



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 1580-1590

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Membangun Kepuasan Pelayanan melalui Pengalaman dan Kepercayaan Pelanggan PAM Tirta Kota Parepare

Iftitah Resky Az-zahra J, Muhammad Ikram Idrus, Sitti Marhumi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar
andiiftitah161@gmail.com, muhammadikramidrus@unismuh.ac.id, sitti.marhumi@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan gangguan distribusi air yang berkelanjutan, lambatnya respons terhadap pengaduan pelanggan, serta menurunnya kepercayaan publik terhadap PAM Tirta Kota Parepare. Tujuan penelitian ini adalah menggali dan mendeskripsikan pengalaman pelanggan dalam menerima layanan air bersih, menjelaskan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, serta menganalisis bagaimana pengalaman dan kepercayaan pelanggan berperan dalam membentuk kepuasan pelayanan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan lokasi di PAM Tirta Kota Parepare yang mencakup empat kecamatan. Informan berjumlah 7 orang yang terdiri dari pelanggan rumah tangga, pelanggan perusahaan, pelanggan restoran, dan pimpinan PAM Tirta. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan secara umum berada pada kategori baik, terutama pada tahap pendaftaran dan interaksi dengan petugas. Namun, masih terdapat keluhan terkait kualitas air yang keruh, kadar kaporit yang tinggi, serta gangguan distribusi air yang sering terjadi pada musim kemarau. Tingkat kepercayaan pelanggan tergolong cukup tinggi dengan rata-rata nilai 7 hingga 10 dari skala 10, yang didasari oleh keyakinan terhadap kemampuan teknis, transparansi tarif, serta kepedulian terhadap keluhan. Pengalaman pelanggan berperan sebagai faktor utama yang langsung mempengaruhi kepuasan, sementara kepercayaan berperan sebagai faktor penguat yang menjaga kepuasan dalam jangka panjang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelayanan PAM Tirta Kota Parepare terbentuk dari kombinasi antara pengalaman langsung dalam menggunakan layanan dan kepercayaan terhadap kemampuan, integritas, serta kepedulian perusahaan.

Kata kunci: Kepuasan Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, PAM Tirta, Air Bersih

1. Latar Belakang

Pelayanan air bersih merupakan kebutuhan primer yang fundamental bagi kehidupan masyarakat dan menjadi salah satu pilar penting dalam menunjang pembangunan daerah. Namun, masyarakat Kota Parepare masih kerap mengalami ketidakpastian dalam memperoleh air bersih. Sebagai penyedia layanan air bersih, PAM Tirta Kota Parepare dihadapkan pada berbagai masalah operasional dan pelayanan yang memengaruhi kesejahteraan masyarakat. Gangguan distribusi air yang dialami pelanggan tidak hanya terjadi secara sporadis, melainkan telah menjadi rutinitas khususnya saat musim kemarau. Keluhan masyarakat kerap terbentur lambannya respons pengaduan, antrian panjang, dan proses penanganan yang berbelit-belit, yang pada akhirnya mengikis tingkat kepercayaan public.

Penelitian terdahulu mengenai pelayanan air bersih, khususnya pada PAM Tirta, masih didominasi pendekatan kuantitatif yang cenderung generalisasi. Kajian yang dilakukan oleh Wahyudi menunjukkan bahwa pelayanan air minum memengaruhi kepuasan pelanggan PDAM di Kabupaten Sumenep, namun masih terdapat kelemahan seperti respon lambat atas keluhan pelanggan. Oktiani dkk. menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Air Minum Giri Menang. Ramadhana juga menyimpulkan hal serupa pada PDAM Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep. Sementara itu, Zahrani dkk. menegaskan bahwa kualitas pelayanan air bersih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM di Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Namun, kajian-kajian tersebut masih memberikan gambaran angka mengenai kepuasan pelanggan tanpa menggali makna mendalam tentang bagaimana pengalaman dan kepercayaan terbentuk serta berpengaruh dalam konteks

sosial dan budaya lokal masyarakat Parepare. Penelitian yang dilakukan oleh Nurwidya dkk. secara kualitatif menemukan bahwa kepuasan pelanggan PDAM Tirta Bening Kabupaten Pati tergolong baik, namun masih rendah pada dimensi keandalan. Febrianto dan Arini juga menemukan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Meskipun demikian, penelitian dengan fokus spesifik pada pengalaman dan kepercayaan pelanggan secara simultan dalam konteks PAM Tirta masih terbatas.

Penelitian tentang kepuasan pelayanan air bersih telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Maburr dkk. (2022) pada PDAM Tirta Ompo Kabupaten Soppeng menemukan bahwa dari empat dimensi kualitas pelayanan yang diteliti, hanya keandalan (reliability) yang berpengaruh signifikan secara parsial, namun keempat dimensi secara bersama-sama berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, Elvi dan Sabela (2022) dalam studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau menyimpulkan bahwa pelanggan secara keseluruhan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti kualitas air yang tidak stabil. Penelitian-penelitian tersebut mayoritas menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran statistik hubungan antara variabel. Sementara itu, penelitian dengan pendekatan kualitatif yang menggali secara mendalam pengalaman dan kepercayaan pelanggan masih terbatas.

Penelitian ini menjadi sangat relevan untuk dilakukan mengingat fakta bahwa pelanggan saat ini masih sering mengalami ketidakpuasan yang berpotensi merusak citra PAM Tirta dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menggali pengalaman dan kepercayaan pelanggan secara simultan menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan penelitian ini menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang kualitas layanan PAM Tirta dalam konteks sosial budaya lokal Parepare. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada pengukuran kuantitatif kualitas layanan, penelitian ini berusaha memahami makna mendalam di balik pengalaman dan kepercayaan pelanggan.

Dengan demikian, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Bagaimana pengalaman pelanggan dalam menerima layanan air bersih dari PAM Tirta Kota Parepare? (2) Bagaimana tingkat kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan air bersih yang diberikan oleh PAM Tirta Kota Parepare? (3) Bagaimana pengalaman dan kepercayaan pelanggan berperan dalam membentuk kepuasan pelayanan air bersih di PAM Tirta Kota Parepare?

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami, menggali, dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, serta kepuasan pelayanan pada PAM Tirta Kota Parepare. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menangkap makna subjektif dan pengalaman nyata pelanggan yang tidak dapat diukur secara statistik.

Penelitian dilaksanakan di PAM Tirta Kota Parepare yang mencakup empat kecamatan, yaitu Bacukiki, Bacukiki Barat, Soreang, dan Ujung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa keempat kecamatan tersebut mewakili wilayah layanan PAM Tirta dengan karakteristik pelanggan yang beragam, mulai dari daerah pesisir hingga dataran tinggi. Waktu penelitian berlangsung selama dua bulan, mulai dari November hingga Desember 2025, yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan.

Informan penelitian berjumlah 7 (tujuh) orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dan *random sampling terbatas*. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih informan yang dianggap mengetahui dan memahami secara mendalam kondisi pelayanan PAM Tirta, yaitu pimpinan perusahaan dan pelanggan dengan masa berlangganan minimal 5 tahun. *Random sampling terbatas* digunakan untuk memilih pelanggan dari tiap kecamatan agar representatif. Komposisi informan terdiri dari: (1) 2 orang pelanggan rumah tangga dengan masa berlangganan 20 tahun, (2) 2 orang pelanggan perusahaan/institusi dengan masa berlangganan 10-15 tahun, (3) 2 orang pelanggan restoran/kuliner dengan masa berlangganan 10-15 tahun, dan (4) 1 orang pimpinan PAM Tirta Kota Parepare. Total informan yang berhasil diwawancarai adalah 7 orang, dengan rincian 3 laki-laki dan 4 perempuan.

Teknik pengumpulan data menggunakan tiga metode. Pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pedoman semi-terstruktur. Setiap wawancara berlangsung selama 45 hingga 60 menit per informan. Seluruh proses wawancara dilakukan secara langsung (*face to face*) di tempat yang disepakati bersama, seperti kantor PAM Tirta, tempat usaha informan, atau rumah informan. Untuk menjaga keakuratan data, setiap wawancara direkam dengan

izin informan dan didokumentasikan dalam bentuk catatan lapangan. Kedua, observasi langsung dilakukan dengan mengamati proses pelayanan di kantor PAM Tirta, termasuk mekanisme pendaftaran, pembayaran, serta penanganan keluhan. Observasi juga dilakukan terhadap kondisi sarana dan prasarana pendukung layanan. Ketiga, studi dokumentasi diperoleh dari laporan tahunan PAM Tirta, arsip pengaduan pelanggan, serta berbagai dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Proses kodifikasi data dilakukan secara sistematis dengan pemberian kode pada setiap unit analisis. Kode I₁ diberikan untuk informan dari Direktur PAM Tirta Kota Parepare, sedangkan kode I_{2.1} hingga I_{2.6} diberikan untuk enam informan pelanggan dengan rincian: I_{2.1} dan I_{2.2} untuk pelanggan usaha, I_{2.3} dan I_{2.4} untuk pelanggan perusahaan, serta I_{2.5} dan I_{2.6} untuk pelanggan rumah tangga. Kode Q digunakan untuk menandai item pertanyaan (Q1 hingga Q32) dan kode A untuk menandai item jawaban (A1, A2, dst). Seluruh hasil wawancara ditranskrip secara verbatim, artinya setiap kata yang diucapkan informan ditulis apa adanya tanpa diedit atau diinterpretasi ulang oleh peneliti.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang terdiri dari tiga tahap yang saling berkaitan. Tahap pertama, reduksi data (*data condensation*) yaitu proses memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data mentah yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam bentuk yang lebih terorganisir dan bermakna. Pada tahap ini, peneliti melakukan: (a) ringkasan dan kodifikasi, yaitu data mentah hasil wawancara dan observasi diringkas dan diberi kode untuk menandai bagian yang relevan dengan fokus penelitian (pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelayanan); (b) pengelompokan, yaitu kode-kode yang serupa dikelompokkan menjadi kategori atau tema utama; (c) pembuatan matriks dan tabel untuk membantu mengidentifikasi pola dan hubungan antar kategori; (d) penulisan memo analitis berisi interpretasi awal dan kemungkinan hubungan antar variabel; serta (e) fokus pada data relevan dengan mengeliminasi data yang tidak berkaitan langsung dengan tujuan penelitian.

Dalam proses reduksi data, peneliti melakukan identifikasi terhadap kata kunci yang muncul berulang dari jawaban informan. Kata kunci tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema utama yang sesuai dengan fokus penelitian. Contoh kata kunci yang diidentifikasi antara lain: proses pendaftaran mudah, petugas ramah, sistem informasi jelas, pembayaran mobile banking, pemberitahuan gangguan, konsistensi air, gangguan musim kemarau, kualitas air jernih, air keruh, kaporit tinggi, tekanan air lancar, akurasi meter, dan lain sebagainya. Total terdapat 50 kata kunci yang berhasil diidentifikasi dan dikelompokkan ke dalam tiga kategori besar: pengalaman pelanggan (kode 1-19), kepercayaan pelanggan (kode 20-30), dan kepuasan pelayanan (kode 31-50).

Tahap kedua, penyajian data (*data display*) yaitu proses menata dan menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis. Bentuk penyajian data yang digunakan meliputi: (a) teks naratif deskriptif yang dilengkapi dengan kutipan langsung dari informan; (b) matriks dan tabel tematik untuk menyajikan hubungan antara pengalaman pelanggan dengan kepercayaan pelanggan; (c) bagan alur untuk menampilkan alur pengalaman pelanggan mulai dari pendaftaran hingga penanganan keluhan; serta (d) jaringan (*networks*) untuk menunjukkan hubungan antar faktor berdasarkan hasil lapangan

