



Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau)

Fitria Elvi¹⁾, Florentina Neneng Sabela²⁾

Institut Teknologi Keling Kumang

fitria_elvie@yahoo.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan tentunya di pengaruhi oleh seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan, rasa puas yang di dapatkan oleh para pelanggan tentunya akan menentukan citra sebuah perusahaan dan bagaimana pelanggan tetap menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh PDAM Perumda Sirin maragun kabupaten sekadau, maka jenis penelitian ini adalah dengan metode kualitatif, artinya untuk mendapatkan data dari pelanggan, penulis melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pelanggan sebagai sample. Sehingga dapat di simpulkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan bahwa pelanggan PDAM Perumda Sirin Maragun secara keseluruhan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai PDAM Perumda Sirin Maragun

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan*

Analysis of Customer Satisfaction on the Service Quality of Regional Drinking Water Companies (Study on Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau)

Abstract

Customer satisfaction is certainly influenced by how good the quality of service provided by a company, the satisfaction that is obtained by customers will certainly determine the image of a company and how customers continue to use the company's products. To find out customer satisfaction with the quality of service provided by PDAM Perumda Sirin Maragun Sekadau district, this type of research is a qualitative method, meaning that to obtain data from customers, the authors conducted observations and interviews with several customers as a sample. So that it can be concluded from the results of observations and interviews that have been conducted that the customers of PDAM Perumda Sirin Maragun as a whole are satisfied with the quality of service provided by employees of PDAM Perumda Sirin Maragun.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality*



1. Pendahuluan

Fungsi sosial dan fungsi ekonomi yang dimiliki air untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari merupakan hal yang begitu penting untuk diperhatikan, karena dengan pertambahan penduduk maka kebutuhan akan air tidak dapat dipungkiri menjadi semakin meningkat. Oleh karena itu dalam menyikapi hal tersebut pemerintah mengelola sebuah perusahaan milik Negara sesuai dengan undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintah di daerah yaitu Perusahaan Daerah Air Minum yang biasanya lebih dikenal sebagai PDAM.

PDAM tersebar diseluruh daerah dan kota di Indonesia termasuk Kabupaten sekadau yang merupakan satu-satunya perusahaan milik pemerintah kabupaten sekadau dengan memberikan pelayanan sebagai pengelola air bersih dan mendistribusikan air bagi masyarakat kabupaten sekadau serta perusahaan-perusahaan daerah yang diharapkan mampu memberikan tambahan pendapatan anggaran daerah.

Dalam rangka peningkatan pelayanan air bersih perkotaan yang di sediakan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), kerap kali mengalami kesulitan dalam mempertahankan produksi instalasi air bersih sehingga mengakibatkan kuantitas pelayanan air bersih ke konsumen terganggu. Ketidakstabilan pasokan air baku ke instalasi produksi karena besaran debit air mengalami ketidak pastian dalam proses waktu dari satu musim ke musim kemarau lainnya, tidak jarang produksi instalasi PDAM tidak dapat memenuhi target produksi akibat tidak mencukupi air baku dari sungai yang berdampak pada berkurangnya kapasitas produksi air bersih ke konsumen/pelanggan

PDAM sebagai perusahaan penyedia air bersih dituntut supaya mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Pelanggan atau konsumen yang puas bukan hanya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang namun juga mampu mendatangkan pelanggan yang baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh sebab itu perlu kiranya perusahaan mempertahankan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah proses yang mudah, karena juga melibatkan komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pimpinan perusahaan. Karena itu, sebenarnya untuk penciptaan kepuasan pelanggan merupakan siklus proses yang saling terkait sekaligus kunci keberhasilan sebuah perusahaan. Pada dasarnya, kepuasan pelanggan mencakup tentang perbedaan antara harapan dan hasil yang didapatkan

2. Teori dan pengembangan kerangka konseptual

Pengertian kepuasan konsumen

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) kata “kepuasan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) secara

sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan menurut Swan dalam Fandy Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Menurut Nugroho dalam Purnomo Edwin Setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Lopyoadi (2008). Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Terpenuhinya harapan konsumen
Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
- b. Sikap atau keinginan menggunakan produk
Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai

produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

c. Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

d. Kualitas layanan

Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.

e. Loyal

Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.

f. Reputasi yang baik

Upaya Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik

g. Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikannya produk barang/jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Pengertian kualitas layanan

Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms dalam Fandy Tjiptono (2012), mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Menurut Garvin yang dikutip Fandy Tjiptono (2012) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2012), pengukuran kualitas layanan terdiri dari:

a. *Tangible* (bukti fisik): fasilitas fisik, pelayanan, dan penampilan personal;

- b. *Responsiveness* (ketanggapan): kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat;
- c. *Reability* (kehandalan): kemampuan untuk melakukan layanan yang terpercaya dan akurat;
- d. *Assurance* (jaminan): pengetahuan dan kesopanan, kemampuan mereka karyawan untuk menginspirasi kepercayaan; dan
- e. *Empaty* (empati): sebagai kepedulian, memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Menurut fandy tjiptono (2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif tqm (*total quality management*) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut atribut pelayanan suatu perusahaan.

