



KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN BUMD PDAM TRITANADI KEPADA KONSUMEN CABANG MEDAN AMPLAS

Irwansyah Putra Marpaung

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

mrphaoenk16@gmail.com

***Abstract.** In carrying out public services for the community's need for drinking water, BUMD carries out activities to manage water resources in the area concerned. The activities of managing water resources carried out by BUMD are in accordance with the provisions of Article 33 Paragraph (3) of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia (1945 Constitution) which states that land and water and the natural wealth contained therein are controlled by the state and used to the maximum extent possible people's prosperity*

***Keywords:** Service, Regional owned enterprises, Customer, Tirtanadi*

Abstrak. Dalam melaksanakan pelayanan publik terhadap kebutuhan masyarakat akan air minum, BUMD melakukan kegiatan pengelolaan sumber daya air di wilayah yang bersangkutan. Kegiatan pengelolaan sumber daya air yang dilakukan oleh BUMD sesuai dengan ketentuan Pasal 33 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) yang menyatakan bahwa bumi dan air serta kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat

Kata Kunci: Pelayanan, Badan usaha milik negara, Pelanggan, Tirtanadi

Pendahuluan

Perkembangan wilayah pada suatu daerah akan menyebabkan kebutuhan air bersih terus meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk. Pemenuhan kebutuhan pangan dan aktivitas penduduk selalu erat kaitannya dengan kebutuhan akan air bersih. Tuntutan tersebut tidak dapat dihindari, tetapi haruslah diprediksi dan direncanakan pemanfaatan sebaik mungkin. Tidak semua masyarakat mempunyai sumber air yang memenuhi syarat kesehatan. Seiring dengan bertambahnya penduduk, kebutuhan air bertambah, ini berarti bertambah pula masyarakat yang membutuhkan air bersih untuk keperluan sehari-hari.

Kegiatan pengelolaan sumber daya air yang dilakukan BUMD bertujuan untuk menjamin hak rakyat atas air bersih terutama air minum dan akses terhadap air minum yang merupakan pelaksanaan dari Pasal 28A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk hidup serta berhak untuk mempertahankan hidup dan kehidupannya. Pemenuhan akan kebutuhan air bersih dilakukan melalui sistem penyediaan air minum (SPAM)¹

Layanan PDAM termasuk dalam dimensi ini adalah kecepatan dan ketepatan waktu proses pelayanan serta penanganan berbagai keluhan pelanggan. Assurance, yang berfokus pada kemampuan pelayanan atas hal-hal yang terkait dengan keamanan yang diberikan. Layanan PDAM yang termasuk dalam dimensi ini ditunjukkan dengan sistem pencatatan meter pelanggan yang akurat dengan menggunakan sistem berkode. Tangible, terfokus pada penampilan barang atau jasa yang merupakan produk pelayanan. Hal ini mencakup fasilitas dan perlengkapan dalam pemberian pelayanan, penampilan pegawai saat memberikan pelayanan dan sarana komunikasi yang digunakan pada saat memberikan pelayanan. Empathy, kemampuan memberi pelayanan untuk memahami kondisi pengguna pelayanan dengan menciptakan komunikasi yang baik dengan membangun hubungan saling percaya, saling menghargai dan perhatian kepada pengguna pelayanan. Responsiveness, merupakan tanggapan pemberi pelayanan atas apapun yang dibutuhkan oleh pengguna pelayanan. Layanan PDAM yang termasuk dalam dimensi ini adalah sikap kurang cepat tanggapnya petugas dalam melayani berbagai keluhan pelanggan.

¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 121 Tahun 2015 tentang Pengusahaan Sumber Daya Air, Pasal 5.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, hal-hal yang harus dipikirkan oleh manajemen di antaranya adalah kepercayaan pelanggan, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mampu memuaskan para pengguna jasa agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan mendapat simpati dari masyarakat, kepercayaan mitra kerja agar tetap menjalin hubungan jangka panjang dan kualitas produk yang baik agar pelanggan loyal terhadap perusahaan.²

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan publik, ternyata erat kaitannya dengan masalah-masalah moral dan etika birokrasi (moral and ethical of bureaucracy). Kumorotomo (1994 : 24) menyebutkan bahwa, “*Para birokrat sangat memerlukan kepekaan etika, agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat.* Dengan demikian, jelaslah, bahwa pelaksanaan tugas pelayanan publik, hanya akan berjalan dengan baik, apabila didukung oleh moral dan etika, serta sikap dan tindakan aparatur yang professional, dalam pelaksanaan tugas”. Hal ini, pada gilirannya, akan dapat meningkatkan efektivitas pelayanan publik, yang dilakukan oleh aparatur pemerintah. Semangat kerja birokrasi pemerintah yang berorientasi pada pelayanan publik, perlu menjadi pedoman. Untuk menciptakan kondisi demikian, diperlukan upaya pemerintah. Bahkan semenjak pemerintah orde baru, upaya perbaikan birokrasi itu, telah banyak dilakukan.

Kualitas pelayanan (service quality) telah menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik (Customer satisfaction).

Pada saat lingkungan bisnis bergerak ke suatu arah persaingan yang semakin ketat dan kompleks, dimana titik tolak strategi bersaing selalu diarahkan kepada asumsi, bahwa kondisi pasar sudah bergeser dari “sellers market” ke “buyer market”, maka sebagai kata kuncinya menurut Husaini (1998:3) adalah memenangkan persaingan pasar melalui orientasi strategi pada manajemen pelayanan prima (excellent service management). Berkaitan

² Fahmi, Ihsan. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan*. Diss. 2017.

dengan hal ini, telah muncul konsep “reinventing government”. Konsep reinventing government yang diprakarsai oleh David Osborne dan Ted Gaebler pada intinya diorientasikan pada penciptaan suatu nilai (improved quality) sehingga para pengguna jasa publik, dapat terpusatkan misalnya dari segi kualitas, harga yang kompetitif maupun penyediaannya yang cepat.

Parasuraman dan Leonardo L. Berry (dalam Moenir, 1998:98), mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi umum yang dapat digunakan untuk menilai mutu pelayanan dalam industri jasa, yaitu :

1. **Reliability**: kemampuan untuk dapat memberikan jasa yang dijanjikan dan akurat. Pelayanan yang disajikan adalah sesuai dengan harapan konsumen yang berarti bahwa jasa meliputi ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan, dan tanpa kesalahan.

2. **Responsiveness**: adalah kebijakan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan tersebut. Pada kejadian dalam memberikan pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera menanggulangi kejadian tersebut secara profesional, dapat memberikan persepsi yang positif atas kualitas pelayanan.

3. **Assurance**: adalah kecakapan instansi/karyawan dalam menjamin kerahasiaan para konsumen.

4. **Empathy (empati)**: Empati berarti memberi perhatian, yang berupa perhatian individual kepada konsumen. Empati meliputi : pendekatan kepada konsumen, rasa aman, dan kemampuan untuk memahami keinginan konsumen.

5. **Tangibles**: adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi. Keadaan fisik disekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh si pemberi jasa³

³ Rinaldi, Rudi. "Analisis kualitas pelayanan publik." *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)* 2.1 (2012): 22-34.

Konsumen

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb), penerima pesan iklan, dan pemakai jasa (pelanggan dsb). Beberapa pakar juga mencoba mendefinisikan arti dari konsumen, seperti :

- a. Menurut Janus Sidabalok, “konsumen adalah semua orang yang membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara atau merawat harta bendanya”.⁴
- b. Menurut Dr. Munir Fuady, “konsumen adalah pengguna akhir (end user) dari suatu produk, yaitu setiap pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵
- c. Menurut Hornby, konsumen (consumer) adalah: “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa, seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”.⁶

Faktor-faktor kualitas pelayanan

Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2011, hal. 178), jasa bisa merupakan produk utama, bisa pula komplementer unik bagi penawaran produk fisik. Mengidentifikasi delapan kategori unsure layanan pelengkap pada setiap penawaran produk yang disebutnya “the flower of services” :

1. Informasi, misalnya jalan atau arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap.
2. Konsultasi, seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi dan konsultasi manajemen.
3. Order taking, meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, order entry dan reservasi (tempat duduk, meja, ruang, dll)

⁴ Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Cetakan ke-1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,2006. hlm. 17.

⁵ Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,2008. hlm. 227.

