

SKRIPSI

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN
PUBLIK PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH (PERUMDA)
AIR MINUM WAI TIPALAYO KABUPATEN POLEWALI
MANDAR**

REZKY NURFADHILAH

E011191065



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ABSTRAK

Rezky Nurfadhilah (E011191065). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar. XV + 86 Halaman + 5 Gambar + 15 Tabel + 1 Grafik + 40 Daftar Pustaka + Lampiran + Dibimbing oleh Dr.Syahribulan, M.Si. dan Irma Ariyanti Arif, Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan publik pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif deskriptif untuk memperoleh informasi secara menyeluruh. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, dan studi pustaka terhadap dokumen yang relevan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan publik pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan strategi SO (*Strength and Opportunities*) yakni mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*) dengan percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, strategi ST (*Strength and Threats*) yakni dengan meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, dan strategi WT (*Weaknesses and Threats*) yaitu menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.

Kata Kunci: Strategi, Kualitas Pelayanan, Analisis SWOT, Perumda Wai Tupalayo



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ABSTRACT

Rezky Nurfadhilah (E011191065). Strategy for Improving the Quality of Public Services at the Regional Public Company (Perumda) Wai Tupalayo Drinking Water Polewali Mandar Regency. XV + 86 Pages + 5 Figures + 15 Tables + 1 Graphic + 40 Bibliography + Appendix + Mentored by Dr. Syahribulan, M.Si. and Irma Ariyanti Arif, Sos., M.Si.

This study aims to describe and analyze strategies to improve the quality of public services at the Regional Public Company (Perumda) Wai Tupalayo Drinking Water, Polewali Mandar Regency. This study uses descriptive qualitative research techniques to obtain overall information. The data used in this study were obtained through interviews, field observations, and literature study of documents relevant to the research.

The results of this study indicate that the strategy for improving the quality of public services at the Perumda Wai Tupalayo Polewali Mandar Regency using SWOT analysis is the SO strategy (*Strength and Opportunities*), namely maintaining adequate infrastructure facilities supported by making new wells and developing companies through online payment systems, WO strategy (*Weaknesses and Opportunities*) by accelerating the manufacture of new wells and improving communication to customers regarding the certainty of repair time, the ST strategy (*Strength and Threats*) is to improve the delivery of information through social media and optimize infrastructure, and WT strategy (*Weaknesses and Threats*), namely adding engineering employees in the field and increasing the expansion of the water pipe network to maximize water distribution.

Keywords: Strategy, Service Quality, SWOT Analysis, Perumda Wai Tupalayo.



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rezky Nurfadhilah

NIM : E011191065

Program Studi : Administrasi Publik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tiplayo Kabupaten Polewali Mandar”** benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar dalam daftar pustaka.

Makassar, 23 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Rezky Nurfadhilah



UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rezky Nurfadhilah
NIM : E011191065
Program Studi : Administrasi Publik
Judul : Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar

Telah diperiksa oleh Pembimbing I dan Pembimbing II dan dinyatakan sesuai dengan saran Tim Penguji Skripsi, Departemen Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing I

Dr. Syahribulan, M.Si.
NIP 19600914 198702 2 001

Pembimbing II

Irma Ariyanti Arif, S.Sos., M.Si.
NIP 199109292020016001

Mengetahui:

Ketua Departemen Ilmu Administrasi,

Prof. Dr. Alwi, M.Si
NIP 19631015 198903 1006



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rezky Nurfadhilah
NIM : E011191065
Program Studi : Administrasi Publik
Judul : Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik pada
Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo
Kabupaten Polewali Mandar

Telah diperiksa oleh Pembimbing I dan Pembimbing II dan dinyatakan sesuai dengan saran Tim Penguji Skripsi, Departemen Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Agustus 2023

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Syahribulan, M.Si.,

Sekretaris : Irma Ariyanti Arif, S.Sos., M.Si.

()

Anggota : 1. Dr. Muhammad Yunus, MA

()

2. Prof. Dr. Badu Ahmad, M.Si.

()

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Segala Puji dan syukur kehadirat Allah *Subhana Waa Ta'aala* atas segala nikmat dan karunia-Nya kepada penulis yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "**Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tipalayo Kabupaten Polewali Mandar**" yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana S1 Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Tak lupa pula, shalawat serta salam penulis kirimkan kepada junjungan kita Rasulullah *Shallallahu 'alaihi Wasallam* yang telah mengantarkan kita dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebab keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis. Namun, penulis telah berusaha dalam memberikan yang terbaik dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritikan guna menyempurnakan dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, tentunya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan juga tantangan yang dihadapi. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda **M. Fauzan** dan Ibunda **Hasnawati** yang sangat penulis cintai, yang senantiasa mendidik, dan merawat dengan penuh kasih sayang dan doa tiada hentinya hingga saat ini. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar, yang juga memberikan semangat dan doa kepada penulis selama ini.

Selain itu, selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai bantuan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.** selaku rektor Universitas Hasanuddin.

2. **Prof. Dr. Phill Sukri, S.IP., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
3. **Prof. Dr. Alwi, M.Si** selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Hasanuddin.
4. **Dr. Muh. Tang Abdullah, S.Sos, MAP** selaku Sekretaris Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Hasanuddin.
5. **Dr. Syahribulan, M.Si** selaku dosen penasehat akademik sekaligus pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan serta memberi masukan kepada penulis meski ditengah kesibukannya.
6. **Irma Ariyanti Arif, S.Sos, M.Si** selaku pembimbing II yang juga senantiasa meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan serta memberi masukan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. **Dr. Muhammad Yunus, MA** dan **Prof. Dr. Badu Ahmad, M.Si** selaku dewan penguji dalam sidang proposal dan skripsi penulis. Terima kasih atas segala saran dan kritikan dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. **Para Dosen Departemen Ilmu Administrasi FISIP** Universitas Hasanuddin, terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan, semoga apa yang telah penulis peroleh selama masa perkuliahan dapat bermanfaat kedepannya.
9. Seluruh **Staff Departemen Ilmu Administrasi** (Ibu Rosmina, Pak A.Revi, Pak Lili, dan Ibu Cia) serta para Staff di lingkungan FISIP Universitas Hasanuddin tanpa terkecuali. Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Terima kasih kepada **Direktur dan seluruh staf Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar** yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dalam memperoleh data serta informasi terkait penelitian ini.
11. Terima kasih kepada **MIRACLE 2019** yang selama ini banyak membantu penulis selama menempuh masa perkuliahan. Sukses selalu untuk teman-teman sekalian, semoga apa yang telah diharapkan dapat tercapai dan semoga silaturahmi dapat terus terjalin.

12. Terima kasih kepada **HUMANIS FISIP UNHAS** yang telah memberi ruang dan banyak kesempatan kepada penulis untuk terus belajar banyak ilmu serta pengalaman yang menyenangkan.
13. Terima kasih kepada keluarga besar **Forum Lingkar Pena Ranting Universitas Hasanuddin** yang telah memberikan penulis banyak ilmu dan sebagai tempat berkembang dan belajar berbagai hal. Terima kasih atas segala nasihat, bimbingan dan kekeluargaan yang selama ini terjalin.
14. Terima kasih kepada teman-teman **KKN Gel.108 Desa Bontosunggu, Kecamatan Galesong Utara, Kabupaten Takalar (Aan, Olaf, Fatimah, Kina, Tiara, Anggi, Andre, Fidel, dan Hanif)** yang telah memberikan banyak pengalaman yang menyenangkan selama menjalani masa KKN di Desa Bontosunggu. Sukses terus untuk teman-teman semua.
15. Terima kasih kepada **teman-teman dan sahabat penulis** (Dinda Aisyah, Adelia, Puput Adiyanti, Muhammad Aidil Fatra, Tenri Ajeng, Herlani, Naufal Asril, Vera Cantika, Kezia Nadyariswari, Sukmayati Pratiwi, Nova Nur Kirana, A.Ainunsakinah, Nantasya Sri, Ahmad Dyandi, Nur Fadila, Adiza Anisa, Wildan Nurul Huda, Muhammad Abeliandri, dan terkhusus kepada Muhammad Yusran) yang selalu menjadi tempat bagi penulis untuk berbagi cerita, keluh kesah dan memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.
16. Terima kasih kepada **Semua Pihak** yang terlibat dan berkontribusi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak umum (pembaca) serta dapat menambah informasi dan juga pengetahuan terkait penelitian tersebut. Terakhir, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Terima Kasih.

Makassar, 13 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Konsep Strategi.....	7
II.1.1 Definisi Strategi.....	7
II.1.2 Dimensi Strategi.....	10
II.1.3 Jenis-jenis Strategi.....	11
II.1.4 Analisis SWOT.....	14
II.2 Konsep Pelayanan.....	19
II.2.1 Definisi Pelayanan Publik.....	19
II.2.2 Asas-asas Pelayanan Publik.....	23
II.2.3 Kualitas Pelayanan Publik.....	24
II.3 Penelitian Terdahulu.....	27
II.4 Kerangka Pikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
III.1 Pendekatan Penelitian.....	33

III.2 Lokasi Penelitian	33
III.3 Fokus Penelitian.....	33
III.4 Sumber Data Penelitian.....	35
III.5 Informan Penelitian	36
III.6 Teknik Pengumpulan Data	36
III.7 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
IV.1 Gambaran Umum Kabupaten Polewali Mandar	39
IV.2 Profil Lokasi Penelitian.....	41
IV.2.1 Profil Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar	41
IV.2.2 Visi dan Misi Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar	41
IV.2.3 Sejarah Singkat Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar.....	42
IV.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar.....	45
IV.2.5 Pemetaan Zona Wilayah Pelayanan Air Minum Kabupaten Polewali Mandar	47
IV.2.6 Unit Air Baku Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar	49
IV.2.7 Unit Produksi Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar	50
IV.2.8 Status Kepegawaian Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar	52
IV.2.9 Jumlah Pelanggan Aktif Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar Tahun 2020-2022	53
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	55
V.1 Kualitas Pelayanan	55
V.1.1 <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	55
V.1.2 <i>Reliability</i> (Kehandalan)	61

V.I.3 <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	68
V.I.4 <i>Assurance</i> (Jaminan).....	71
V.I.5 <i>Empathy</i> (Empati).....	75
V.2 Analisis SWOT.....	78
V.2.1 Faktor Internal.....	78
V.2.1.1 Faktor Kekuatan	78
V.2.1.2 Faktor Kelemahan	79
V.2.2 Faktor Eksternal.....	80
V.2.2.1 Faktor Peluang	80
V.2.2.2 Faktor Ancaman	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	86
VI.1 Kesimpulan	86
VI.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Matriks SWOT.....	18
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel IV.1 Luas Daerah Kabupaten Polewali Mandar Tahun 2021	40
Tabel IV.2 Data Status Kepegawaian Perumda Wai Tipalayo	52
Tabel IV.3 Rekapitulasi Jumlah Pelanggan Aktif Tahun 2020-2022	53
Tabel V.1.1.1 Sarana dan Prasarana Perumda Wai Tipalayo	59
Tabel V.1.1.2 Fakta Empiris Indikator <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	60
Tabel V.1.2.1 Alur Proses Pengaduan Pelanggan	62
Tabel V.1.2.2 Kualifikasi Pendidikan Pegawai.....	65
Tabel V.1.2.3 Daftar Program Peningkatan Kompetensi Pegawai.....	66
Tabel V.1.2.4 Fakta Empiris <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	67
Tabel V.1.3.1 Fakta Empiris <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	70
Tabel V.1.4.1 Fakta Empiris <i>Assurance</i> (Jaminan).....	74
Tabel V.1.5.1 Fakta Empiris <i>Empathy</i> (Empati).....	76
Tabel V.2 Matriks SWOT	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar IV.1 Peta Wilayah Kabupaten Polewali Mandar.....	39
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Perumda Air Minum Wai Tupalayo.....	45
Gambar IV.3 Peta Zona Pelayanan Perumda Air Minum Wai Tupalayo.....	47
Gambar IV.4 Instalasi Pengolahan Air (IPA) Perumda Wai Tupalayo.....	50

DAFTAR GRAFIK

Grafik IV.1 Rekapitulasi Jumlah Pelanggan Aktif Tahun 2020-2022.....	54
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Tak dapat dipungkiri, bahwa air merupakan salah satu komponen hidup yang sangat dibutuhkan oleh manusia dan menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari. Air digunakan untuk mencuci, memasak, mandi dan bahkan untuk keperluan penting lainnya seperti pengairan, pertanian, perikanan dan sebagainya yang menyangkut aktivitas kehidupan sehari-hari manusia. Begitu penting peran air dalam kehidupan manusia dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga menjadi tugas negara untuk menyediakannya, sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 Ayat 3 yang berbunyi "Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat." Oleh karena itu, air merupakan unsur yang vital dalam kehidupan manusia.

Seiring dengan berkembangnya zaman, perkembangan penduduk juga semakin pesat dan bersifat dinamis, baik dari segi jumlah maupun kualitas yang berdampak kepada tuntutan yang juga semakin meningkat. Maka, air harus dikelola dengan baik agar senantiasa tersedia dalam kuantitas dan kualitas yang memadai sehingga dapat terus memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karenanya, penyelenggaraan pemerintahan dikatakan baik jika pelayanan publik yang dilakukan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Pelayanan yang baik dan berkualitas juga akan memberikan kepuasan kepada masyarakat, karena masyarakat yang secara langsung menilai terhadap kinerja pelayanan yang diberikan.

Pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah telah diamanatkan bahwa dalam urusan pemerintahan adalah kekuasaan pemerintahan yang menjadi kewenangan Presiden yang pelaksanaannya dilakukan oleh kementerian negara dan penyelenggara pemerintahan daerah untuk melindungi, melayani, memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat. Selain itu, dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air Pasal 18 disebutkan bahwa sebagian wewenang pemerintah dalam pengelolaan sumber daya air dapat diselenggarakan oleh pemerintah daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Maka, urusan dalam pelayanan air minum diserahkan kepada pemerintahan daerah melalui peraturan daerah yang dalam pelaksanaannya diserahkan kepada instansi terkait.

Dalam hal ini, instansi yang dimaksud adalah Perusahaan Umum Daerah (Perumda) yang merupakan salah satu instansi pemerintah yang berbentuk BUMD dengan tujuan menyelenggarakan pelayanan umum atau jasa dalam hal pemenuhan kebutuhan akan air bersih kepada masyarakat. Perumda didirikan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan air bersih yang tentunya berkualitas dengan kuantitas yang memadai serta berkesinambungan bagi masyarakat, mendorong pengembangan pembangunan dan pertumbuhan perekonomian daerah serta merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum di Kabupaten Polewali Mandar bernama Perumda Air Minum Wai Tupalayo yang berkedudukan secara tetap di wilayah Kabupaten Polewali Mandar dan telah diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2 Tahun 2023 tentang Pendirian Perusahaan Umum Daerah Air Minum Wai Tupalayo. Berdasarkan perda tersebut, Perumda Air Minum melaksanakan kegiatan usaha yakni, memproduksi

air minum; mendistribusikan air minum kepada pelanggan; mendirikan, membangun, mengelola, dan memelihara instalasi air minum yang dimiliki oleh Perumda Air Minum; serta membentuk dan mengembangkan unit usaha guna perkembangan dan kemajuan perusahaan untuk mendapatkan laba dan/atau keuntungan bagi Perumda Air Minum atas persetujuan KPM (Kuasa Pemilik Modal).

Berdasarkan pada data *Business Plan* Perumda Air Minum Wai Tupalayo, jumlah penduduk yang terlayani sebanyak 111.613 jiwa atau sekitar 23,06% dari jumlah penduduk sebanyak 483.920 jiwa, dengan rata-rata pertumbuhan penduduk Kabupaten Polewali Mandar 1,33% per tahun. Berdasarkan realisasi cakupan pelayanan sebesar 25,79% di akhir tahun 2021 dan tren peningkatan cakupan pelayanan 3 tahun terakhir sebesar 2,80% di tahun 2019, menurun 6,49% pada tahun 2020, kemudian naik sebesar 2,02% pada tahun 2021. Berdasarkan pemetaan zona wilayah pelayanan air minum di Kabupaten Polewali Mandar terbagi atas empat zona dan melayani 13 kecamatan yang ada di Kabupaten Polewali Mandar, diantaranya Kecamatan Polewali, Kecamatan Anreapi, Kecamatan Matakali, Kecamatan Binuang, Kecamatan Wonomulyo, Kecamatan Tapango, Kecamatan Mapilli, Kecamatan Campalagian, Kecamatan Luyo, Kecamatan Tinambung, Kecamatan Balanipa, Kecamatan Limboro, dan Kecamatan Alu.

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui media online <https://polman.inews.id/> bahwa pelanggan Perumda Air Minum Wai Tupalayo mengeluhkan air yang tidak mengalir sehingga membuat pelanggan merasa kesulitan dalam melakukan aktivitas sehari-hari, seperti memasak, mencuci, dan kebutuhan lainnya. Keluhan ini juga disampaikan melalui media sosial Perumda

Air Minum Wai Tupalayo. Disebutkan bahwa pelayanan Perumda Air Minum Wai Tupalayo kerap menghadapi masalah pada pendistribusian air karena tak jarang mengalami kerusakan pada pipa dikarenakan terjadinya bencana alam seperti banjir dan tanah longsor. Selain itu, akibat hujan deras yang sering terjadi endapan lumpur pasca luapan air sungai akan menyebabkan kualitas air buruk sehingga sulit untuk didistribusikan kepada para pelanggan.

Selain itu, portal berita melalui media online <https://sulbar.tribunnews.com/> juga memberitakan bahwa pada Kecamatan Matakali, diketahui sejak bulan Desember 2022 air tidak mengalir secara maksimal dikarenakan pompa yang mengalami kerusakan. Untuk melakukan perbaikan yang maksimal, Perumda Air Minum Wai Tupalayo melakukan pemesanan pompa. Akan tetapi, sembari menunggu pemesanan pompa tersebut, Perumda Air Minum Wai Tupalayo tetap melakukan antisipasi dengan menggunakan alat sementara, hanya saja tidak semua pelanggan di daerah tersebut mendapatkan air secara maksimal. Terkait pendistribusian air yang kurang lancar tersebut, pelanggan pun mengeluhkan mengenai tagihan pembayaran air yang terus berjalan padahal kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal.

Sebagai instansi pemerintah yang mengelola pelayanan air minum, tentunya dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan strategi yang tepat yang dapat dilakukan dalam meningkatkan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggan. Dalam Permendagri Nomor 86 Tahun 2017, disebutkan bahwa strategi merupakan suatu ilmu, seni atau wawasan yang diperlukan oleh pemerintah daerah dalam manajemen setiap program kegiatannya dengan merintis suatu cara, langkah, atau tahapan untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, bahwa

setiap perusahaan yang ada memerlukan strategi sebagai suatu tindakan bagi kelangsungan dari perusahaan tersebut sebagai suatu pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran yang disesuaikan dengan visi dan misi perusahaan yang tepat, efektif serta efisien.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar ”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu “ Bagaimana Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar ?”