3. Metode

Metode penelitian dalam penulisan riset penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Dengan analisa yang dilakukan secara mendalam, akhirnya bisa dipahami dan diambil poin-poin penting tentang sebuah kejadian atau masalah sosial di masyarakat. Selain itu, pemahaman akan topik yang diangkat bisa didapatkan secara luas dan lebih detail dengan menggunakan metode tersebut. Penelitian kualitatif lebih menekankan akan proses penelitian dibandingkan dengan hasil yang dicapai. Selain itu, metode penelitian kualitatif ini lebih banyak menggunakan sumber data dari lingkungan.

Ada beberapa ciri pokok yang terdapat dalam metode penelitian kualitatif ada lima ciri, antara lain: Pertama, Menggunakan lingkungan alamiah untuk sumber data, kajian utamanya adalah peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kondisi dan situasi sosial. *Kedua*, mempunyai sifat deskriptif analitik, hasil analisis data berupa pemaparan yang berkenaan dengan situasi yang sedang diteliti dan disajikan dalam bentuk uraian narasi. Pemaparan ini menjawab dari pertanyaan dalam rumusan masalah. *Ketiga Bersifat* induktif dari data yang terpisah-pisah namun saling berkaitan erat satu sama lain. *Keempat*, Mengutamakan makna, makna yang diungkapkan berkisar pada persepsi orang dengan suatu peristiwa yang akan diteliti. *Kelima*, Fokus pada proses ,di sini terdapat lima tahapan dalam melakukan penelitian ini, yaitu: mengangkat permasalahan, memunculkan pertanyaan riset, mengumpulkan data yang relevan, melakukan analisis data, menjawab pertanyaan riset (Norlita dan arif, 2019).

4. Hasil penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 18 masyarakat yang menggunakan menjadi pelanggan PDAM Perumd Sirin Meragun. Penelitian ini dilakukan

cara mengobservasi, mensurvei dan melakukan wawancara dengan pelanggan PDAM Perumda Sirin Meragun yang berasal dari berbagai tingkat usia, mulai dari ibu rumah tangga, bapak-bapak, remaja, dan dewasa. Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan penulis, maka penulis mendapatkan hasil bahwa:

Kepuasan Pelanggan terhadap Bukti langsung (*Tangible*) PDAM Sirin Meragun

Fasilitas yang ada di kantor Perumda Sirin Meragun sudah memadai. Sistem pencatatan dan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen sudah terkomputerisasi. Mulai dari sistem pencatatan data konsumen, sampai kepada sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen perumda sirin meragun. Para pegawai Perumda Sirin Meragun juga sudah berpenampilan sesuai dengan ketentuan terlihat menarik dan sopan, sehingga menunjukkan kesan yang baik bagi para konsumen. Tidak hanya dari segi penampilan, para pegawai Perumda Sirin Meragun juga sopan dalam berkomunikasi. Pegawai tetap menunjukkan sikap dan cara berkomunikasi yang sopan kepada seluruh konsumen tanpa terkecuali. Dari sikap sopan dalam berkomunikasi tersebut dapat membuat konsumen merasa senang, karena diberikan pelayanan dengan sangat baik.

Kepuasan Pelanggan terhadap Ketangkapan (*Responsivness*) dan empati (*Empaty*) PDAM Sirin Meragun

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah penulis lakukan, para pegawai Perumda Sirin Meragun bersedia menerima berbagai keluhan dari pelanggan. Keluhan dari pelanggan didengar dan ditanggapi dengan baik oleh pegawai Perumda Sirin Meragun. Salah satu cara agar pegawai dapat mendengarkan keluhan dari pelanggan adalah para pegawai rutin melakukan pengecekan untuk setiap rumah yang menjadi pelanggan Perumda Sirin Meragun, sehingga dengan pengecekan secara rutin akan mempermudah para pegawai untuk bertemu langsung dengan konsumen dan konsumen dapat lebih mudah dalam menyampaikan keluhan.