⁶ Anonim, Hukum Perlindungan Konsumen, Diakses Dari <http://hukbis.files.wordpress.com/2008/02/hukumbisnis-akuntansi-3-5-edit-2007.ppt>.diakses pada tanggal 11Februari 2021 Pukul 21:17 WIB

4. Hospitality, diantaranya sambutan, food and beverages, toilet dan kamar kecil, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.
5. Caretaking, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa.
6. Exception, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/saran/pujian, menyelesaikan masalah dan garansi atas kegagalan produk.
7. Billing, meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual dan lain-lain.
8. Pembayaran, pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening pelanggan

PEMBAHASAN

Variabel X1 terhadap Y Korelasi Sederhana Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi. Yaitu dapat dilihat bahwa koefisien korelasi yang diperoleh dari kualitas pelayanan adalah sebesar 0.199 dan Ini menunjukkan bahwa korelasi X1 terhadap Y adalah sebesar 0.199. Dapat dilihat juga dari perhitungan SPSS tentang reabilitas X1 yaitu kualitas pelayanan adalah 0,828 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,6 maka kualitas pelayanan dinyatakan reliable. Hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan harus semakin ditingkatkan guna untuk mempertahankan kepuasan pelanggan Karena apabila kualitas pelayanan pada PDAM Cabang Medan Amplas ditingkatkan maka tingkat Kepuasan Pelanggan Pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan juga akan Semakin Meningkat. Jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 100 % maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah 17,0 %.

Tabel 1
Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t.	Sig.
	B	Std. error	Beta		
1 (Constant)	29.634	3.130		9.466	.000
Kualitas Pelayanan	.166	.083	.199	2.007	.048

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan adanya yang signifikan antara X1 dengan Y.

Variabel X2 Terhadap Y

Adanya pengaruh kualitas air terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi. Yaitu dapat dilihat bahwa koefisien korelasi yang diperoleh dari kualitas air adalah sebesar 0,226. Ini menunjukkan bahwa korelasi X2 terhadap Y sebesar 0,226. Dan dalam perhitungan SPSS reabilitas variabel X2 atau kualitas produk/air dihasilkan nilai reabilitas yaitu 0,659 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,6 maka variabel X2 dinyatakan reliable . Dan begitu pula dengan kualitas produk/air pada PDAM Cabang Medan Amplas apabila tingkat kualitas air/produk semakin baik maka tingkat Kepuasan Pelanggan pada PDAM Medan Amplas juga akan semakin meningkat. Jika variabel kualitas produk/air ditingkatkan 100 % maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah 34,5 %.

Tabel 2
Hipotesis Secara parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t.	Sig.
	B	Std. error	Beta		
1 (Constant)	29.634	3.421		8.205	.000
Kualitas Produk	.339	.148	.226	2.292	.024

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel di atas dapat bahwa signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel X2 dengan Y.

Uji Analisis Regresi Berganda X1, X2 dan Y

Adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji SPSS dihasilkan nilai reabilitas untuk variabel Y atau kepuasan pelanggan mendapatkan nilai 0,304 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan reliable .

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikan 0.009 (Sig. 0.009 > α 0.05), dengan demikian H0 diterima. Kesimpulannya : Adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Air terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3
Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. error	Beta
1 (Constant)	21.562	4.574	
Kualitas Layanan	.170	.081	.203
Kualitas Air	.345	.145	.230

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 diatas akan didapat persamaan regresi berganda model regresi sebagai berikut: $Y = 21,562 + 0.170X_1 + 0,345X_2 + e$ Berdasarkan persamaan regresi tersebut analisis tersebut di analisis kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) 21,562 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan kualitas air adalah nol (0) maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 20,804.
- 2) 0,170 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 100% maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah 17,0%
- 3) 0,345 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas air ditingkatkan 100% maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah 34,5%.

PENUTUP

1. Berdasarkan pengujian hipotesis ke 2 menunjukkan adanya pengaruh kualitas air terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan $0,000 > \alpha 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas air menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan
2. Berdasarkan pengujian hipotesis ke 1 menunjukkan adanya pengaruh yang di signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan $0,000 > \alpha 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan para pelanggan. 65
3. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) nilai signifikan $0,029$ (sig. $0,029 > \alpha 0,05$). Dengan demikian menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan

Daftar Pustaka

- Anonim, Hukum Perlindungan Konsumen, Diakses Dari <http://hukbis.files.wordpress.com/2008/02/hukumbisnis-akuntansi-3-5-edit-2007.ppt>.diakses pada tanggal 13 Juli 2023 Pukul 21:17 WIB
- Fahmi, Ihsan. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan*. Diss. 2017.
- Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Cetakan ke-1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.2006
- Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.2008.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 121 Tahun 2015 tentang Pengusahaan Sumber Daya Air, Pasal 5.
- Rinaldi, Rudi. "Analisis kualitas pelayanan publik." *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)* 2.1 2012.