan pelanggan selama proses pemakaian meteran air masih manual dengan kebutuhan pelanggan .

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto & Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler & Keller. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta :ERLANGGA.
- Lehtinen. 2010. *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*. Semarang: FIS UNNES
- Patricia, Patton. 2014. *Service With Emotional Quotient*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahmayanthy. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Semarang: FIS UNNES.
- Ratminto. 2015. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sutopo & Adi Suryanto. 2010. *Pelayanan Prima*. LAN RI, Jakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2011. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.