Pada saat menerima keluhan dari pelanggan para pegawai juga cepat dalam merespon para pelanggan, tentunya tidak hanya dengan menanggapi menggunakan kata-kata saja, namun apa yang menjadi keluhan pelanggan dapat menjadi evaluasi untuk perbaikan ke depannya. Sehingga dengan melakukan perbaikan dari apa yang masih dianggap kurang bagi pelanggan dapat membantu Perumda Sirin Meragun untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Salah satu yang sering menjadi keluhan pelanggan adalah kualitas air yang masih dianggap tidak stabil, terkadang air keruh namun terkadang jernih. Selain itu, yang menjadi keluhan pelanggan selanjutnya adalah pelanggan yang rumahnya berada ditempat yang lebih tinggi seringkali mengalami keterlambatan, jika air sudah mengalir di perumikan yang rendah, maka air dipermukiman yang tinggi belum mengalir. Dan yang menjadi keluhan pelanggan selanjutnya adalah pada saat musim hujan air seringkali tidak mengalir. Namun, berdasarkan informasi yang sudah peneliti peroleh bahwa aliran air pada musim hujan akan mengalami gangguan jika Sungai Meragun banjir sehingga mengalami penyumbatan pada pipa saluran air. Selain itu, seringkali pipa mengalami kerusakan sehingga air harus dihentikan agar para pegawai dapat melakukan perbaikan dari pipa yang rusak tersebut. Para pegawai juga cepat memberikan bantuan pada saat konsumen mengalami kesulitan..

Kepuasan Pelanggan terhadap Keandalan (*Reability*) PDAM Sirin Maragun

Pembahasan dari hasil observasi dan wawancara dengan pelanggan PDAM Sirin Maragun yang telah diperoleh oleh penulis, maka disimpulkan bahwa pegawai Perumda Sirin Maragun teliti dan akurat dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Pemberian informasi yang teliti dan akurat tersebut tentu akan memberikan dampak positif bagi Perumda Sirin Maragun, karena informasi yang diberikan secara akurat dan teliti dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap Perumda Sirin Maragun, terutama yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Selain itu, para pegawai juga cepat dalam menyampaikan informasi yang penting untuk diketahui oleh konsumen. Biasanya pihak Perumda Sirin Maragun akan menyampaikan informasi melalui berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan media sosial lainnya. Dengan menyampaikan informasi melalui media sosial yang sudah ada akan mempermudah pihak Perumda Sirin Maragun dalam memberikan informasi sehingga dapat diketahui dengan cepat oleh konsumen.

Tarif yang dikenakan oleh pihak Perumda Sirin Maragun kepada para konsumen sudah dianggap sesuai oleh sebagian besar konsumen. Jika penggunaan air terbilang boros, maka tarif yang dikenakan lebih tinggi, sedangkan jika penggunaan air hanya sedikit, maka tarif yang harus dibayar oleh konsumen juga tidak mahal. Sehingga tarif yang dibayar oleh konsumen disesuaikan dengan banyak tidaknya penggunaan air. Letak Perumda Sirin Maragun juga sudah sesuai menurut konsumen, karena sudah berada di tengah-tengah Kota Sekadau.

Kepuasan pelanggan terhadap jaminan (*Assurance*) PDAM Perumd Sirin Maragun

Menurut pelanggan Peruda Sirin Maragun pengetahuan dan tingkah laku yang di tunjukan oleh pegawai perumda sirin maragun sangat berperilaku sopan terhadap para pelanggan, baik pegawai yang berada di kantor maupun pegawai yang biasa pergi kelapangan. Mereka juga membangun kepercayaan terhadap pelanggan agar tetap menggunakan PDAM Sirin Maragun.

5. Kesimpulan

Perumda Sirin Maragun memiliki citra yang baik di masyarakat, karena para pegawai mampu memberikan pelayanan yang baik, mulai dari cara berpenampilan, berkomunikasi sopan kepada para konsumen, respon yang cepat dari pegawai dalam menanggapi keluhan dan memberikan bantuan kepada pelanggan yang mengalami kesulitan, pemberian informasi yang teliti dan akurat, dan penyampaian informasi yang cepat kepada para pelanggan, serta pemberian tarif yang sesuai penggunaan. Sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegawai Perumda Sirin Maragun karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan PDAM Perumda Sirin Maragun merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan, walaupun ada sedikit kendala yang dialami oleh Perumda Sirin Maragun seperti kualitas airnya

Referensi

Aditya, & Tjiptono.2012. *pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jakarta : Rajawali Pers.

Fandy Tjiptono.2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono, 2008.*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Norita dan Arif. 2019. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas*

Pelayanan Pdam Tirta Pengabuan Kuala Tungkal. Jurnal Ekonomi Syariah e- ISSN: 2656-968X, p-ISSN: 2685-4228 Volume 2, Edisi 2 (Desember 2019),www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Setyo, Purnomo Edwin.2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal.