

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Air merupakan kebutuhan pokok manusia. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk kebutuhan air bersih juga ikut meningkat. Salah satu kecamatan yang memerlukan air bersih terutama pada musim kemarau adalah kecamatan ranuyoso yang memiliki banyak desa – desa yang sangat kekurangan air. Mengingat Air merupakan kebutuhan pokok bagi setiap makhluk hidup di dunia ini, tanpa air manusia dan hewan akan mengalami kepunahan. Pengelolaan air bersih harus diatur sedemikian rupa sehingga dapat dimanfaatkan secara baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Di Indonesia sendiri banyak terdapat lembaga yang menyediakan Jasa air bersih terutama Tirtoyoso Lumajang yang dikelola pemerintah maupun lembaga air bersih yang di kelola oleh masyarakat, seperti Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang. Jasa air bersih Tirtoyoso Lumajang adalah salah satu jasa air bersih yang bergerak dibidang jasa akan kebutuhan air Bersih bagi masyarakat yang ada di Lumajang. Lembaga ini mengemban tugas sebagai Lembaga air bersih bagi masyarakat Lumajang khususnya di daerah Ranuyoso, daerah yang diharapkan mampu memberikan tambahan pendapatan anggaran daerah. Selain meningkatkan sisi kualitasnya, dari sisi pelayanan Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang juga harus mampu maksimal. Untuk itu, pihak Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang dituntut agar dapat menjaga kepercayaan pelanggan dengan memperhatikan

secara cermat kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan harapan atas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Lumajang tentang data kebutuhan air Bersih dijelaskan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1.

Data Kebutuhan Air Bersih Di Kota Lumajang

Jumlah Penduduk	Penduduk Dengan Akses Berkelanjutan Terhadap Air Minum Layak	
	Jumlah	Presentase (%)
1,033,698	462,903	44.781

Sumber: Laporan tribulan PL Kab.Lumajang 2016

Dari tabel 1.1 Menyatakan bahwa Air bersih meliputi air dalam kemasan Depot Air Minum (DAM) dan dari akses air bersih di masyarakat. Akses air di masyarakat menjadi bagian dari monitoring dan pembinaan di rumah sehat (inspeksi sanitasi rumah) dari jumlah Depot Air Minum (DAM). Persentase penduduk dengan akses terhadap air bersih yang layak berarti jumlah penduduk yang memiliki akses terhadap air bersih di bandingkan jumlah penduduk yang ada pada kurun waktu yang sama. Hasil pencatatan laporan sanitasi tedapat 462.903 penduduk dengan akses berkelanjutan terhadap air minum layak atau sebesar 44,781% dari jumlah penduduk kabupaten.

Melihat data kebutuhan air bersih Kota Lumajang maka dari itu dalam mempertahankan kebutuhan air Bersih dalam kehidupan sehari-hari dibangunlah perusahaan air Bersih yaitu Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang. Dalam rangka membangun suatu perusahaan yang bertujuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang memadai kepada pelanggan supaya pelanggan tetap loyal

berlangganan. Sekitar 165 pelanggan yang menggunakan jasa air bersih Tirtoyoso Lumajang. Hal ini dapat dilihat melalui Kualitas pelayanan yang ada pada Jasa air bersih tirtoyoso lumajang.

Kualitas menurut ISO 9000 adalah “*degree to which a of inherent characteristic fulfils requirements* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inheren* dalam memenuhi persyaratan)” atau tujuan untuk mencapai derajat yang berpaduan antara sifat dan karakteristik dalam memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lupiyoadi,2013:230). Pelayanan merupakan suatu tindakan yang tidak Nampak namun dengan adanya interaksi dengan pelanggan maka pelayanan permasalahan dapat dipecahkan (Priansa,2017:53), terdapat devinisi lain tentang dimensi kualitas pelayanan yaitu antara lain, *Tangible, Realibility, Responsivines, Assurance, Empathy*

Wujud (*Tangible*) merupakan bukti fisik atau wujud yang terdapat pada perusahaan, wujud adalah hal terpenting dalam perusahaan karena ketika barang atau alat-alat yang digunakan tidak Nampak terhadap pelanggan maka akan menjadi pertanyaan tersendiri, dalam mengaplikasikan peralatan maka peralatan yang harus digunakan harus peralatan yang modern, agar semua pengapliasiannya mudah dan tidak membahayakan pelanggan, wujud juga tidak berupa peralatan tetapi juga berupa materi karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional. (Lupiyoadi 2013:216). *Tangible* mempunyai empat indikator yaitu alat yang modern, fasilitas yang berdaya tarik, karyawan yang rapi bersih dan professional, materi yang berkaitan dengan jasa atau kualitas pelayanan (Tjipto dan Chandra, 2016:162). Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sukama (2020) dan

