

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

1. **Rusdi, Anwar Parawangi dan Ihyani Malik (2021)** dalam penelitiannya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar”**. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan perusahaan daerah air minum (PDAM) di Makassar, kepuasan konsumen, serta adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen perusahaan daerah air minum (PDAM) di Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Adapun jumlah dari populasi konsumen PDAM di Makassar adalah sebanyak 172.000 jiwa. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan PDAM Kota Makassar berdasarkan yang diharapkan konsumen dinilai sangat penting.

Hal ini terlihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan pernyataan responden sebesar 4,25 berada pada interval 4,20-5,00, kemudian Kepuasan konsumen PDAM Kota Makassar berdasarkan pernyataan responden dinyatakan sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata kepuasan konsumen adalah sebesar 4,21 yang berada pada interval 3,40

-4,19, serta Berdasarkan hasil dari pengaruh kualitas pelayanan PDAM Kota Makassar terhadap kepuasan konsumen bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). sedangkan untuk nilai t-hitung adalah sebesar 4.002.

2. **Neng Sandra Ayu Wulandari (2019)** dalam penelitiannya yang berjudul **“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Air Bersih oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Galuh Kabupaten Ciamis”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi serta upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan peningkatan pelayanan penyedia air bersih Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dalam memenuhi kebutuhan air bersih di Kabupaten Ciamis.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana peneliti dapat mendeskripsikan, menggambarkan, mencatat, menganalisis, menginterpretasikan kejadian-kejadian dan fakta-fakta yang ditemukan selama penelitian. Data yang diambil berdasarkan data primer berupa kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari lapangan dan data sekunder berupa dokumen-dokumen dan laporan-laporan yang relevan dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Galuh Kabupaten Ciamis. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data peneliti melakukan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan peningkatan pelayanan penyedia air bersih Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Galuh Kabupaten Ciamis dalam memenuhi kebutuhan air bersih di

Kabupaten Ciamis pada umumnya telah dilaksanakan. Hambatan-hambatan yang dihadapi PDAM dalam strategi peningkatan pelayanan adalah belum terealisasinya pengajuan pelatihan dan pendidikan, kekurangan sumber daya manusia, kurangnya fasilitas penunjang seperti pompa air dan alat penyaringan, serta perlu peremajaan peralatan lainnya. Adapun upaya-upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan pengajuan kepada bidang umum untuk segera memperbaiki serta meminimalisir hambatan-hambatan yang terjadi selama menerapkan strategi peningkatan pelayanan.

3. **Jems Yerison Kanaf, Ira Irawati, Mas Halimah (2022)** dalam penelitiannya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Kupang “**. Pelayanan Publik Air Bersih yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Kota Kupang belum sesuai dengan standar kualitas, kuantitas dan kontinuitas pelayanan air bersih. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh kualitas pelayanan publik air bersih yang ditinjau dari aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan pelanggan.

Metode dalam penelitian ini menggunakan survey dengan pendekatan kuantitatif. Hasil Penelitian diperoleh skor p-value dari aspek Tangibles sebesar 0,259 yang berarti tidak adanya pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kemudian pada aspek Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy secara berurutan diperoleh skor

p-value sebesar 0,045, 0,005, 0,048, dan 0,039. Keempat aspek tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari ketiga penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PDAM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh adalah dimensi keandalan dan responsivitas. PDAM perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dalam berbagai dimensi, seperti keandalan, responsivitas, empati, jaminan, dan kepastian, untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Tetapi, penelitian yang ada masih berfokus pada beberapa dimensi kualitas pelayanan PDAM. Perlu dilakukan penelitian yang lebih komprehensif untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan PDAM, seperti faktor internal perusahaan, faktor eksternal, dan faktor individu pelanggan.

Sedangkan pokok masalah yang dihadapi pada penelitian ini juga mempunyai kesamaan yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan PDAM, namun pada penelitian ini kualitas pelayanan PDAM perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk mengetahui perkembangan dan tren terbaru. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi PDAM dan pemerintah untuk meningkatkan kualitas pelayanan PDAM di Indonesia.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Pengertian Kualitas

Menurut (Kotler & Keller, 2009) Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan pelanggan secara

langsung maupun tidak langsung. Sedangkan Menurut (Tjiptono, 2008) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2012), produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan calon konsumen, dimiliki konsumen, kemudian digunakan dan dikonsumsi untuk bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk akan dikatakan baik apabila produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan memenuhi ekspektasi pasar. Berdasarkan definisi dan teori inovasi di atas, maka produk dapat dijabarkan sebagai pusat dari semua bisnis.