Tahap ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*) yaitu proses menafsirkan data, mencari pola, hubungan sebab-akibat, serta makna mendalam dari fenomena yang diteliti. Pada tahap ini, peneliti: (a) menarik kesimpulan awal berdasarkan penyajian data; (b) melakukan verifikasi keabsahan data melalui triangulasi sumber (membandingkan data hasil wawancara dari berbagai informan) dan triangulasi metode (membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi); (c) melakukan *member check* dengan mengonfirmasi temuan sementara kepada informan agar hasilnya sesuai dengan realitas yang mereka alami; (d) melakukan *negative case analysis* dengan mencari data atau kasus yang mungkin bertentangan untuk memastikan objektivitas hasil analisis; serta (e) memastikan kesimpulan didukung oleh bukti empiris yang cukup dan konsisten.

Proses triangulasi dilakukan dengan dua pendekatan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan jawaban yang disampaikan oleh informan pelanggan dengan jawaban yang disampaikan oleh informan pimpinan PAM Tirta, serta membandingkan jawaban antar sesama pelanggan dengan latar belakang yang berbeda. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi langsung di lapangan, serta studi dokumentasi terhadap laporan internal PAM Tirta. *Member check* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali temuan sementara kepada informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan realitas yang dialami informan. Analisis kasus negatif dilakukan dengan mencari data yang bertentangan

dengan temuan umum, misalnya adanya informan yang meragukan akurasi pembacaan meter, yang kemudian dianalisis secara khusus sebagai catatan penting.

Ketiga tahap analisis data ini berlangsung secara interaktif dan berulang-ulang hingga peneliti memperoleh gambaran yang jelas serta konsisten mengenai makna dan hubungan antar variabel, yaitu pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelayanan. Seluruh proses pengolahan data dibantu dengan perangkat lunak pengolah kata untuk transkrip dan tabel, serta perangkat lunak manajemen referensi Mendeley untuk pengelolaan kutipan dan daftar Pustaka.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Penelitian ini melibatkan 7 informan yang terdiri dari 6 pelanggan PAM Tirta Kota Parepare dengan latar belakang beragam (usaha, perusahaan, rumah tangga) dan 1 orang pimpinan PAM Tirta. Hasil wawancara dianalisis untuk menjawab tiga rumusan masalah penelitian.

Pengalaman Pelanggan dalam Menerima Layanan Air Bersih

Pada tahap pendaftaran, seluruh informan menyatakan bahwa proses yang dilakukan mudah, jelas, dan tidak mempersulit pelanggan. Seorang informan yang telah berlangganan selama 10 tahun mengungkapkan bahwa kesan pertama saat mendaftar sangat baik karena prosesnya jelas dan petugas menjelaskan tahapan yang harus dilalui. Informan lainnya yang telah berlangganan selama 20 tahun juga menambahkan bahwa prosesnya sangat mudah karena persyaratan yang dibutuhkan hanya KTP, KK, dan PBB. Informan I_{2.1} (Vina Wulandari) yang telah berlangganan selama 10 tahun menyatakan bahwa kesan pertamanya sangat baik karena petugas menjelaskan seluruh tahapan dengan jelas. Informan I_{2.5} (Ilham) yang telah berlangganan selama 20 tahun menambahkan bahwa persyaratan yang dibutuhkan sangat sederhana, hanya KTP, KK, dan PBB. Informan I_{2.6} (Sartika Ahmadi) juga mengungkapkan bahwa alur pendaftaran jelas dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa PAM Tirta telah berhasil menciptakan pengalaman positif sejak awal interaksi dengan pelanggan.

Dalam aspek interaksi pelayanan, mayoritas informan menyampaikan bahwa komunikasi antara pelanggan dan petugas berjalan dengan baik. Seorang informan yang mewakili pelanggan perusahaan menyatakan bahwa staf PAM Tirta sangat baik responnya, terbukti ketika terjadi kendala air tidak mengalir, petugas langsung datang ke lokasi setelah dikonfirmasi. Informan lain juga mengungkapkan bahwa petugas ramah dan komunikatif, baik saat datang langsung ke kantor maupun melalui media lain.

