

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi adalah perusahaan pengelola, pemasok, dan penyedia jasa air bersih yang digunakan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan akan air bersih mulai dari kebutuhan air rumah tangga, industri, sampai dengan area bisnis dengan cakupan wilayah pelayanan seluruh Kabupaten Bekasi dan sebagian Kota Bekasi. Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 122 Tahun 2015 disebutkan bahwa PDAM menjamin pelayanan Air Minum yang memenuhi syarat kualitas, kuantitas, dan kontinuitas sesuai dengan standar yang ditetapkan. PDAM Tirta Bhagasaki selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam hal K3 air (kualitas, kuantitas, ketersediaan). Sebaliknya, jika pelanggan merasakan adanya kualitas pelayanan yang tidak maksimal maka secara langsung pelanggan dapat menyatakan keberatan atau komplain tentang kinerja pelayanan. Komplain yang terjadi dapat berupa kualitas air yang buruk seperti keruh, berwarna dan berbau, ketersediaan pasokan air yang kurang untuk memenuhi kebutuhan air sehari – hari dapat karena diakibatkan oleh sumbatan kotoran pada sambungan pipa, pasokan air yang tidak merata dari satu wilayah serta wilayah lainnya sehingga menyulitkan penggunaan air oleh pelanggan PDAM Cabang Rawalumbu serta pelanggan dapat memberikan komplain kepada petugas hublang dalam hal – hal lainnya seperti tunggakan air yang tidak normal, lambatnya petugas teknik dalam membantu menganalisa masalah teknik di rumah, dan ketidak sesuaian pemberian informasi terkait tagihan dan sebagainya.

Cabang Rawalumbu adalah salah satu Kantor Cabang wilayah pelayanan PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi pada Kecamatan Rawalumbu dengan wilayah pelayanan mencakup 2 (dua) Kecamatan yaitu Kecamatan Rawalumbu dan Kecamatan Tambun Selatan serta 4 (empat) Kelurahan yaitu, Kelurahan Bojong Rawalumbu, Kelurahan Sepanjang Jaya, Kelurahan Pangasinan, serta Kelurahan Jatimulya. Dengan total pelanggan mencapai 11.606 SL (Sambungan Langganan) pada bulan September 2022 dan diketahui bahwa total jumlah penduduk sebanyak 309.316 jiwa dengan total KK sebanyak 87.916 keluarga, melayani sebanyak 11.660 SL, dengan total jiwa terlayani sebanyak 69.954 jiwa, dan persentase cakupan pelayanan sebesar 22,62 % dan sebanyak 195.762 Jiwa belum terlayani oleh PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi Cabang Rawalumbu. Dengan motto “Kami layani kebutuhan air

bersih masyarakat Bekasi” PDAM Tirta Bhagasaki khususnya Cabang Rawalumbu menyadari bahwa kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi hal yang pokok dan krusial.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Pada PDAM Tirta Bhagasaki Cabang Rawalumbu Periode Januari 2022 – September 2022

Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Sambungan Awal	11.488	11.538	11.543	11.568	11.568	11.578	11.576	11.585	11.583
Pasang Baru	16	15	18	17	18	12	16	7	81
Penyambungan Kembali	5	10	16	12	6	7	17	5	10
Pencabutan	29	20	9	29	14	21	24	14	14
Sambungan Akhir	11.538	11.543	11.568	11.568	11.578	11.576	11.585	11.583	11.660

Sumber : Laporan Bulanan PDAM Tirta Bhagasaki Cabang Rawalumbu

Kualitas Pelayanan (Service Quality) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Sujoko & Margono, 2021). Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian oleh pengguna layanan tertentu untuk melihat apakah memenuhi harapan pada tingkat yang diinginkan (Singh P.J et al., 2021). Kualitas pelayanan dapat dirasakan pada penilaian pelanggan atas keunggulan secara keseluruhan layanan (Singh P.J et al., 2021). Parasuraman (1988) menyebutkan ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dikenal dengan *SERVQUAL* (*Service Quality*) yaitu Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangible*), empati (*Emphaty*), cepat tanggap (*Responsiveness*). **Keandalan (Reliability)** adalah bagaimana petugas PDAM dapat bertanggung jawab dan melaksanakan pekerjaan masing – masing bagian dengan penuh tanggung jawab dan profesional. Dengan terdapatnya profesionalisme pekerjaan tahap selanjutnya adalah bagaimana petugas dapat memberikan **Jaminan (Assurance)** pelayanan tentang penyediaan air bersih pada masing masing seksi pekerjaan kepada pelanggan PDAM. Dengan adanya Keandalan dan Jaminan akan ketersediaan air PDAM, maka dapat dilihat dari dimensi selanjutnya yaitu **Bukti Fisik (tangible)** yang dimaksudkan bukti fisik yaitu berupa pemenuhan 3K (Kualitas, Kuantitas, dan Keberlangsungan) air. Petugas PDAM juga harus mempunyai rasa Empati terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan menanggapi keluhan dan aduan yang diterima oleh petugas PDAM dengan penanganan yang jelas, akurat, dan terarah sehingga menimbulkan rasa **Empati (emphaty)** akan masalah tersebut, serta