Kotler dan Keller (2012:143), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Pendapat yang diajukan oleh Kotler dan Keller di atas sejalan dengan konsep yang disampaikannya, dimana Kotler dan Keller (2012:121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pengertian jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu. Sedangkan definisi layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu partai kepada yang lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Ini bisa jadi terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

2.2.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (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 pelanggan.

Selain definisi pelayanan di atas Kotler pun ikut mendefinisikan pelayanan sebagai "pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik" (Kotler dalam Lukman, 2000:8). Definisi pelayanan menurut Kotler jelas bahwa pelayanan adalah suatu kumpulan atau kesatuan yang melakukan kegiatan menguntungkan dan menawarkan suatu kepuasan meskipun hasilnya secara fisik tidak terikat kepada produk.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat. Pelayanan tidak dapat

mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan dan terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:28) Jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari produk fisik, yaitu:

1. Tidak Berwujud (Intangibility)

Artinya jasa/ layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda yang bisa dilihat, disentuh dan dirasa dengan panca indera; maka jasa/ layanan justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa/ layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

2. Bervariasi (Heterogeneity)

Artinya layanan bersifat variabel atau heterogen karena merupakan non-standardized output, artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana layanan tersebut dihasilkan.

Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu :

- a) Kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan
- b) Moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c) Beban kerja perusahaan

3. Tidak Terpisahkan (Inseparability)

Artinya barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/ layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa/ layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis. Implikasinya, sukses tidaknya jasa/ layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif.

4. Tidak Tahan Lama (Perishability)

Berarti bahwa jasa/ layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan jasa juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

2.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan

kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler, 2000).

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak (Pasuraman, 1990). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari yang diharapkan agar pelanggan tidak kecewa. Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode servqual, yaitu istilah dari service quality yang telah dikembangkan oleh Pasuraman, Zethaml, dan Berry (Pasuraman, 1990)

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyaji layanan. Apabila kenyataan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan apabila kenyataan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu (Pasuraman, 1990).

Lima metode yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Parasuraman, 1990) yaitu: 1) Tangible (bukti fisik), 2) Reliability (keandalan), 3) Responsiveness (daya tanggap), 4) Assurance (keyakinan), 5) Emphaty (empati).

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (service quality). SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang

digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi (Parasuraman, 1990) yaitu :

a. Bukti Fisik (Tangible)

Yaitu kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

b. Keandalan (Reliability),

yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

c. Ketanggapan (Responsiveness),

yaitu kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

d. Jaminan (Assurance),

yaitu adanya kepastian, pengetahuan, kesopanan santunan petugas, serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

e. Empati (Empathy),

yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.2.4 Strategi Pelayanan

Menurut (Lovelock, C.H & Wirtz,J, 2011), terdapat 7 strategi pelayanan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya pada perusahaan daerah air minum (PDAM) :

1. Memahami Ekspektasi Pelanggan

Lakukan riset pasar dan survei untuk memahami kebutuhan, harapan, dan keluhan pelanggan terkait pelayanan PDAM. Petakan ekspektasi pelanggan berdasarkan usia, jenis kelamin, lokasi tempat tinggal, dan pola konsumsi air. Gunakan informasi tersebut untuk mendesain layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang beragam.

2. Menentukan Standar Pelayanan

Tetapkan standar pelayanan yang jelas, terukur, dan dapat dicapai untuk setiap aspek layanan PDAM, seperti kualitas air, ketepatan waktu pendistribusian, kelancaran komunikasi, dan kemudahan proses pembayaran. Standar pelayanan harus dikomunikasikan kepada seluruh karyawan dan menjadi acuan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka. Lakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan standar pelayanan terpenuhi dan konsisten.

3. Merancang Desain Layanan yang Efisien

Sederhanakan proses pelayanan PDAM untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi, melakukan pembayaran, dan melaporkan keluhan. Manfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menghadirkan layanan online yang mudah digunakan dan dapat diakses. Optimalkan tata letak kantor layanan dan sediakan fasilitas yang nyaman untuk meningkatkan kepuasan pelanggan saat berkunjung ke kantor PDAM.