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan publik pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat akademis dan manfaat praktis sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat menjadi referensi dan dapat menambah pengetahuan serta informasi mengenai strategi peningkatan

kualitas pelayanan pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menambah masukan kepada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar terkait kualitas pelayanan pelayanan yang diberikan sesuai dengan saran-saran ataupun harapan para pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Konsep Strategi

II.1.1 Definisi Strategi

Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya, Chandler (1962) dalam buku Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis oleh Freddy Rangkuti (2003:3). Selain itu, menurut Andrews (1980), Chaffe (1985), yakni strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. (Hamel dan Prahalad, 1995)

Menurut Henry Mintzberg dan James Brian Quinn, dalam buku The Strategi Process (2003), menyatakan lima definisi strategi, yaitu :

- a. Strategi sebagai Rencana (*Strategy as Plan*)

Strategi adalah rencana, yang meliputi tindakan, pedoman, untuk menangani sesuatu. Dengan definisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting yaitu mereka dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan sengaja. Sebagai suatu rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan.

b. Strategi sebagai Siasat (*Strategy as Ploy*)

Strategi sebagai siasat, membawa kita dalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan berbagai manuver lainnya bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan yang memprovokasi dan seterusnya. Dalam menyusun strategi, siasat diartikan sebagai rekayasa dalam perencanaan sehingga tujuan dapat dicapai.

c. Strategi sebagai Pola (*Strategy as Pattern*)

Strategi berfokus pada tindakan, strategi sebagai pola juga memperkenalkan pengertian konvergensi, pencapaian konsistensi dalam suatu organisasi. Pola strategi dapat dilihat dari segi penempatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam waktu tertentu.

d. Strategi sebagai Posisi (*Strategy as Position*)

Strategi sebagai posisi memiliki makna penempatan organisasi dalam posisi yang menguntungkan, apakah posisi itu kompetitif atau tidak. Strategi dipandang sebagai sarana untuk membangun dan mendorong untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif persaingan dengan memfokuskan pada unit bisnis, struktur industri, dan kompetensi internal.

e. Strategi sebagai Perspektif (*Strategy as Perspective*)

Strategi sebagai perspektif diartikan sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi bersama. Bagaimana menjadikan norma dan nilai bersama serta dipahami sebagai komitmen pembuat strategi untuk bertindak dan merespon lingkungan dengan cara tertentu.

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

1) Strategi untuk mendukung pengambilan keputusan

Strategi merupakan bagian dari suatu elemen untuk mencapai kesuksesan. Strategi merupakan suatu bentuk yang memberikan kesan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil baik oleh individu maupun suatu organisasi.

2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi

Salah satu peranan penting dalam strategi yaitu sebagai sarana koordinasi dan sekaligus sarana dalam komunikasi yang dimana hal ini dilakukan untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.

3) Strategi sebagai target

Strategi sebagai sebuah target merupakan konsep strategi yang digabungkan dengan visi dan misi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan.

II.1.2 Dimensi Strategi

James Brian Quinn (Mintzberg, dkk, 2003: 10), analisis strategi militer diplomatik dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain strategi formal, strategi efektif meliputi tiga unsur penting yaitu

- Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi dalam pencapaian tujuannya dimana ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita dapat mengetahui strategi yang akan digunakan.

- Kebijakan

Kebijakan adalah aturan atau pedoman yang menyediakan batas-batas di mana tindakan harus aturan ini sering mengambil bentuk keputusan kontingensi untuk menyelesaikan konflik di antara tujuan. Kebijakan-kebijakan utama yang memandu arah dan postur keseluruhan entitas untuk menjalankan kelayakannya disebut kebijakan strategis.

- Program

Program merupakan urutan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai cerita utama. Mereka menyatakan bagaimana tujuan akan berada dalam batas yang ditentukan oleh kebijakan. Mereka memiliki sumber daya berkomitmen untuk mencapai tujuan, dan mereka menyediakan jalur dinamis yang dapat diukur kemajuannya. Program

utama yang menentukan daya dorong dan kelayakan entitas disebut program strategis.

II.1.3 Jenis-jenis Strategi

Adapun jenis-jenis strategi dalam buku Manajemen Strategis, menjelaskan bahwa ada beberapa jenis-jenis strategi diantaranya :

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan jenis strategi yang menghendaki perusahaan melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap distributor, pemasok, dan/atau pesaing baik melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1) Integrasi ke depan

Integrasi kedepan melibatkan perolehan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas distributor atau retail. Peningkatan jumlah pabrik (supplier) saat ini mengikuti strategi integrasi kedepan dengan menghadirkan website untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang merupakan strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol dari supplier firma. Strategi ini dapat menjadi tepat ketika supplier firma yang sebenarnya tidak dapat dipercaya, terlalu mahal, dan tidak dapat menemukan apa yang diperlukan oleh firma.

3) Integrasi horizontal

Integrasi horizontal berkenaan dengan strategi untuk menemukan kepemilikan dari/atau meningkatkan pengambilalihan kontrol firma kompetitor.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk yang dimana mereka memerlukan dukungan intensif jika saingan firma posisinya mengeluarkan produk baru.

1) Penetrasi pasar

Merupakan pencarian strategi untuk meningkatkan pembagian pasar untuk produk atau servis pasar saat ini melalui dukungan marketing. Strategi ini dapat diimplementasikan sendiri atau kolaborasi dengan strategi lainnya, dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

Strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan mengimprovisasi dan memodifikasi produk atau servis yang saat ini. Pengembangan produk biasanya memerlukan penelitian panjang dan perancangan pengeluaran.

c. Strategi Diversifikasi

Suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

1) Diversifikasi terkait

Jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.

2) Diversifikasi tidak terkait

Jenis strategi yang dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak terkait dengan garis bisnis perusahaan.

d. Strategi defensive

Jenis strategi yang dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

1) Pengurangan

Strategi yang dilakukan dengan cara pengelompokan atau pengorganisasian kembali melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan laba yang menurun.

2) Devestasi

Strategi yang dilakukan dengan penjualan sebagian divisi dari sebuah organisasi dalam rangka penambahan modal atau untuk dapat berinvestasi pada rencana selanjutnya.

3) Likuiditas

Strategi yang dilakukan dengan melakukan penjualan suatu divisi atau bagian yang berharga. Hal ini dilakukan agar tidak terus-menerus kehilangan sejumlah modal.

II.1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT juga merupakan alat untuk mencocokkan data-data penting yang membantu manajer mengembangkan tipe-tipe strategi. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan strategi, dan kebijakan perusahaan.

Freddy Rangkuti (2003) menyatakan analisis SWOT sebagai: “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*)”.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang

(*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Penggunaan analisis SWOT bertujuan untuk memberikan gambaran hasil analisis keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan atau organisasi secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan pemilihan alternatif tindakan yang akan diambil dan strategi perusahaan dalam perencanaan kerja sama. Analisis SWOT secara sederhana dipahami sebagai pengujian terhadap kekuatan dan kelemahan internal sebuah organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor perusahaan dalam kondisi yang ada saat ini. Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar dan berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.

- Kekuatan (*Strength*) adalah suatu sumberdaya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor- faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.
- Kelemahan (*Weaknesses*) menyatakan kelemahan (*weaknesses*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan atau organisasi, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
- Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan ataupun organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:
 - a. Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk
 - b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
 - c. Perubahan dalam kondisi persaingan

- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha
- e. Hubungan dengan para pembeli yang akrab
- f. Hubungan dengan pemasok yang harmonis
- Ancaman (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan ataupun organisasi. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, yang jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi suatu ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk saat ini ataupun masa depan.

Fahmi (2013:260) menyatakan bahwa untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor eksternal, ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan ataupun organisasi yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan atau organisasi. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor internal, ini mempengaruhi terbentuknya *strengths* and *weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan atau organisasi, yang mana turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan atau organisasi.

Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture).

Tabel II.1 Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	(Strategi SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	(Strategi WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threats (T)	(Strategi ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	(Strategi WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan hindari ancaman.

Sumber : Freddy Rangkuti (2003)

1. Strategi SO (kekuatan peluang) SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Jika perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan.

2. Strategi WO (kelemahan-peluang) WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang muncul tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.
3. Strategi ST (kekuatan-ancaman) ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.
4. Strategi WT (kelemahan-ancaman) WT merupakan teknik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

II.1 Konsep Pelayanan

II.1.1 Definisi Pelayanan Publik

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna; (1) perihal atau cara melayani; (2) usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang); (3) kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. American Marketing Association, dikutip oleh Cowell (1984:22) dalam buku Kualitas Pelayanan Publik menyatakan bahwa; "Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik."

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dalam Pasal 1 ayat (1) bahwa pelayanan publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undang

bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dipertegas pula dalam ayat (7), bahwa standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 menyebutkan bahwa tujuan pelayanan publik antara lain: a.) Terwujudnya batasan dan hubungan yang jelas tentang hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan seluruh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik; b.) Terwujudnya sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik; c.) Terpenuhinya penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan d.) Terwujudnya perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Penekanan dalam pasal ini adalah memberikan kepastian hukum kepada masyarakat yang menerima pelayanan. Dengan mewujudkan prinsip-prinsip pelayanan publik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan, memberikan konsekuensi hukum kepada siapa yang memberikan pelayanan kepada siapa yang menerima pelayanan. Hak dan kewajiban masyarakat dan aparatur dalam penyelenggaraan pelayanan publik menjadi koridor yang membatasi dan mengatur jalannya pelayanan publik tersebut.

Pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di pusat, di daerah,

dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik pada dasarnya adalah upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara negara yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pemerintah sebagai penyelenggara Negara harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara menyeluruh melalui pemberian pelayanan yang berkualitas, salah satunya pemenuhan kebutuhan akan air bersih, agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Pemerintah melalui Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara telah mengeluarkan suatu kebijaksanaan Nomor 81 Tahun 1993 tentang Pedoman Tatalaksana Pelayanan Umum yang perlu dipedomani oleh setiap birokrasi publik dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat berdasar prinsip-prinsip pelayanan sebagai berikut :

- Kesederhanaan, dalam arti bahwa prosedur dan tata cara pelayanan perlu ditetapkan dan dilaksanakan secara mudah, lancar, cepat, tepat, tidak berbelitbelit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang meminta pelayanan.
- Kejelasan dan Kepastian, dalam arti adanya kejelasan dan kepastian dalam hal prosedur dan tata cara pelayanan, persyaratan pelayanan baik teknis maupun administratif, unit kerja pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan, rincian biaya atau tarif pelayanan dan tata cara pembayaran, dan jangka waktu penyelesaian pelayanan.

- Keamanan, dalam arti adanya proses dan produk hasil pelayanan yang dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan kepastian hukum bagi masyarakat.
- Keterbukaan, dalam arti bahwa prosedur dan tata cara pelayanan, persyaratan, unit kerja pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan, waktu penyelesaian, rincian biaya atau tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.
- Efisiensi, dalam arti bahwa persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan teori dan perkembangan manajemen pelayanan publik dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan.
- Ekonomis, dalam arti bahwa pengenaan biaya atau tarif pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan: nilai barang dan jasa pelayanan, kemampuan masyarakat untuk membayar, dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- Keadilan dan Pemerataan, yang dimaksudkan agar jangkauan pelayanan diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan adil bagi seluruh lapisan masyarakat.
- Ketepatan Waktu, pelaksanaan pelayanan harus dapat diselesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Karakteristik pelayanan publik menurut Lembaga Administrasi Negara (2003) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki dasar hukum yang jelas dalam penyelenggaraannya
2. Memiliki kelompok kepentingan yang luas, termasuk kelompok sasaran yang teori dan perkembangan manajemen pelayanan publik ingin dicapai
3. Memiliki tujuan social
4. Dituntut untuk akuntabel kepada publik
5. Memiliki konfigurasi indikator kinerja yang perlu kelugasan
6. Seringkali menjadi sasaran isu politik

II.1.2 Asas-asas Pelayanan Publik

Hakekat pelayanan publik seperti dijelaskan Keputusan Menpan Nomor 63 tahun 2003 bahwa hakikat pelayanan publik adalah teori dan perkembangan manajemen pelayanan publik pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Menurut Keputusan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia MENPAN Nomor 63 Tahun 2004, untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasa, penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi asas-asas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- Transparansi, yaitu sifat terbuka, mudah dan dapat diakses dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti;
- Akuntabilitas, yaitu dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- Kondisional, yaitu sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas;
- Partisipatif, yaitu mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat;
- Kesamaan Hak, yaitu tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan status;
- Keseimbangan Hak dan Kewajiban; yaitu pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing- masing pihak.

II.1.3 Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas adalah merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan publik adalah faktor utama dan yang pertama kali dinilai oleh pelanggan dalam menilai suatu produk/jasa yang dibutuhkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan publik mutlak harus menjadi sebuah concern yang utama dan memberikan suatu pelayanan publik bagi pelanggan.

Menurut Albrecht dan Zemke (dalam Hardiansyah, 2018) kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, SDM pemberi layanan, strategi dan pelanggan.

Sistem pelayanan publik yang baik akan menghasilkan kualitas pelayanan publik yang baik pula, dimana suatu sistem yang baik memiliki dan menerapkan prosedur pelayanan yang jelas dan pasti serta mekanisme kontrol dalam dirinya sehingga segala bentuk penyimpangan yang terjadi secara mudah dapat diketahui. Untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Hardiansyah, 2018) memiliki lima dimensi yakni:

- *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.
- *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
- *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.

- *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (Communication), kredibilitas (Credibility), keamanan (Security), kompetensi (Competence), dan sopan santun (Courtesy). Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.
- *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

II.2 Penelitian Terdahulu

Tabel II.2 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Skripsi	Relevansi	Perbedaan
Neng Sandra Ayu Wulandari (2019)	Pelaksanaan pelayanan penyedia air bersih PDAM Tirta Galuh dalam memenuhi kebutuhan air bersih di pada umumnya telah dilaksanakan, namun belum optimal karena masih terdapat beberapa indikator yang belum sesuai dalam pelaksanaan seperti pegawai belum mendapatkan pelatihan dan pendidikan, jumlah SDM yang masih dinilai belum memadai, dan fasilitas penunjang seperti pompa air dan peralatan lainnya yang belum memadai, dan cakupan pelayanan yang belum proporsional.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.	Adapun pada penelitian ini, ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan dalam melaksanakan peningkatan pelayanan pada PDAM Tirta Galuh, dimana penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif.	Pada penelitian ini difokuskan kepada optimalisasi kinerja pegawai dengan menggunakan teori Fandi Tjiptono (2009) mengenai dimensi kualitas pelayanan dapat diukur dengan 6 aspek diantaranya strategi relationship marketing, strategi superior customer service, strategi unconditional service guarantees, strategi penanganan keluhan yang efisien, strategi peningkatan kinerja perusahaan dan strategi quality function deployment. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori kualitas pelayanan oleh Parasuraman.