Pada aspek kualitas fisik air, beberapa informan mengungkapkan adanya pengalaman negatif. Seorang informan yang telah berlangganan selama 15 tahun menyatakan bahwa warna air terkadang keruh dan tidak sebersih air sumur bor. Informan lain yang telah berlangganan selama 20 tahun juga menyampaikan bahwa kadar kaporit terasa agak tinggi dan masih terdapat kotoran pada air. Pada aspek kualitas fisik air, ditemukan perbedaan persepsi antar informan. Informan I_{2.1} dan I_{2.3} menyatakan bahwa kualitas air yang mereka terima relatif baik, jernih, dan tidak berbau. Namun, informan I_{2.2} mengeluhkan bahwa warna air terkadang keruh dan tidak sebersih air sumur bor. Informan I_{2.5} yang merupakan pelanggan rumah tangga dengan masa langganan 20 tahun justru memberikan kritik yang paling tajam, terutama mengenai kadar kaporit yang terasa tinggi dan keberadaan kotoran pada air. Ia bahkan mengaku telah beralih dari menggunakan air PAM untuk konsumsi menjadi menggunakan air galon karena kekhawatiran terhadap kadar kaporit. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat ketidakkonsistenan dalam kualitas air yang didistribusikan, kemungkinan disebabkan oleh perbedaan lokasi atau kondisi jaringan pipa di masing-masing wilayah.

Dalam aspek gangguan distribusi, seorang informan yang mewakili pelanggan perusahaan mengungkapkan bahwa pada musim kemarau, air sering tidak mengalir, sementara pada musim hujan air mengalir normal. Informan I_{2.3} yang mewakili pelanggan perusahaan (Indomaret) mengungkapkan bahwa pada musim kemarau air sering tidak mengalir, sementara pada musim hujan air mengalir normal. Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan pada sumber air baku yang dipengaruhi musim masih menjadi kendala utama. Informan I_{2.5} juga mengungkapkan bahwa meskipun air jarang mati total, gangguan sering terjadi dalam bentuk air yang tiba-tiba keluar kotor. Temuan ini mengindikasikan bahwa selain masalah kuantitas (debit air), masalah kualitas air juga menjadi perhatian serius.

Dalam aspek penanganan masalah (*service recovery*), seorang informan menyatakan bahwa ketika terjadi komplain, petugas langsung turun ke lokasi untuk memperbaiki. Informan lain juga mengungkapkan bahwa setelah melapor, pihak PAM Tirta langsung melakukan pengecekan dan aliran air kembali normal dalam waktu 2-3 hari. Informan I_{2.3} dan I_{2.5} memberikan apresiasi terhadap respons cepat petugas. Informan I_{2.3} menyatakan bahwa ketika terjadi komplain, petugas langsung turun ke lokasi dan memperbaiki dalam waktu singkat. Informan I_{2.5} juga menyatakan bahwa proses pengaduan yang dilakukannya (terkait masalah tekanan air rendah di dataran tinggi) ditanggapi dengan baik dan dalam waktu 2-3 hari sudah ada tindak lanjut. Bahkan, dalam kasus tertentu, PAM Tirta membantu menyambungkan pipa langsung ke sumur utama untuk meningkatkan tekanan air. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kelemahan pada aspek teknis layanan, kemampuan *service recovery* yang baik mampu menjadi faktor penguat pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam aspek sistem pembayaran, seorang informan menyatakan bahwa tagihan jelas dan pembayarannya bisa melalui *mobile banking* sehingga sangat membantu.

Tingkat Kepercayaan Pelanggan terhadap Pelayanan Air Bersih

Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap layanan air bersih PAM Tirta tergolong cukup tinggi, dengan rincian nilai sebagai berikut. Seorang informan memberikan nilai 7 dengan alasan bahwa secara keseluruhan layanan cukup baik dan bisa diandalkan meskipun masih ada beberapa hal teknis yang perlu ditingkatkan. Seorang informan lain memberikan nilai 7 dengan alasan keraguan pada akurasi pembacaan meter saat rumah terkunci. Seorang informan memberikan nilai 9 karena menilai pelayanan dan teknisi sangat memuaskan. Seorang informan memberikan nilai 10 karena menilai pelayanan baik dan kebutuhan airnya memadai. Dua orang informan memberikan nilai 8 dengan alasan transparansi dan teknis sudah baik, namun kaporit tinggi dan air keruh mengurangi kepercayaan.

