

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Hubungan kuat dengan pelanggan adalah wujud keuntungan jangka panjang yang diperoleh perusahaan. Hubungan kuat dapat tercipta apabila perusahaan bisa menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Sebab, tanpa pelanggan tak ada pelaku yang mengonsumsi barang ataupun jasa perusahaan. Pelanggan adalah pihak yang membeli; mengonsumsi; memakai; menggunakan; menikmati; hasil produk ataupun jasa dari perusahaan. Pelanggan merupakan pihak penentu keberlangsungan hidup perusahaan.

Pelanggan dapat mengonsumsi hasil produksi secara rutin apabila terdapat kepuasan saat menggunakannya. Kepuasan ialah perasaan yang timbul setelah membandingkan antara harapan dengan hasil. Jadi kepuasan merupakan respon yang diberikan pelanggan setelah menggunakan produk ataupun jasa sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan dapat diperoleh jika kebutuhan terpenuhi. Erg Alderfer (sebagaimana dikutip dalam J. Setiadi, 2003, p.109) mengemukakan terdapat tiga kategori kebutuhan, yaitu (1) tampilan, ialah kebutuhan akan pangan, sandang, dan papan, termasuk di dalamnya pekerjaan; (2) keterikatan, merupakan kebutuhan akan interaksi sosial juga interaksi pribadi yang baik dan berguna; (3) perkembangan, ialah kebutuhan akan situasi yang produktif, efektif dan kreatif.

Kebutuhan yang pertama adalah tampilan. Dalam hal ini, air merupakan salah satu bentuk kebutuhan dasar yang diperlukan untuk minum, mandi, mencuci dan juga untuk kebutuhan industri atau perusahaan. Air berasal dari berbagai sumber (Tjuju Susana, 2003, p.22) diantaranya air hujan, air permukaan, air tanah, dan air laut. Air hujan adalah air yang berasal dari rahmat alam yang cara pemanfaatannya dengan dimasukkan dalam wadah besar (seperti tong atau bak) lalu di diamkan dan dimasak agar bisa dipakai untuk mandi bendungan. Cara Pemanfaatannya yaitu dengan menggunakan bahan kimia atau p

atau minum. Air Permukaan adalah air yang berasal dari permukaan seperti sungai, parit, maupun pembersih tertentu sehingga dapat digunakan. Air tanah ialah air yang berasal dari bumi atau di bawah permukaan yang mana memiliki kandungan mineral laut. Cara pemanfaatannya adalah dengan proses pelunakan agar menghilangkan bau dan rasa yang tidak dikehendaki. Kemudian, air laut adalah air yang berasal dari laut, yang mana pemanfaatannya dilakukan dengan proses desalinasi yaitu melarutkan 3,5% zat kimia sehingga dapat dipakai untuk kebutuhan hidup.

Sebenarnya air yang digunakan manusia untuk mencukupi kebutuhan sehari – hari bukanlah air murni, melainkan air yang telah diolah. Sebab air yang dikonsumsi, berasal dari berbagai sumber (telah dijelaskan diatas). Oleh karenanya harus ditambahkan beberapa zat kimia tertentu untuk menstabilkan oksigen, hidrogen, dan karbon monoksida agar kadarnya stabil. Kondisi air yang normal untuk dapat kita konsumsi ialah tidak berwarna, tidak berbau, dan tidak berasa.

Di Sumatera Utara, terdapat perusahaan monopoli bernama Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi yang memiliki visi “menjadi perusahaan pengelola air minum dan air limbah yang terdepan di Indonesia, sehat dan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan”. Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi merupakan perusahaan jasa sebagai penyedia, pengelola serta penyalur air bersih dan sehat untuk keperluan pelanggan. Sumber air yang digunakan perusahaan ini adalah air tanah dari Rumah Sumbu. Airnya sangat bersih dan alirannya deras sehingga sangat baik dipilih sebagai sumber air.