Putra (2016). Mengatakan bahwa *Tangible* memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini karena Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel tangibles, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan masyarakat. Sedangkan pada penelitian lainnya yaitu imansyah (2019) yang menyatakan bahwasanya *Tangible* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini karena hasil bahwa variabel keandalan (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel daya tanggap (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel jaminan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel empati (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel bukti fisik (X5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwasanya *Tangible* masih dapat di teliti kembali untu dijadikan penelitian.

Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dan dapat dipercaya, juga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan seperti ketepatan waktu pelayanan yang sesuai, serta simpati dan akurasi yang tinggi. (Lupiyoadi, 2013:216). Adapun indikator *Realibility* yaitu, jasa yang telah dijanjikan bisa diandalkan apabila terjadi masalah. penyampain jasa yang benar mencatat dokumen tanpa ada kesalahan (Tjiptono dan Chandra. 2016:162). Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Wicaksono (2017) dan Wahyudi (2016) menyimpulkan bahwa

antara variabel Keandalan (*Reliability*) dengan variabel kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan. Hal ini karena Hasil pengujian hipotesis membuktikan semua variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Besar pengaruh dari setiap variabel bebas secara berurutan yaitu, variabel kehandalan sebesar 0,919, variabel empati sebesar 0,913, variabel daya tanggap sebesar 0,811, variabel jaminan sebesar 0,805 dan variabel bukti fisik sebesar 0,789. Selain itu juga variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan besarnya pengaruh adalah 0,956. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Sigit P (2014) menyatakan bahwasanya tidak ada keterkaitan antara variabel Keandalan dengan variabel Kepuasan pelanggan. Hal ini karena Variabel Keandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menandakan bahwasanya variabel Keandalan masih layak untuk di teliti kembali.

Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kebijakan dalam merespon permasalahan yang terjadi pada pelanggan tanpa adanya keterlambatan waktu dalam menangani permasalahan tersebut (*responsive*) apabila terjadi keterlambatan dan tidak ada respon dari perusahaan maka akan mengakibatkan kekecewaan terhadap pelanggan dan akan dinilai negatif oleh pelanggan (Lupiyoadi 2013:217). Indikator ketanggapan yaitu informasi kepada pelanggan tentang kepastian waktu, pelayanan yang cepat untuk pelanggan, bersedia untuk membantu pelanggan, siap untuk merespon kebutuhan pelanggan apabila terjadi permasalahan (Tjiptono dan

Chandra, 2016:162). Berdasarkan penelitian terdahulu yang di teliti oleh Fitria (2019) dan Mustofa (2018) Memnyimpulkan bahwasanya variabel ketanggapan memiliki hubungan dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini karena Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance*, dan *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian terdahulu oleh Yulianti (2016) menghasilkan bahwa variabel ketanggapan tidak memiliki keteerkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini karena hasil Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menandakan bahwa variabel ketanggapan masih dapat di teliti kembali.

Jaminan (*Asuranssce*), adalah bagaimana cara agar pelanggan dapat percaya diri yaitu dengan memberikan jaminan atau asuransi terhadap apa yang dijanjikan oleh perusahaan tidak hanya itu pelanggan juga harus diberikan fasilitas yang dapat menjaga dirinya dari bahaya dengan pengawalan keamanan, terbebas dari ancaman dari luar apabila hendak melakukan transaksi pada saat pembayaran, karyawan yang bersikap ramah dan sopan terhadap pelanggan, karyawan yang mampu menjawab pertanyaan para pelanggan (Lupiyoadi, 2013:217). Adapun indikator jaminan atau *assurance* yaitu, karyawan yang dapat membuat pelanggan dapat percya diri, emberikan jaminan keamanan kepada pelanggan pada saat melakukan transaksi . Karyawan yang berperilaku sopan serta dapat menjawab semua pertanyaan dari pelanggan (Tjipto dan Chandra, 2016:162). Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti Gasela (2018) dan Andayani (1017) menyatakan

bahwasanya variabel jaminan memiliki keterkaitan dengan variabel Kepuasan pelanggan. Hal ini karena hasil berdasarkan pengujian terdapat pengaruh positif Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan. Selain itu ada peneliti yang dilakukan oleh Istiyanto (2019) menyatakan bahwa variabel jaminan memiliki hubungan positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini karena hasil keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. jaminan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini dapat membuktikan bahwasanya penelitian ini masih layak untuk diteliti kembali.

Perhatian (*Empaty*), empati merupakan tindakan yang tulus yaitu tidak membedakan satu sama lain, memberikan pelayanan dengan sepenuh hati tanpa mengeluh terhadap pelanggan yang mengharapkan pelayanan terhadap karyawan, selalu memberikan perhatian terhadap pelanggan dan tidak melalaikan tanggung jawabnya dalam melayani pelanggan, melayani dengan sepenuh hati dengan sungguh-sungguh dengan tujuan mengutamakan kepentingan pelanggan (Lupiyoadi, 2013:217). Terdapat indikator perhatian (*Empaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus, mementingkan kepentingan pelanggan, melayani dengan sepenuh hati dan bersungguh – sungguh dalam kepentingan pelanggan. (Tjiptono dan Chandra, 2016:162). Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Santoso (2018) dan Prasojo (2016) Menyatakan bahwa variabel empathy memiliki hubungan dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini karena hasil Hasil

pengujian juga menunjukkan dimensi kualitas layanan yang terdiri bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan . Sedangkan menurut Zulvia (2014) variabel *emaphy* memiliki hubungan positif tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini karena *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Emphaty* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Responsivenes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Realibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Assurance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Realibility dan Assurance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini menunjukkan bahwa variabel *emathy* masih layak untuk diteliti kembali.

Penelitian ini dilakukan terhadap pelayanan yang ada pada Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang, yang memiliki visi yaitu memfasilitasi peningkatan kesehatan, cakupan air bersih, taraf hidup sosial dan ekonomi para anggotanya. Mengembangkan sikap produktif diantara para anggota agar lebih sadar dan bertanggung jawab terhadap lingkungannya, membina perkembangan usaha pemanfaatan air, memberikan pinjaman dari dana pemeliharaan sarana yang belum digunakan untuk kegiatan produktif (bernilai ekonomi). Dilihat dari misi Jasa Air bersih Tirtoyoso Lumajang yaitu mendorong kesadaran masyarakat bahwa pemeliharaan sarana air bersih dan sanitasi menjadi tanggung jawab bersama. Menanam pohon untuk penghijauan disekitar sumber air atau mata air. Mendorong masyarakat berperilaku hidup sehat antara lain dengan membangun

jamban keluarga. Menyelenggarakan kegiatan peningkatan sumber daya masyarakat baik perempuan dan laki-laki melalui penyuluhan dan pelatihan.

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu penelitian membahas tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan kepuasan pelanggan. Tempat penelitian ini berada pada jasa air bersih tirtoyoso lumajang tepatnya berada di desa ranuyoso kecamatan ranuyoso. Sedangkan untuk responden dalam penelitian ini yaitu seluruh anggota atau pelanggan di jasa air bersih tirtoyoso lumajang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian mengambil judul sebagai berikut “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang ?
- b. Apakah *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang?
- c. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang?
- d. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang?

- e. Apakah *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang?
- f. Apakah *Tangibles*, *Rliability*, *Responsiveness*, *Ansurance*, dan *Empathy* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat pokok masalah yang akan dijadikan sebagai tujuan penelitian yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang.
- e. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso Lumajang.
- f. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa air bersih tirtoyoso lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memberikan referensi sehingga dapat digunakan untuk menguji kembali terkait manajemen pemasaran khususnya tentang “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang”

b. Manfaat praktis

1) Bagi peneliti

Peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung akan menerima manfaat untuk membandingkan secara nyata antara teori yang telah didapat selama masa perkuliahan dengan fenomena yang terjadi pada suatu perusahaan. Khususnya tentang dimensi kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan Pengguna Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang.

2) Bagi perusahaan

Sebagai masukan bagi Jasa Air Bersih Tirtoyoso lumajang, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang, khususnya untuk kebijakan yang akan diambil oleh pimpinan. Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang.

3) Bagi pelanggan

Dapat mengetahui sejauh mana perusahaan memberikan pelayanan terhadap pelanggan

4) Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang dimensi kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan.