bagaimana petugas mempunyai **Daya Tanggap** (*responsiveness*) yang tinggi sehingga dapat menangani permasalahan pelanggan dengan cepat dan responsif (*responsiveness*) dan tidak berlarut - larut dalam melayani pelanggan PDAM sehingga pelanggan PDAM sehingga pelanggan PDAM merasa puas karena dilayani dengan baik. **Kepuasan** pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang kebahagiaan atau frustrasi karena perbandingan antara kinerja produk atau layanan dengan harapan klien. Kepuasan pelanggan bisa dianggap sebagai inti dari kesuksesan saat ini ditengah lingkungan bisnis yang kompetitif (Dam & Dam, 2021). Sesuai dengan penjabaran dikemukakan bahwa ketika kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut terpenuhi oleh petugas, maka pelanggan akan menilai secara subjektif suatu produk atau jasa apakah produk atau jasa tersebut berhasil melebihi ekspektasi pelanggan atau tidak.

Kepuasan Pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk kinerja yang dirasakan (Supriyanto et al., 2021a) kepuasan dapat diasumsikan sebagai satu kesatuan reaksi negatif dan afirmatif terhadap kumpulan sikap emosional (Li et al., 2021). Pelanggan dapat juga merasakan ketidakpuasan dan ketika pelanggan tidak puas maka pelanggan menandakan bahwa kinerja perusahaan rendah (Supriyanto et al., 2021b) Dari definisi tersebut bahwa pelanggan dapat membuat sebuah perbandingan apakah kualitas pelayanan petugas PDAM sesuai dengan harapan dan ekspektasi, jika pada perbandingan tersebut tindakan pelayanan petugas PDAM dibawah dari ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Salah satu contohnya faktor ketidakpuasan pelanggan dapat terjadi ketika keluhan pelanggan yang terakumulasi akan menjadikan pelanggan untuk tidak loyal kepada PDAM dan berujung kepada pelanggan PDAM akan memilih untuk tidak menggunakan air PDAM (Non Aktif) baik pada waktu tertentu maupun selamanya. Sebaliknya, bahwa kepuasan pelanggan dihasilkan dari pembandingan suatu produk atau jasa dan dapat berupa sebagai kesatuan reaksi yang positif maupun negatif dalam bentuk emosional sehingga pelanggan akan loyal menggunakan air PDAM.

Pada penelitian oleh (Bungatang & Reynel, 2021) disebutkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Dengan metode survey diketahui bahwa dimensi Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sejalan dengan pembahasan dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan (Khan et al., 2021) meneliti hubungan antara keduanya dan didapati bahwa terdapat signifikansi positif dari kualitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian lainnya yang menjelaskan tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan

konsumen yang dilakukan oleh (Suresh & Vasantha, 2021) adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan yang tertinggi adalah bukti nyata, empati, responsif, reliabiliti, dan jaminan. Dari kedua penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang signifikan.

Loyalitas Pelanggan berawal dari pelayanan yang baik tentang keluhan pelanggan dan dapat secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan serta dapat dikur dengan menilai pembelian dan konsumsi pada produk, layanan, merek dan citra merek tertentu. Loyalitas pelanggan terjadi karena pengakumulasiannya kepuasan pelanggan oleh perusahaan (Supriyanto et al., 2021c) perusahaan harus memastikan pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas. Diharapkan pada PDAM Cabang Rawalumbu pelayanan oleh petugas mulai dari bagian produksi, bagian loket, bagian teknik, dan bagian hubungan pelanggan harus baik sehingga terjadi Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan untuk menggunakan air PDAM.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2021) menunjukkan adanya hubungan signifikansi yang positif antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dari 100 responden yang mengisi kuisioner dengan metode *purposive sampling* dengan responden 100 responden mendapatkan hasil kualitas pelayanan mempunyai hasil yang signifikan dan mempunyai efek positif terhadap loyalitas pelanggan baik melalui kepuasan pelanggan maupun langsung terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian lainnya oleh (Fida et al., 2020a) hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Pada penelitian lainnya oleh (Winata et al., 2022) dikemukakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui variabel kepuasan pelanggan sebagai *intervening*. Sejalan dengan penelitian sebelumnya dikatakan bahwa dalam penelitian (Kuswandi & Nuryanto, 2021) disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lainnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rosalia & Lestariningsih, 2021) dikemukakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai *intervening*. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat menjadi variabel mediasi (*Intervening*) antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas pelanggan dengan signifikansi yang positif.