Sayangnya, belakangan ini banyak keluhan dari pelanggan tentang kurangnya kualitas maupun kuantitas pelayanan perusahaan ini. Keluhannya berupa aliran air yang tidak deras, air mati, air bau kaporit, meter hilang, pipa bocor, maupun tagihan air yang sangat mahal. Masalah ini sangat meresahkan pelanggan. Untuk mengatasi ketidakpuasan layanan ini, maka perlu digunakan kebutuhan kedua, yaitu keterkaitan.

Keterkaitan ialah kebutuhan kedua untuk menjaga atau memperbaiki hubungan baik dengan pelanggan. Ini dapat terealisasi apabila *Public Relations*

maupun komunikator perusahaan dapat menelaraskan kebutuhan pelanggan dengan tujuan perusahaan. Membantu melayani orang – orang dengan baik dan memperbaiki kehidupan manusia merupakan tujuan yang sangat bernilai. Oleh karenanya, Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadiperlu memaksimalkan layanan berupa interaksi pegawai agar pelanggan tetap setia, percaya, juga terus ingin (terkait) mengonsumsi air dari perusahaan.

Layanan tersebut wajib dilakukan, sebab pelanggan dengan tingkat ekonomi menengah hingga tingkat ekonomi atas menggunakan air dalam jumlah banyak. Penggunaannya dalam satu hari ialah untuk minum 2,0 liter; masak serta kebersihan dapur 14,5 liter; mandi 20,0 liter; mencuci pakaian 13,0 liter; wudhu 15,0 liter; kebersihan rumah 32,0 liter; menyiram tanaman 11,0 liter; mencuci kendaraan 22,5 liter; lain – lain 20,0 liter; sehingga total penggunaan air perhari adalah 150,0 liter (Wardhana, 1999).

Kemudian, pelanggan menggunakan air untuk kebutuhan sarana transportasi, Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), wahana pariwisata, dan juga untuk kebutuhan tubuh makhluk hidup / peliharaannya berupa pertanian maupun peternakan. Bagi tubuh manusia, air memiliki peran penting sebanyak 60%-85% yang mana jenis kebutuhannya tergantung pada usia. Semakin tua seseorang maka semakin banyak hidrasi yang menyebabkan kurangnya asupan air. Maka jelaslah bahwa perusahaan pengelola air wajib memperbaiki hubungan baik dengan pelanggan agar dapat terus terkait sebagai pihak yang saling menguntungkan atas dasar kebutuhan.

Perkembangan adalah kebutuhan ketiga untuk pemenuhan kepuasan pelanggan menurut Erg Alderfer. Perkembangan merujuk pada individu untuk merasa puas pada situasi produktif, efektif, serta kreatif. Untuk menciptakan rasa puas pelanggan, Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadidapat berupaya menciptakansituasi yang baik dengan menerima segala bentuk keluhan, kritik, maupun saran atas masalah yang dihadapi pelanggan. Kegiatan menerima ini dapat dilakukan melalui teknologi terkini yang telah digunakan oleh berbagai perusahaan swasta ataupun negeri, yaitu layanan call center.

*Call center* adalah pusat percakapan pelanggan yang terhubung khusus dengan saluran telepon untuk menjawab kebutuhan informasi. Call center merupakan wujud layanan elektronik yang ramah bagi pelanggan saat ini. Perlu diketahui bahwa call center berbeda dengan contact center. *Contact center* ialah berbagai saluran untuk keperluan komunikasi. Saluran yang dimaksud adalah telepon, email, dan obrolan langsung via layanan media sosial. Jadi jelaslah bahwa contact center adalah saluran, platform, media, ataupun perangkat komunikasi. Sedangkan call center adalah layanannya.

Call center merupakan layanan pelanggan untuk menciptakan kepuasan. Ini dapat berupa kesenangan yang diperoleh atas tercapainya harapan pelanggan atas layanan perusahaan yang dipilih. Call center dapat dikatakan berfungsi dengan baik apabila terdapat pegawai pengangkat telepon bersikap sigap juga ramah; sarana serta prasarana tersedia dengan baik; petugas bertanggungjawab melayani; memberikan jaminan kerahasiaan masalah maupun identitas pelanggan; memiliki pengetahuan serta kemampuan yang baik; berusaha memahami kebutuhan pelanggan; dan juga cepat merespon atau pengangkatan telepon pelanggan (Risdayanti Harun, 2016, p.17).

Pegawai berikap sigap juga ramah ini dapat terlihat dari wujud suara yang ramah saat mengangkat telepon, merespon setiap keluhan pelanggan dengan “berdehem” atau berkata “iya bu / iya pak”, lalu tidak menghakimi pelanggan saat terjadi kesalahpahaman informasi. Pegawai yang memiliki sikap ini dapat dikatakan memberi citra baik bagi perusahaan. Sebab, menunjukkan kesan hangat bagi pelanggan perusahaan yang sedang membutuhkan solusi atas masalahnya.

Sarana serta prasarana yang tersedia dengan baik memiliki maksud bahwa call center memiliki jaringan yang baik (tidak putus – putusnya suara lawan bicara); call center benar tersedia di waktu kerja / di waktu yang di tentukan; memiliki keefektifan setelah digunakan. Efektif disini berarti masalah atau keluhan yang diutarakan pelanggan akan segera ditindak-lanjuti. Dengan kata lain, langsung diproses.

Petugas bertanggungjawab melayani memiliki arti bahwa petugas melayani pelanggan dari awal permasalahan hingga selesai. Disini petugas wajib



membantu, menuntun, memberi pengertian untuk menunggu atas proses, kemudian menjelaskan hasil akhir atas masalah sehingga pelanggan memahami maupun menerima solusi atas kebutuhannya.

Memberikan jaminan kerahasiaan masalah maupun identitas pelanggan. Ini berarti petugas perusahaan menjaga kepercayaan pelanggan atas masalah, identitas serta kesepakatan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan. Jika rahasia ini terungkap ke publik tanpa persetujuan pelanggan, maka pastinya takkan ada lagi pelanggan yang akan menggunakan layanan dari perusahaan. Kemungkinan terburuknya ialah perusahaan bisa runtuh alias tidak beroperasi lagi.

Memiliki pengetahuan serta kemampuan yang baik. Petugas perusahaan sangat diharapkan memiliki wawasan yang luas, terbuka atas segala kemungkinan (cerdas) menghadapi pelanggan, dan memiliki kemampuan melayani dengan memahami setiap sudut pandang pelanggan lalu menyesuaikan cara berpikirnya dengan kondisi visi misi perusahaan.

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan berarti bahwa petugas perusahaan meninjau hal – hal terkait dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, PDAM Tirtanadi dapat menyadari pentingnya air bersih, air dengan aliran yang deras, air yang tidak memandang waktu untuk terus mengalir, dan juga rekening air yang tidak memiliki nominal sangat tinggi (stabil).

Cepatnya merespon atau pengangkatan telepon pelanggan memiliki arti bahwa pegawai petugas call center selalu ada saat dibutuhkan. Ini berarti call center merupakan alternatif terbaik juga tercepat untuk menerima keluhan, kritik, maupun saran dari pelanggan. Dengan kata lain, call center adalah garda terdepan sebagai *problem solver* (penyelesai masalah), fasilitator (penyedia), dan komunikator (jembatan perusahaan dengan pelanggan).

Saat ini, pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadicabang Medan Kota yang menggunakan layanan call center terbagi atas tiga golongan. Yaitu (1) Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center lalu menggunakannya untuk kebutuhan informasi; (2) Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center namun tetap saja datang langsung ke kantor

perusahaan untuk mendapatkan informasi; dan yang terakhir (3) Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center namun tidak ingin menggunakan layanan ini untuk mendapatkan kebutuhan informasi maupun menyampaikan keluhan yang sedang dihadapi.

Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center lalu menggunakannya untuk kebutuhan informasi merupakan pelanggan masa kini, atau biasa disebut pelanggan tanggap teknologi. Pelanggan ini memanfaatkan media elektronik berupa call center untuk mengirim maupun menerima informasi seputar keluhan, kritik, dan saran mengenai air.

Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center namun tetap saja datang langsung ke kantor perusahaan untuk mendapatkan informasi merupakan pelanggan yang kurang percaya akan kecanggihan teknologi. Disini pelanggan merasa belum puas untuk memahami informasi seputar keluhan, kritik, dan saran mengenai air. Sehingga ia hanya dan akan selalu percaya pada suatu informasi apabila bertemu langsung (tatap muka) dengan pihak yang bersangkutan. Pihak yang dimaksud adalah pegawai PDAM Tirtanadi.

Pelanggan yang sudah mengetahui layanan call center namun tidak ingin menggunakan layanan ini untuk mendapatkan kebutuhan informasi maupun menyampaikan keluhan yang sedang dihadapi. Ini merupakan pelanggan yang gagap teknologi sebab merasa pasrah atas masalah air yang dihadapi. Menurut pelanggan ini, ia tidak akan mendapat balasan atau hasil dari keluhan, kritik, dan saran mengenai air yang ia ungkapkan. Sehingga ia merasa lebih baik membiarkan masalahnya begitu saja.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kotadi berbagai jalan di Kecamatan Medan Kota (ruang lingkup aliran airnya terletak di pusat kota dengan batas Baratnya ialah Medan Maimun, batas Timurnya ialah Medan Denai, batas Selatannya ialah Medan Amplas, dan batas Utaranya ialah Medan Area) untuk mengetahui keluhan yang dirasakan pelanggan, pada Kamis 13 Mei 2021.

Dari berbagai pernyataan pelanggan, peneliti menemukan bahwakualitas air di Kecamatan Medan Kota cukup bersih. Namun aliran airnya sangat pelan dan

jugatagihan rekening airnya tidak merata. Sebab nominal pembayarannya ada yang tergolong kecil (murah), ada yang tergolong tinggi (terlalu mahal), dan ada juga yang tergolong normal (stabil). Dalam arti, ada rekening air yang tidak sesuai dengan layanan yang di dapatkan. Pelanggan yang tidak merasa puas akan layanan ini sudah melaporkan keluhan tersebut ke PDAM Tirtanadi Medan Kota lewat telepon maupun datang langsung ke kantor pelayanan, namun hasilnya tidak semua keluhan cepat diperbaiki masalahnya.

Namun kabar baiknya, dari hasil pra-penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa nominal pembayaran air yang tergolong tinggi mendapat keringanan biaya oleh PDAM Tirtanadi. Wujudnya ialah jaminan bahwa pembayaran yang bisa dicicil, pembayaran dapat dikurangi nominalnya atas syarat surat kemiskinan, dan juga pembayaran bisa di tinjau ulang agar terdapat satu kesepakatan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Kemudian, pernyataan pelanggan lainnya adalah tidak merasa puas akan layanan air tetapi tidak melaporkan keluhannya ke perusahaan, sebab merasa aliran air di lingkungan tempat tinggalnya memang pelan sehingga tidak perlu melapor. Padahal si pelanggan bisa saja melaporkan keluhannya lewat call center apabila ia tidak memiliki waktu untuk datang ke kantor perusahaan. Pelanggan ini sudah mengetahui layanan call center PDAM Tirtanadi Medan Kota yang dapat dihubungi melalui telepon maupun What's App, tetapi bisa dikatakan si pelanggan pasrah dan tidak ingin menuntut haknya.

Peneliti memiliki hipotesis awal atau dugaan sementara bahwa layanan call center memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kota dalam hubungan yang lemah (tidak cukup memuaskan). Sebab banyak pelanggan yang pasrah atau tidak terlalu mengharapkan layanan dari call center perusahaan.

Dengan uraian masalah pelanggan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan layanan call center terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi serta untuk mengetahui mayoritas pengguna air dari layanan call center PDAM Tirtanadi, khususnya di kantor Cabang Medan Kota, jalan Rumah Sumbu no 13-15.