4. Membangun Budaya Pelayanan yang Baik

Tanamkan budaya "*customer centric*" dalam organisasi PDAM, di mana seluruh karyawan memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik. Berikan pelatihan kepada

karyawan tentang teknik komunikasi yang efektif, cara menangani keluhan pelanggan dengan baik, dan bagaimana membangun hubungan yang positif dengan pelanggan. Ciptakan sistem penghargaan dan pengakuan bagi karyawan yang menunjukkan kinerja pelayanan yang luar biasa.

5. Memperkuat Komunikasi dengan Pelanggan

Jalin komunikasi yang terbuka dan transparan dengan pelanggan melalui berbagai saluran, seperti website, media sosial, email, dan call center. Informasikan kepada pelanggan tentang jadwal pemadaman air, gangguan layanan, dan informasi penting lainnya secara proaktif. Berikan tanggapan yang cepat dan solutif atas keluhan dan pertanyaan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi yang tersedia.

6. Memberikan Pemberdayaan Kepada Karyawan

Berikan kewenangan dan fleksibilitas kepada karyawan untuk menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat tanpa harus melalui birokrasi yang berbelit-belit. Dorong karyawan untuk berinovasi dan mencari solusi kreatif untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Ciptakan lingkungan kerja yang positif dan suportif yang memungkinkan karyawan untuk berkembang dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.

7. Memanfaatkan Teknologi untuk Meningkatkan Efisiensi:

Gunakan teknologi seperti sistem informasi geografis (GIS) untuk memetakan jaringan pipa air dan mengidentifikasi potensi kebocoran. Terapkan sistem billing online dan pembayaran elektronik untuk mempermudah proses pembayaran tagihan air oleh pelanggan. Manfaatkan

media sosial untuk membangun komunikasi yang interaktif dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik mereka secara langsung.

Dengan menerapkan strategi pelayanan yang komprehensif berdasarkan kerangka kerja Lovelock dan Wirtz, perusahaan daerah air minum (PDAM) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Meningkatkan kualitas pelayanan PDAM sangatlah penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa komponen strategi pelayanan yang efektif yang dapat diterapkan:

1. Memahami Kebutuhan dan Harapan Pelanggan

Lakukan survei dan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara mendalam. Identifikasi keluhan dan permasalahan yang sering dihadapi pelanggan dan gunakan berbagai saluran komunikasi untuk mendapatkan masukan dari pelanggan, seperti telepon, email, media sosial, dan kotak saran.

2. Menetapkan Standar Pelayanan yang Jelas

Buat standar pelayanan yang jelas dan terukur untuk semua aspek layanan PDAM, seperti kualitas air, waktu tunggu, dan proses pembayaran. Komunikasikan standar pelayanan tersebut kepada seluruh karyawan dan pelanggan. Lakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan standar pelayanan terpenuhi.

3. Meningkatkan Kualitas Layanan

Lakukan investasi untuk meningkatkan infrastruktur dan teknologi PDAM. Berikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keahlian

dan kompetensi mereka dalam memberikan pelayanan dan juga menerapkan sistem manajemen mutu yang efektif untuk memastikan kualitas layanan terjaga.

4. Mempermudah Akses Layanan

Perluas jaringan layanan PDAM ke seluruh wilayah kerja. Buat sistem pembayaran yang mudah dan beragam, seperti melalui loket pembayaran, ATM, dan online. Sediakan layanan pelanggan yang mudah diakses, seperti call center dan website.

5. Meningkatkan Komunikasi dengan Pelanggan

Komunikasikan informasi penting tentang layanan PDAM kepada pelanggan secara proaktif, seperti jadwal pemadaman air, tarif baru, dan informasi penting lainnya. Tanggapi keluhan dan permasalahan pelanggan dengan cepat dan tepat. Bangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui berbagai program dan kegiatan, seperti sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya air bersih.

2.2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler & Keller, 2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas. Sedangkan, (Tjiptono F., 2012) kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.2.6 Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Indonesia memiliki sejarah yang panjang, dimulai sejak era kolonial Belanda. Pada masa itu, pengelolaan air minum dipegang oleh perusahaan swasta yang disebut "Naamloze Vennootschap (N.V.) Waterleiding Maatschappij" yang didirikan pada tahun 1896 di Batavia (sekarang Jakarta). Setelah kemerdekaan Indonesia, pengelolaan air minum beralih ke tangan pemerintah melalui pembentukan Perusahaan Negara Air Minum (PNAM) pada tahun 1957. Kemudian, pada tahun 1970, PNAM diubah menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1970 tentang Air Minum.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan salah satu unit usaha milik daerah, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kota di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislatif daerah.

PDAM memiliki fungsi utama untuk menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan terjangkau kepada masyarakat. Fungsi PDAM secara lebih terperinci adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan air minum:

PDAM bertugas untuk menyediakan air minum yang memenuhi standar kualitas air minum yang ditetapkan oleh pemerintah.

2. Membangun dan memelihara infrastruktur

PDAM membangun dan memelihara jaringan pipa air, instalasi pengolahan air, dan sarana prasarana lainnya yang diperlukan untuk mendistribusikan air minum kepada pelanggan.

3. Melakukan pelayanan kepada pelanggan

PDAM memberikan pelayanan kepada pelanggan, seperti pemasangan sambungan baru, penagihan air dan penyelesaian keluhan pelanggan.

4. Meningkatkan kesadaran masyarakat

PDAM melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya hemat air dan menjaga kelestarian sumber daya air.

Adapun tugas dan tanggung jawab PDAM dalam menyediakan air bersih yang aman dan sehat bagi masyarakat yaitu :

1. Tugas Pokok PDAM

- a. Menyelenggarakan penyediaan air minum atau air bersih kepada pelanggan: Ini merupakan tugas utama PDAM, yaitu menyediakan air bersih yang memenuhi standar kualitas dan kuantitas yang telah ditetapkan kepada pelanggan di wilayah kerjanya.
- b. Melakukan pengelolaan air minum atau air bersih: PDAM bertanggung jawab untuk mengelola seluruh proses penyediaan air bersih, mulai dari pengambilan air baku, pengolahan air, distribusi air, hingga pemeliharaan infrastruktur.
- c. Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat: Salah satu tujuan utama PDAM adalah untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dengan menyediakan air bersih yang aman dan sehat untuk dikonsumsi.

2. Tanggung Jawab PDAM

- a. Memastikan kualitas air yang dihasilkan memenuhi standar: PDAM harus memastikan bahwa air yang dihasilkan melalui proses pengolahan yang memadai dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pemerintah, seperti Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2014 tentang Higiene Sanitasi Air Minum.
- b. Menjamin kuantitas air yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan: PDAM harus memastikan bahwa air yang dihasilkan tersedia dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di wilayah kerjanya.
- c. Memelihara dan meningkatkan infrastruktur: PDAM harus memelihara dan meningkatkan infrastruktur yang digunakan untuk penyediaan air bersih, seperti sumber air baku, instalasi pengolahan air, jaringan pipa distribusi, dan lain sebagainya.
- d. Memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan: PDAM harus memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan, seperti kemudahan akses air, penyelesaian keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat, dan pemberian informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan.
- e. Menjaga kelestarian lingkungan: PDAM harus menjaga kelestarian lingkungan dalam proses penyediaan air bersih, seperti dengan menggunakan teknologi pengolahan air yang ramah lingkungan dan melakukan upaya pencegahan pencemaran sumber air baku.

PDAM memegang peran penting dalam kehidupan masyarakat, yaitu sebagai penyedia kebutuhan dasar manusia akan air minum yang bersih dan sehat. Dengan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik, PDAM dapat membantu meningkatkan kesehatan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada hubungan antara kualitas pelayanan PDAM dan kepuasan pelanggan. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *servqual*. Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima.

Teori ini akan digunakan sebagai landasan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Metode *servqual* memiliki lima dimensi kualitas jasa yaitu : keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik akan dianalisis untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. *Reliability* (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.

3. *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
4. *Empathy* (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
5. *Tangibles* (bukti fisik), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Keandalan dalam pelayanan PDAM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Balangan

H2: Ketanggapan dalam pelayanan PDAM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Balangan.

H3: Jaminan dalam pelayanan PDAM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Balangan.

H4: Empati dalam pelayanan PDAM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Balangan.

H5: Bukti fisik dalam pelayanan PDAM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Balangan.