Nama Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Skripsi	Relevansi	Perbedaan
Elfizalina (2019)	Hasil dari penelitian ini melihat bahwa manajemen sudah menerapkan strategi untuk menangani permasalahan kehilangan air, target penurunan air dibawah 40% tercapai dan tingkat kehilangan air tahun 2018 sebesar 36% dan akan terus di evaluasi hingga tingkat kehilangan mencapai 20%.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.	Jenis penelitian yang digunakan memiliki keterkaitan karena menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Hadari Nawawi tentang manajemen strategi yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, penganggaran, dan pengawasan//kontrol.

Nama Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Skripsi	Relevansi	Perbedaan
Nurul Ahmira (2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi responsivitas kurang baik pada penanganan keluhan, karena belum mendapat tindak lanjut yang cepat. Dimensi responsibilitas kurang maksimal pada indikator kontinuitas air yang dialirkan karena masih terjadi pengaliran aliran air. Pada dimensi akuntabilitas semua indikatornya cukup maksimal. Dalam pelayanan penyediaan air bersih perlu meningkatkan kapasitas produksi dengan menambah sumber air baku.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menurut Lervine (1990), produk dari pelayanan publik di dalam negara demokrasi paling tidak harus memenuhi tiga indikator yakni Responsivitas, Responsibilitas, dan Akuntabilitas.

Nama Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Skripsi	Relevansi	Perbedaan
Nurhalisah, Emmy Lilimantik, Rukmini, Leila Ariyani Sofia. (2021)	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan analisis SWOT, maka untuk strategipeningkatan pelayanan air bersih PDAM, yaitu pembaruan teknologi terbaru guna menunjang perawatan dan perbaikan utilitas PDAM dalam berbagai kondisi yang terjadi di lapangan, penambahan daya listrik cadangan (ganset) sendiri sesuai kapasitas IPA PDAM, perluasan jaringan pipa air PDAM, pengecekan secara rutin untuk kualitas air, baik air baku dari Sungai Tabalong maupun air bersih hasil olahan PDAM, dan penambahan teknisi lapangan dalam pembagian kawasan tertentu.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.	Relevansi penelitian ini dengan menggunakan Analisis SWOT yang merupakan analisis kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi potensi faktor intenal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor ekstenal (peluang dan ancaman).	Penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner dan metode pengukuran dengan Skala Likert (skala bertingkat), yang berisi sejumlah pertanyaan yang diserahkan kepada responden yaitu pelanggan PDAM Tirta Dharma golongan pelanggan rumah tangga A1,A2 dan A3. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan Stratified Random Sampling.

Nama Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Skripsi	Relevansi	Perbedaan
Suratmojo, Maulana Mukhlis, dan Ety PujiLestari (2022)	Berdasarkan 5 indikator yang digunakan sebagaidasar analisa, pada indikator empati (<i>empathy</i>), pelanggan merasapihak PDAM TirtaNusa belum optimal dengan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan, karena masih adanya keluhan mengenai pelayanan air bersih. Indikator bukti langsung (<i>tangible</i>) belum terpenuhinya sarana prasarana yang memadai dan standar untukmendukung kerjapegawai dan kenyamanan pelanggan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan mempertahankan sarana prasarana yang memadai didukung dengan pembuatan sumur baru serta mengembangkan perusahaan melalui sistem pembayaran online, percepatan pembuatan sumur baru dan meningkatkan komunikasi kepada pelanggan terkait kepastian waktu perbaikan, meningkatkan penyampaian informasi melalui media sosial dan mengoptimalkan sarana prasarana, menambah pegawai teknik di lapangan dan meningkatkan perluasan jaringan pipa air untuk memaksimalkan pendistribusian air.	Relevansi penelitian ini Dengan menggunakan indikator menurut pendapat Zeithaml,Berrydan Parasuraman yang meliputiBukti Langsung,Daya Tanggap,Jaminan, Empati, dan Kehandalan.	Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan PDAM Tirta Nusa Kabupaten Natuna, menurut Teori The Liang Gie dan Budi Ibrahim (Fauzi,2020) yang terdiri dari Motivasi kerja karyawan, Sistem Kerja dan Sistem Pelayanan, Suasana Kerja di Perusahaan, Kemampuan Kerja Karyawan, Lingkungan Fisik TempatKerja, Perlengkapan dan Fasilitas, serta Prosedur Kerja.

II.3 Kerangka Pikir

Untuk mengetahui Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Perumda Air Minum Wai Tupalayo Kabupaten Polewali Mandar, maka peneliti menggunakan kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998:23). Adapun kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar II.1 Kerangka Pikir