## **B. Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya terbatas pada layanan call center tentang masalah yang dihadapi pelanggan berupa keluhan, kritik maupun saran yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh layanan call center terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota?
2. Siapakah yang menjadi mayoritas pengguna layanan call center Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan call center terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota.
2. Untuk mengetahui mayoritas pengguna layanan call center Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Untuk Akademik  
Sebagai karya ilmiah menambah literatur pendidikan.
2. Untuk Praktis
  - 2.1 Sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui besarnya pengaruh layanan call center terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota.
  - 2.2 Sebagai bahan bacaan untuk perusahaan lain, pelanggan, maupun pembaca dalam menambah wawasan tentang besarnya layanan yang telah dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota untuk mencapai kepuasan pelanggan.



## F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan Mely Angrumsari (2019) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Nasabah Bank” menghasilkan variabel kepuasan mempengaruhi loyalitas nasabah. Dari hasil ini ditemukan kelemahan dimana variabel kepuasan tidak mempengaruhi loyalitas. Namun, secara bersama-sama faktor kepuasan dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah. *Persamaan dari penelitian Mely Angrumsari terhadap judul peneliti ialah terdapat variabel “Pengaruh Kepuasan Pelanggan”, serta penggunaan istilah “Call Center”. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana Mely Angrumsari menggunakan objek nasabah bank Danamon Indonesia, sedangkan peneliti menggunakan objek pelanggan PDAM Tirtanadi Medan Kota. Kemudian Mely Angrumsari menggunakan dimensi untuk pengukuran kualitas layanan oleh Pasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) berupa Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Bukti Fisik dan Empati.*

2. Agus Dedi Subagja dan Hanifah (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Subang” menghasilkan pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi dengan kontribusi pengaruh yaitu sebesar 64,4% dan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

*Persamaan penelitian Agus Dedi Subagja dan Hanifah terhadap judul peneliti ialah terdapat variabel “Layanan terhadap Kepuasan”. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan istilah, dimana Agus Dedi Subagja dan Hanifah menggunakan istilah “Customer Service”, lalu peneliti menggunakan “Call Center”. Kemudian perbedaan juga ada pada objek penelitian, dimana Agus Dedi Subagja dan Hanifah menggunakan objek nasabah Bank BJB cabang Subang, sedangkan peneliti*

*menggunakan objek pelanggan PDAM Tirtanadi Medan Kota. Agus Dedi Subagja dan Hanifah menggunakan dimensi untuk mengukur kualitas oleh Fandy Tjiptono (2016:137) berupa Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik.*

3. *Penelitian yang dilakukan Marizha Corry Pratiwi (2009) dengan judul “Pengaruh Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Tentang Pelayanan Customer Service Kepada Pelanggan di Plasa Telkom Karanganyar untuk menciptakan kepuasan pelanggan) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.*

*Persamaan penelitian Marizha Corry Pratiwi terhadap peneliti ialah adanya variabel “Kepuasan Pelanggan”. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan istilah layanannya, Marizha Corry Pratiwi menggunakan “Costumer Service” sedangkan peneliti menggunakan “Call Center”. Perbedaan juga terletak pada objek penelitian, dimana Marizha Corry Pratiwi menggunakan objek Pelanggan di Plasa Telkom Karanganyar, sedangkan peneliti menggunakan objek pelanggan PDAM Tirtanadi Medan Kota. Kemudian, Marizha Corry Pratiwi menggunakan dimensi untuk mengukur kualitas oleh Pasuraman et.al (1998) dan Zeithaml (1966) diambil dari Philip Kotler ialah Keberwujudan, Empati, Kesigapan dan Keandalan, serta Jaminan.*

## **G. Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Bagian yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teoretis**

Terdiri atas teori – teori yang relevan dengan tema penelitian serta deskripsi Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi.

### **BAB III Metode Penelitian**

Terdiri atas metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu dilakukannya penelitian, penentuan populasi dan sampel, dimensi operasional, hipotesis penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

#### BAB IV Hasil Penelitian

Memuat penjabaran data yang telah diolah dari aplikasi SPSS versi 24,0 atas pengaruh layanan call center terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Medan Kota dalam bentuk angka, tabel, dan diagram.

#### BAB V Penutup

Terdiri atas kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