Dengan dasar Peraturan Menteri Dalam Negri No. 122 tahun 2015 seharusnya PDAM dapat menjamin pelayanan air minum yang memenuhi K3 air sehingga pelanggan dapat menjadi puas dan menjadi loyal terhadap PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi dan meminimalisir pelanggan mengundurkan diri sebagai pelanggan PDAM. Ketika dilihat lebih detail pada data bulanan yang dilaporkan oleh PDAM Tirta Bhagasaki cabang Rawalumbu diketahui bahwa terjadi fluktuasi yang sangat signifikan antara jumlah perbandingan pemasangan baru dengan pencabutan pada bulan Januari 2022 sampai dengan bulan September 2022. dengan adanya fenomena tersebut menjadi landasan peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi”**

Rumusan Masalah

Dari deskripsi masalah diatas dapat dirumuskan masalah pada setiap sambungan langganan PDAM dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Reliability* (keandalan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*?
2. Apakah *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*?
3. Apakah *Tangible* (bukti fisik) pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*?
4. Apakah *Emphaty* (empati) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*?
5. Apakah *Responsiveness* (daya tangkap) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*?
6. Apakah *Reliability* (keandalan) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah *Assurance* (jaminan) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
9. Apakah *Emphaty* (empati) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?

10. Apakah *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?

11. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan analisis :

1. *Reliability* (Keandalan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*
2. *Assurance* (Jaminan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*
3. *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*
4. *Emphaty* (Empati) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable *Intervening*
6. *Reliability* (Keandalan) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan
7. *Assurance* (Jaminan) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan
8. *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan
9. *Emphaty* (Empati) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan
10. *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan
11. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tentunya tidak lepas dari keterbatasan sehingga perlu diuraikan tentang keterbatasan penelitian. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wilayah penelitian ini hanya pada satu dari 387 PDAM yang ada di indonesia sehingga belum tentu dapat merepresentasikan seluruh PDAM secara nasional.

2. Responden penelitian ini kebanyakan berasal dari golongan pelanggan 2 C sehingga belum tentu dapat merepresentasikan seluruh pelanggan PDAM Tirta Bhagasaki Bekasi dikabupaten Bekasi dan sebagian Kota Bekasi.
3. Penelitian ini hanya meliputi 5 (Lima) variabel bebeas dan 1 variabel *Intervening* yang mungkin mempengaruhi 1 (Satu) variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini tidak membahas variabel – variabel lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan.

Manfaat Penelitian

Terdapat 2 (Dua) manfaat penelitian secara luas yaitu manfaat keilmuan, manfaat bagi kegiatan bisnis, dan manfaat bagi perusahaan dengan penjabarannya sebagai berikut :

1. Bagi Keilmuan

Diharapkan manfaat penelitian ini pada bidang ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran strategik adalah menjadi referensi tentang bagaimana pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi Kegiatan Bisnis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kegiatan bisnis agar untuk menjadi tolak ukur pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

Sistematika Penulisan

Diharapkan pada penelitian ini dapat terarah dan lebih sistematis, maka penulis membuat sistematika penulisan dengan membagi dalam 5 (lima) bab dan terdapat sub – sub bab. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB I berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, keterbatasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II mempunyai sub bab definisi tentang Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III mempunyai sub bab yaitu jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, uji hipotesis, dan hipotesis statistic

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV mempunyai sub bab yaitu hasil penelitian, *confirmatory factor analysis*, evaluasi model struktural, uji hipotesis variabel intervening, pembahasan hasil model statistik model mediasi

BAB V : KESIMPULAN

Pada BAB V mempunyai sub bab tentang kesimpulan hasil penelitian, dan saran kepada para pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian ini.

