

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan

Jenis Usaha : Pelayanan Jasa Penyediaan Air Bersih
Nama Perusahaan : Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon
Lokasi : Jl. Tuparev No.25
Telp/Fax : (0231) 202594/207508

1.1.2 Visi dan Misi PDAM Kota Cirebon

Visi PDAM Kota Cirebon yakni “Terpenuhinya Kebutuhan Air Bersih dan Pelayanan Air Limbah Bagi Masyarakat Kota Cirebon dan Sekitarnya Secara Optimal Melalui Pengelolaan Perusahaan Secara Professional dan Akuntabel”.

PDAM mewujudkan visi yang telah ditetapkan dan mendorong Efektivitas serta Efisiensi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki serta memanfaatkan peluang secara maksimal, maka Misi PDAM Kota Cirebon didalamnya secara substansial mengandung sasaran, yaitu:

1. Menetapkan alternatif-alternatif rencana tindak penambahan Sumber Air Baku yang lebih pasti.
2. Pemanfaatan sumber daya/dana Internal dan Eksternal untuk memastikan penambahan produksi air secara bertahap.
3. Pemberdayaan Sumber daya/dana untuk menekan tingkat kebocoran air melalui mekanisme yang tepat.
4. Memformulasikan *Business Plan* air limbah yang dapat menjamin prinsip keseimbangan biaya dan pendapatan.
5. Memformulasikan kebijakan pemberdayaan SDM menuju Kompetensi dan Integritas.

6. Memastikan terpenuhinya pranata perusahaan untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara efisien dan efektif serta didasarkan praktik bisnis yang sehat dan beretika.
7. Memformulasikan hubungan dengan Pemilik, Pelanggan dan Stakeholder lainnya secara cermat dan tepat.
8. Sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Cirebon.

1.1.3 Perkembangan PDAM Kota Cirebon

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon didirikan sejak jaman penjajahan Hindia Belanda dan sampai saat ini perusahaan telah banyak mengalami perubahan mulai dari produksi sampai kepada jumlah pelanggan yang dilayani dan daerah cakupan pelayanannya. Pada tahun 1930 Pemerintah Belanda mulai membangun fasilitas penyediaan dan pengelolaan air bersih untuk masyarakat Kota Cirebon dari sumber air yang berada di desa Cipaniis + 22 km dari Kota Cirebon dengan kapasitas sebesar 30 liter/detik.

Pemda Kota Cirebon dalam memelihara kelangsungan pengelolaan penyediaan air bersih menetapkan Perda Kota Praja Cirebon tentang perusahaan saluran air tunggal pada tanggal 26 Februari 1958, mengingat kapasitas penyediaan air bersih masih kurang, maka Pemda dengan bantuan Bapindo berhasil meningkatkan debit air dari 30 liter/detik menjadi 100 liter/detik.

Pada tahun 1968 dirintis usaha melalui DPT Dirjen Cipta Karya Departemen PUTL, dengan mulainya pra survei dalam rangka pinjaman kredit dari Bank Dunia untuk keperluan rencana pengembangan PDAM Kota Cirebon yang dilaksanakan oleh ICIS Consultant. Dari hasil pra survei tersebut, Kota Cirebon mendapat bantuan dari bank Dunia untuk pembuatan master plan air minum, sebagai pelaksana telah ditunjuk Nihon Suido Consultant dari Jepang. Pada tahun 1977 di mulai pelaksanaan program segera yaitu merehabilitasi menara air Gunung Sari dan Parujakan serta penggantian pipa tua dan pemanfaatan Over Flow. Pelaksanaan program utama meliputi pembangunan

Collector well Cipaniis dan pemasangan pipa transmisi dari Desa Cipaniis sampai ke Kalitanjung.

Proyek program pelaksanaan penyediaan dan pengelolaan air minum telah selesai dilaksanakan dan diresmikan oleh Prof. Dr. Moechtar Kusumaatmadja, SH pada tanggal 29 maret 1982 dari proyek tersebut debit air dapat ditingkatkan dari 110 liter/detik menjadi 860 liter/detik. Pada tahun 1984 Pemerintah Swiss menyetujui Master Plan dan menugaskan Alpin Consultant untuk menyusun perencanaannya. Pemda beserta DPRD menetapkan Perda No.1 tahun 1986 tanggal 8 Februari 1986 mengenai retribusi air kotor. Dalam usaha untuk menyempurnakan administrasi kepegawaian sesuai dengan Perda No.4 tahun 1988 tanggal 31 Maret 1988 telah ditetapkan ketentuan badan pengawas, direksi dan kepegawaian PDAM Kota Cirebon.

