

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin ketat dan tajam, untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya dengan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Adapun kepuasan pelanggan dapat dipenuhi perusahaan salah satunya melalui pelayanannya.

Perusahaan atau organisasi merupakan tempat dimana kegiatan komunikasi banyak terjalin. Pada komunikasi perusahaan, komunikasi terjalin antara perusahaan dengan karyawan, perusahaan dengan masyarakat, perusahaan dengan pemerintah, perusahaan dengan media, dan perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Agar terciptanya komunikasi yang baik dibutuhkan seorang Humas untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan publiknya. Sehingga terciptanya komunikasi dua arah, antara perusahaan yang diwakilinya dengan semua komponen yang berhubungan dengan semua komponen yang berhubungan dengan perusahaan tersebut.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Salah satu dibentuknya PDAM adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih.

Mengingat bahwasannya air merupakan salah satu sumber daya alam hayati yang berperan sangat penting dalam kebutuhan seluruh makhluk hidup. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok makhluk hidup selain makanan. Tanpa air, makhluk hidup tidak dapat melakukan aktivitasnya. Air memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan makhluk hidup, karena dengan air manusia dapat melangsungkan kehidupannya.

Para pengguna jasa PDAM pada umumnya memiliki permasalahan pada air tanah yang mereka gunakan. Air tanah yang mereka gunakan biasanya kotor, berbau dan tidak dapat di konsumsi sehingga masyarakat yang mengalami atau mendapatkan air tanahnya kotor menggunakan jasa PDAM yang kualitas airnya lebih baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menyadari akan pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, banyak para peneliti yang berusaha lebih jauh meneliti kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Utama, (Vol.1 No 2, 2003, hlm.96-110) dalam Mayangsari (2016, hlm. 2) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Terdapat lima dimensi dalam memenuhi harapan pelanggannya meliputi :*Relibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi masyarakat.

Dalam Nugraha (2012, hlm. 17) menjelaskan bahwa kualitas memang lebih banyak dilihat dari sudut pandang konsumen, karena perusahaan menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada konsumen. Sedemikian penting arti kesetiaan seorang konsumen bagi perusahaan, maka dari itu kepuasan konsumen perlu ditempatkan pada posisi teratas memenuhi kebutuhannya.

Kualitas atau mutu suatu jasa adalah hal yang paling utama perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan, karena jika pelanggan merasa yang ditawarkan oleh perusahaan tidak memuaskan, maka kemungkinan besar para pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lain.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dan perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-cirinya dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain : persepsi konsumen, produk atau jasa, dan proses.

Berkembangnya sebuah perusahaan di dalam lingkungan masyarakat tidaklah mudah. Untuk tetap mendapatkan perhatian masyarakat, sebuah perusahaan harus terus memantau dan mengikuti bagaimana perkembangan teknologi dan bertambahnya tingkat pengetahuan manusia. Sesuai dengan terus bertambahnya tingkat pengetahuan manusia maka terus bertambahnya pola berfikir manusia.

Masing-masing pelanggan memiliki loyalitas yang berbeda-beda, hal ini tergantung dari objektivitas mereka masing-masing. Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan emosi terhadap suatu objek. Hal ini mengacu pada afektif (suka/tidak suka), kecenderungan emosi ini didapatkan oleh konsumen melalui pengalaman terdahulu terhadap suatu merek ataupun berdasarkan dari informasi-informasi yang didapat dari orang lain. Kecenderungan ini meliputi evaluasi yang bersifat positif berdasarkan kriteria-kriteria yang dianggap relevan untuk menggambarkan suatu merek bagi pelanggan. Pada kesimpulannya, loyalitas merupakan suatu ikatan perasaan atau ketergantungan seseorang terhadap suatu objek yang mana didalamnya terdapat keinginan untuk menjaga, memiliki dan setia pada objek tersebut.