Analisis lebih mendalam terhadap tingkat kepercayaan pelanggan menunjukkan adanya pola yang menarik. Informan dengan masa berlangganan lebih lama (I_{2.5} dan I_{2.6} dengan 20 tahun) cenderung memberikan nilai kepercayaan yang moderat (8), bukan yang tertinggi (10) atau terendah (7). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin lama seseorang menjadi pelanggan, semakin kritis penilaiannya terhadap layanan karena memiliki lebih banyak pengalaman untuk dijadikan bahan perbandingan. Informan dengan masa berlangganan 10-15 tahun (I_{2.3} dan I_{2.4}) cenderung memberikan nilai yang lebih tinggi (9-10), menunjukkan bahwa pada periode ini kepercayaan masih dalam fase pertumbuhan.

Dari aspek kemampuan teknis (*ability*), seorang informan menyatakan cukup yakin bahwa PAM Tirta memiliki kemampuan teknis karena gangguan yang terjadi biasanya disertai dengan proses perbaikan. Dari aspek kemampuan teknis (*ability*), seluruh informan menyatakan keyakinan yang cukup tinggi. Bahkan informan I_{2.2} yang sempat mengeluhkan tagihan yang tidak direspon tetap mengakui bahwa secara teknis PAM Tirta mampu memperbaiki gangguan kebocoran dengan cepat. Informan I_{2.5} memberikan pernyataan yang paling komprehensif, ia tidak hanya yakin terhadap kemampuan teknis tetapi juga mampu menjelaskan secara rinci bahwa keyakinannya didasari oleh adanya tenaga ahli yang memadai, sistem pengolahan yang oke, serta dukungan regulasi dari pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *ability* merupakan fondasi terkuat dari kepercayaan pelanggan terhadap PAM Tirta.

Dari aspek integritas (*integrity*), seorang informan menyatakan cukup yakin dengan transparansi yang dilakukan pihak PAM karena pelanggan mengetahui tarif per kubik dan dapat menghitung sendiri tagihannya. Namun, seorang informan mengungkapkan kekhawatiran bahwa ketika rumah dalam keadaan terkunci, petugas tidak dapat melakukan pembacaan meter secara langsung sehingga tagihan terkesan hanya dikira-kira. Dari aspek integritas (*integrity*), mayoritas informan mengakui bahwa tarif yang ditetapkan transparan karena berbasis pada pemakaian kubikasi. Informan I_{2.5} bahkan mampu menjelaskan secara rinci cara menghitung tagihan berdasarkan perkalian antara jumlah kubik dengan tarif per kubik. Namun, celah utama pada dimensi ini terletak pada proses pembacaan meter. Informan I_{2.2} mengungkapkan kekhawatiran yang beralasan: ketika rumah dalam keadaan terkunci, tidak ada akses bagi petugas untuk membaca meter secara langsung. Hal ini berpotensi menimbulkan dugaan bahwa tagihan pada bulan tersebut hanya "dikira-kira" berdasarkan rata-rata pemakaian bulan sebelumnya. Informan I_{2.2} menyarankan agar PAM Tirta mengadopsi sistem pembacaan meter digital seperti yang telah dilakukan oleh PLN, sehingga pembacaan dapat dilakukan secara remote dan akurat.