Mulai pada tahun 2012 sampai dengan saat ini perkembangannya menghasilkan:

1. Tingkat kebocoran dapat ditekan dari 52 % tahun 2012 menjadi 21,93 % tahun 2015.
2. Penduduk yang terlayani meningkat dari 25 % menjadi 95 %
3. Daerah pelayanan meningkat dari 30 % menjadi 88 %
4. PDAM telah berhasil meningkatkan jumlah pelanggan dari 7800 pada tahun 2013 menjadi 41.637 pelanggan pada Triwulan II / 2015.
5. Tingkat kebocoran air dapat ditekan dari 50 % pada tahun 2012 menjadi 20,39 % sampai dengan Triwulan II / 2015.
6. Pengaduan pelanggan tercatat sebanyak \pm 50 pelanggan per bulan atau rata-rata \pm 2 pelanggan per hari.

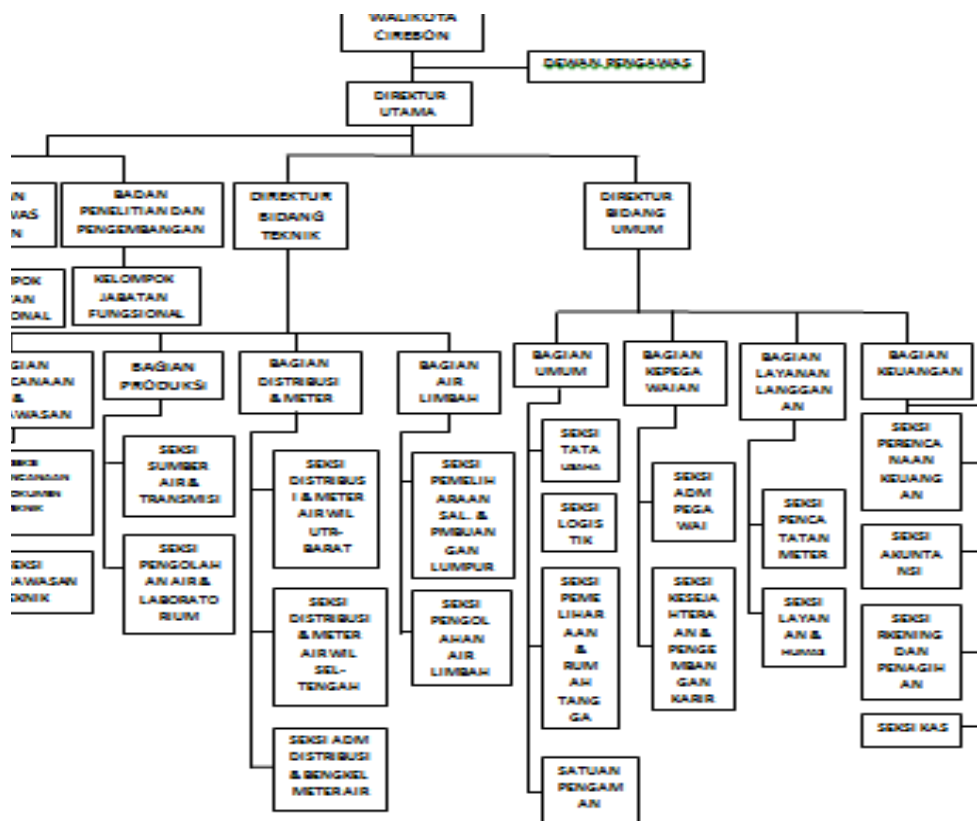
1.1.4 Logo PDAM Kota Cirebon



Sumber : www.pdam.com

Gambar 1.1
Logo Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon

1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : www.pdam.com

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon

1.2 Latar Belakang Penelitian

PDAM Cirebon adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Salah satu tujuan dibentuknya PDAM adalah mencukupi

kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih, sedangkan tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan bagi daerah. PDAM Cirebon sebagai salah satu BUMD diharapkan mampu memberikan pemasaran yang memadai. Hanya perusahaan yang memiliki keunggulan pada tingkat global yang mampu memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu menghasilkan produk yang bermutu serta *cost effective* (Mulyadi: 2001)

Perusahaan dihadapkan pada penentuan strategi pemasaran akan dijadikan sebagai landasan dan kerangka untuk mewujudkan sasaran-sasaran kerja yang ditentukan oleh manajemen. Oleh karena itu dibutuhkan suatu alat untuk menentukan strategi pemasaran sehingga dapat diketahui sejauh mana strategi dan yang telah ditentukan dapat tercapai. Penilaian target pemasaran memegang peranan penting dalam dunia usaha dikarenakan dengan dilakukannya penilaian strategi pemasaran dapat diketahui efektivitas dan penetapan suatu strategi serta penerapannya dalam kurun waktu tertentu. Strategi pemasaran dapat mendekati kelemahan dan kekurangan yang masih terdapat dalam perusahaan untuk selanjutnya dilakukan perbaikan dimasa mendatang. Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan (Assauria, 2012:11).