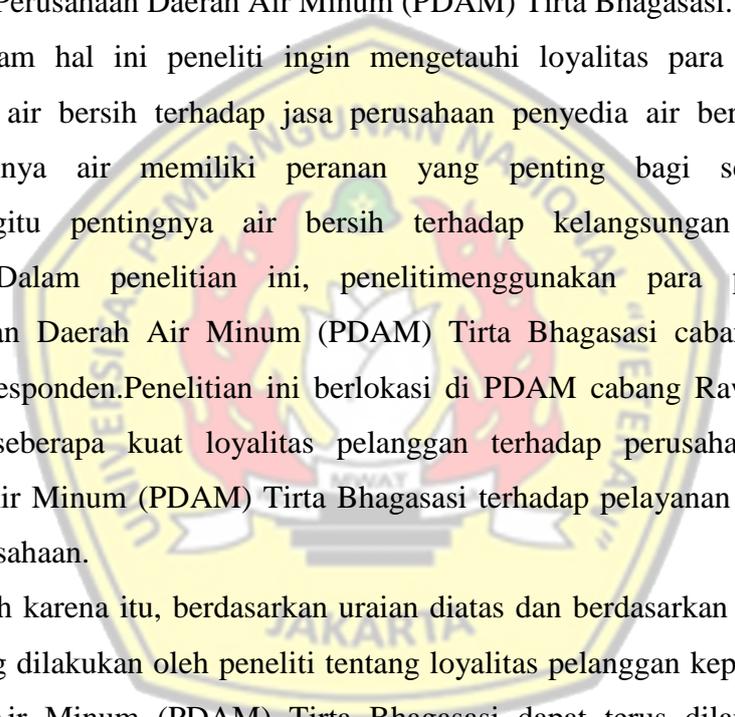
Pada dasarnya, setiap individu masyarakat memiliki pola berfikir yang berbeda-beda. Apabila pola berfikir individu tersebut tidak berubah maka akan menimbulkan persepsi yang akan terus melekat di benak masyarakat dan persepsi tersebut akan berkembang di masyarakat luas. Persepsi inilah yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Salah satu cara Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi dalam membentuk loyalitas pelanggan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen. Dalam hal ini

dibutuhkan peran *Public Relations*. *Public Relations* merupakan fungsi sebuah perusahaan dalam membentuk sikap publik baik itu individu maupun organisasi terhadap perusahaan, melakukan rencana kerja perusahaan dan juga menjalin hubungan yang harmonis antara *public internal* dengan *public external* secara berkesinambungan.

Salah satu upaya *Public Relations* dalam membentuk kesuksesan dari perusahaan tersebut yaitu dengan membentuk persepsi positif dikalangan masyarakat terhadap perusahaan dan produk ataupun kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Diperlukan waktu untuk membentuk loyalitas pelanggan terhadap Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi.

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui loyalitas para pengguna jasa penyedia air bersih terhadap jasa perusahaan penyedia air bersih, mengingat bahwasannya air memiliki peranan yang penting bagi setiap makhluk hidup. Begitu pentingnya air bersih terhadap kelangsungan hidup setiap makhluk. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan para pengguna jasa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi cabang Rawalumbu sebagai responden. Penelitian ini berlokasi di PDAM cabang Rawalumbu untuk melihat seberapa kuat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas dan berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti tentang loyalitas pelanggan kepada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi dapat terus dilanjutkan. Dengan begitu peneliti menganbil judul penelitian yaitu 'Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi terhadap Loyalitas Pelanggan. (Survei pada pengguna jasa PDAM cabang Rawalumbu)'.


1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan *Customer*

Relations Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa kuat kualitas pelayanan *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan referensi sebagai penelitian yang sejenis dalam ilmu komunikasi khususnya *Public Relations*. Dengan adanya penelitian ini memberikan pengetahuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap persepsi masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bhagasasi terhadap loyalitas pelanggan. Karena kualitas pelayanan *customer relations* dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang cukup penting bagi perusahaan itu sendiri untuk memajukan dan mengembangkan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memperoleh gambaran mengenai isi pembahasan penelitian ini, maka penulis akan menguraikan secara sistematis di dalam beberapa bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian, serta teori-teori yang mendukung penulisan lainnya. Definisi konsep, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai segala macam yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian ini seperti pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, jenis penelitian, operasional variabel, teknis analisis data dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisa hasil-hasil penelitian untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian serta menganalisa data secara statistic.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan mengenai sumber-sumber dan buku-buku yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN