

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air bersih merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang sangat penting dalam menunjang kehidupan sehari-hari. Ketersediaan air bersih tidak hanya berpengaruh terhadap kesehatan masyarakat, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penyediaan air bersih harus dikelola dengan baik agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal.

Di Indonesia, pelayanan penyediaan air bersih bagi masyarakat sebagian besar dikelola oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). PDAM memiliki tanggung jawab dalam menyediakan layanan air bersih yang berkualitas, merata, serta dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam menjalankan tugasnya, PDAM tidak hanya dituntut untuk mampu menyediakan air bersih, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan publik yang berkualitas, perusahaan penyedia layanan air bersih juga dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan sangat penting karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan serta keberlangsungan penggunaan layanan.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga yang diterapkan oleh perusahaan. Pada perusahaan penyedia jasa air minum, harga diwujudkan dalam bentuk tarif air yang dibayarkan pelanggan sesuai dengan golongan pelanggan dan jumlah pemakaian air. Penetapan tarif tidak hanya mempertimbangkan biaya operasional perusahaan, tetapi juga harus memperhatikan kemampuan masyarakat serta kualitas pelayanan yang diberikan agar pelanggan tetap memperoleh manfaat yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, penetapan tarif menjadi salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) adalah harga layanan yang dibayarkan oleh pelanggan. Harga merupakan unsur penting dalam pemasaran jasa karena berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan tarif, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, serta manfaat yang diperoleh. Sehubungan dengan adanya kebijakan penyesuaian tarif air bersih, PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) melakukan perubahan tarif pada tahun 2025 sebagai penyempurnaan terhadap tarif yang sebelumnya berlaku pada tahun 2022. Perubahan tersebut diberlakukan pada beberapa kelompok pelanggan dengan besaran yang berbeda sesuai kelompok pelanggan dan tingkat pemakaian air. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perubahan tarif tersebut, berikut disajikan perbandingan tarif air bersih PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) tahun 2022 dan tahun 2025.

Kelompok Pelanggan	Blok Pemakaian (m ³)	Tarif 2022 (Rp)	Tarif 2025 (Rp)	Kenaikan
Sosial Umum-	0-10	3.000	4.000	1.000
	11-20	3.000	4.000	1.000
	>20	3.000	4.000	1.000
Sosial Khusus	0-10	3.000	4.000	1.000
	11-20	3.400	4.400	1.000
	>20	3.800	4.800	1.000
Rumah Tangga 1	0-10	3.000	4.000	1.000
	11-20	3.300	4.300	1.000
	>20	3.600	4.600	1.000
Rumah Tangga 2	0-10	3.800	4.700	900
	11-20	4.200	5.000	800
	>20	4.600	5.500	900
Rumah Tangga 3	0-10	4.200	5.000	800
	11-20	4.600	5.500	900
	>20	5.000	6.000	1.000
Niaga Kecil	0-10	4.500	4.500	Tetap
	11-20	5.000	5.000	Tetap
	>20	5.500	5.500	Tetap
Niaga Besar	0-10	6.000	7.000	1.000
	11-20	7.000	8.000	1.000
	>20	8.000	9.000	1.000

Kelompok Pelanggan	Blok Pemakaian (m ³)	Tarif 2022 (Rp)	Tarif 2025 (Rp)	Kenaikan
Instansi Pemerintah	0-10	6.500	7.300	800
	11-20	7.500	8.500	1.000
	>20	8.500	9.500	1.000

Sumber : Lampiran Peraturan Bupati Balangan Nomor 33 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Tarif Air Bersih Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Balangan dan Lampiran II Keputusan Bupati Balangan Nomor 188.45/807/Kum Tahun 2025 tentang Penyesuaian Tarif Air Bersih PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda).

Berdasarkan Tabel 1.2 mengenai perbandingan tarif air bersih PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) tahun 2022 dan tahun 2025, dapat diketahui bahwa telah terjadi penyesuaian tarif pada sebagian besar kelompok pelanggan. Penyesuaian tarif tersebut diberlakukan berdasarkan Keputusan Bupati Balangan Nomor 188.45/807/Kum Tahun 2025 sebagai penyempurnaan dari Peraturan Bupati Balangan Nomor 33 Tahun 2022. Perubahan tarif dilakukan pada beberapa kelompok pelanggan dengan besaran kenaikan yang bervariasi, yaitu berkisar antara Rp800 hingga Rp1.000 per meter kubik (m³), tergantung pada kelompok pelanggan dan tingkat pemakaian air.

Pada Kelompok I, yang terdiri atas pelanggan sosial umum dan sosial khusus, tarif air mengalami kenaikan pada seluruh blok konsumsi. Demikian pula pada Kelompok II yang meliputi Rumah Tangga 1, Rumah Tangga 2,

dan Rumah Tangga 3, hampir seluruh blok pemakaian mengalami penyesuaian tarif. Kenaikan juga terjadi pada Kelompok III, khususnya pelanggan Niaga Besar dan Instansi Pemerintah. Sementara itu, tarif untuk pelanggan Niaga Kecil masih tetap pada setiap blok pemakaian sehingga tidak mengalami perubahan dibandingkan tarif sebelumnya. Adapun Kelompok IV tetap menggunakan tarif berdasarkan kesepakatan atau mengacu pada tarif batas bawah dan batas atas yang ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan.

Perubahan tarif tersebut menunjukkan adanya upaya perusahaan dalam menyesuaikan biaya operasional penyediaan air bersih, menjaga keberlangsungan pelayanan, serta meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Penyesuaian tarif merupakan kebijakan yang lazim dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa air minum untuk menyeimbangkan antara biaya produksi, biaya distribusi, biaya pemeliharaan jaringan, dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan.

Namun demikian, perubahan tarif juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda di kalangan pelanggan. Sebagian pelanggan dapat menilai bahwa kenaikan tarif masih dapat diterima apabila diikuti dengan peningkatan kualitas pelayanan, seperti kelancaran distribusi air, kualitas air yang lebih baik, kecepatan penanganan gangguan, serta pelayanan administrasi yang semakin efektif. Sebaliknya, apabila kenaikan tarif tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan, pelanggan berpotensi merasa bahwa harga

yang dibayarkan tidak sebanding dengan manfaat yang diterima sehingga dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga tidak hanya dipandang sebagai biaya yang harus dikeluarkan, tetapi juga menjadi dasar bagi pelanggan dalam menilai nilai (value) yang diperoleh dari pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu, persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, kesesuaian harga dengan manfaat, serta daya saing harga menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penyesuaian tarif air bersih yang diberlakukan oleh PT Air Minum Sanggam Balangan (Persero) menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah analisis harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun bersama dengan Customer Relationship Management (CRM). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kebijakan harga yang diterapkan perusahaan mampu menciptakan kepuasan pelanggan sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan adalah melalui penerapan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan

untuk mengelola hubungan dengan pelanggan secara efektif melalui pengelolaan informasi pelanggan, peningkatan kualitas pelayanan, serta komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

Dengan penerapan CRM yang baik, perusahaan dapat memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik sehingga mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, penerapan CRM membantu perusahaan menangani keluhan pelanggan dengan lebih cepat serta meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan.

PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) sebagai salah satu perusahaan daerah yang bergerak dalam bidang pelayanan air bersih di Kabupaten Balangan juga memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat. Dalam menjalankan operasionalnya, PDAM harus mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan penulis selama pelaksanaan praktik kerja lapangan di PDAM Balangan (Perseroda), masih ditemukan beberapa kendala yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti keterlambatan penanganan keluhan pelanggan, distribusi air yang belum selalu stabil, serta kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai pelayanan yang tersedia.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui implementasi *Customer Relationship*

Management (CRM) yang diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan layanan PDAM.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Analisis Harga Dan *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Balangan (Perseroda)”**.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas dari pembahasan yang telah ditentukan, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai implementasi harga dan *Customer Relationship Management* (CRM) pada PDAM Balangan (Perseroda).
2. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan.
3. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Sanggam Balangan (Perseroda) di Kabupaten Balangan.
4. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PDAM.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah analisis harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan (Perseroda) ?
2. Apakah *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan (Perseroda)?
3. Apakah analisis harga dan *Customer Relationship Management* (CRM) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan (Perseroda) ?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Pengaruh Analisis Harga Dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang analisis harga dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Balangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PDAM Balangan dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan melalui penerapan *Customer Relationship Management*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai penerapan *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* dan kepuasan pelanggan.