Berdasarkan hasil observasi awal dengan Kepala kasubag Pengaduan PDAM Cirebon, beliau menjelaskan bahwa pada awal tahun 2016 PDAM pernah melakukan survey untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan cara penyebaran angket yang telah dilakukan di 5 (lima) kecamatan secara serentak.

Tabel 1.1

Penyebaran dan Pengembalian Angket kepada Konsumen PDAM

No	Kecamatan	Penyebaran ke Responden	Pengembalian dari Responden	Persentase
1	Kejaksan	100	100	100.00%
2	Kesambi	100	75	75.00%
3	Pekalipan	100	100	100.00%
4	Lemahwungkuk	100	79	79.00%
5	Harjamukti	100	99	99.00%
Jumlah		500	453	90.06%

Sumber: PDAM Cirebon

Tabel 1.2

Tingkat Kepuasan Konsumen PDAM di Lima Kecamatan Kota Cirebon

No	Kecamatan	Nilai Tingkat Kepuasan	Kriteria Kepuasan Pelanggan
1	Kejaksan	2,44	Sedang
2	Kesambi	2,93	Sedang
3	Pekalipan	2,84	Sedang
4	Lemahwungkuk	2,90	Sedang
5	Harjamukti	3,20	Tinggi
Kota Cirebon		2,98	Sedang

Sumber: PDAM Cirebon

Masalah yang terjadi adalah masih adanya keluhan-keluhan dari konsumen tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PDAM kota Cirebon, antara lain :

1. Sering terjadi air tidak mengalir ke konsumen terutama pada musim kemarau, masyarakat beranggapan bahwa PDAM tidak mempersiapkan kemungkinan terjadinya kelangkaan air bagi masyarakat atau konsumen.
2. Solusi atas kelangkaan air yang dibutuhkan masyarakat, adalah dengan cara membeli jasa penjualan air dengan menggunakan air galon yang sumbernya seringkali tidak jelas.
3. Adanya batas waktu yang ditentukan untuk penggunaan air terhadap masyarakat atau konsumen ini menjadi suatu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM.

4. Jumlah tagihan pembayaran rekening air yang harus dibayar tidak sesuai dengan volume atau kuantitas penggunaan yang tercantum/tertera di meteran pencatat.

Masalah–masalah tersebut diatas menuntut PDAM lebih bekerja keras untuk meningkatkan pelayanan konsumen.

Menurut Oliver (1992) sebagaimana dikutip Tjiptono & Chandra (2011: 294) kepuasan adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan emosi konsumsi lainnya, sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen.

Secara tegas, para peneliti jasa yang terdiri dari A. Parasuraman, Valeria A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry serta J. Joseph Cronin, Jr dan Stefen A. Taylor menyatakan kepuasan *customer* ditentukan oleh kualitas pelayanan dan tidak berlaku sebaliknya. Kualitas pelayanan jasa sendiri ditentukan oleh 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu, Penampilan Fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Tanggapan (*responsiveness*), Kepastian (*assurance*), dan Empati (*empathy*). Selanjutnya, mereka sepakat bahwa kepuasan customer memiliki efek signifikan atas tujuan penjualan (*purchase intentions*) Zeithaml, Bitner & Gremler (2009: 111), diterjemahkan oleh Parasuraman.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian atas kualitas pelayanan suatu perusahaan terhadap kepuasan konsumen, dengan topik penelitian berjudul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM Kota Cirebon”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM kota Cirebon?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada PDAM kota Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM kota Cirebon?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada PDAM kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM kota Cirebon.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan akan melengkapi bahan penelitian selanjutnya sehingga berguna untuk pengembangan ilmu.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kesesuaian antara teori dan implementasi yang terjadi di kehidupan nyata. Serta, sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.
2. Kegunaan Praktisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan di masa mendatang.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak PDAM kota Cirebon dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan sehingga berpengaruh untuk perusahaan menjadi lebih baik lagi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Disusun dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKAN DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topic dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menceritakan tentang hasil dan pembahasan penelitian secara sistematis kemudian di analisis dengan metode analisis data yang ditetapkan, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis serta saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.