Dari aspek kepedulian (*benevolence*), seorang informan menyatakan bahwa setiap ada masalah, petugas langsung terjun ke lokasi tanpa menunda-nunda. Namun, seorang informan mengungkapkan bahwa ketika mengalami tagihan yang melonjak tidak wajar, tidak ada respon dari pihak PAM Tirta. Dari aspek kepedulian (*benevolence*), ditemukan inkonsistensi yang cukup signifikan. Di satu sisi, informan I_{2,3} dan I_{2,5} memberikan testimoni positif tentang respons cepat petugas ketika ada keluhan. Informan I_{2,5} bahkan menceritakan pengalamannya ketika tagihan melonjak hingga Rp500.000 karena kebocoran, uangnya dikembalikan setelah dilakukan investigasi, dan meterannya diperbaiki dalam 3 hari. Di sisi lain, informan I_{2,2} mengeluhkan bahwa ketika tagihannya melonjak tidak wajar, tidak ada respon apapun dari pihak PAM Tirta sehingga ia merasa terpaksa tetap membayar. Inkonsistensi ini mengindikasikan bahwa standar pelayanan belum diterapkan secara seragam di semua wilayah atau untuk semua jenis keluhan. Hal ini menjadi catatan penting bagi manajemen PAM Tirta untuk menstandarisasi prosedur penanganan keluhan.

Peran Pengalaman dan Kepercayaan dalam Membangun Kepuasan Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam membentuk kepuasan pelayanan. Seorang informan yang telah berlangganan selama 15 tahun menegaskan bahwa yang paling berpengaruh terhadap rasa puas adalah pengalaman langsung menggunakan airnya. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa pengalaman dalam menggunakan layanan inti yaitu kualitas air yang diterima dan kelancaran distribusinya memiliki peran dominan yang tidak dapat digantikan oleh faktor lain. Pelanggan merasakan langsung setiap hari apakah air yang mengalir di rumah mereka jernih, tidak berbau, dan memiliki tekanan yang memadai. Pengalaman harian inilah yang menjadi fondasi utama dalam menilai apakah mereka puas atau tidak terhadap layanan PAM Tirta. Seorang informan yang telah berlangganan selama 20 tahun juga menyatakan bahwa pengalaman yang baik dalam penggunaan air secara otomatis memperkuat rasa percaya terhadap PAM Tirta. Artinya, ketika pelanggan secara konsisten mendapatkan air dengan kualitas yang baik dan distribusi yang lancar, maka kepercayaan mereka terhadap perusahaan akan tumbuh dengan sendirinya tanpa perlu promosi atau imbauan apapun.

Di sisi lain, kepercayaan yang telah terbentuk juga berfungsi sebagai faktor penguat yang mampu menjaga kepuasan pelanggan dalam jangka panjang, bahkan ketika terjadi gangguan layanan. Seorang informan yang telah berlangganan selama 10 tahun menyatakan dengan tegas bahwa jika sudah ada kepercayaan, gangguan sesekali masih bisa dimaklumi selama ada informasi yang jelas dari pihak PAM Tirta dan ada upaya perbaikan yang nyata. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya berperan sebagai pelengkap, tetapi sebagai semacam "bantalan" yang melindungi kepuasan pelanggan dari dampak negatif pengalaman buruk yang bersifat sementara. Pelanggan yang percaya bahwa PAM Tirta memiliki kemampuan teknis yang baik dan niat baik untuk memperbaiki masalah, cenderung akan bersabar dan memberikan kesempatan kedua, ketiga, bahkan keempat. Sebaliknya, pelanggan yang tidak memiliki kepercayaan akan langsung kecewa dan mungkin mencari alternatif lain meskipun gangguannya kecil. Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme moderasi yang memperkuat hubungan antara pengalaman dan kepuasan.

Lebih lanjut, seluruh informan dalam penelitian ini menyatakan dengan konsisten bahwa mereka tetap menggunakan layanan PAM Tirta dan tidak beralih ke layanan lain meskipun ada berbagai keluhan yang mereka sampaikan. Loyalitas ini tidak muncul begitu saja, tetapi didorong oleh beberapa faktor. Seorang informan yang mewakili pelanggan perusahaan menyatakan setia dengan PAM karena memiliki keunggulan komparatif yang tidak dimiliki oleh sumur bor, yaitu air PAM tetap bisa digunakan meskipun listrik mati. Di daerah yang sering mengalami pemadaman listrik, keunggulan ini menjadi nilai tambah yang sangat signifikan. Pelanggan tidak perlu repot-repot menyiapkan genset atau pompa air cadangan ketika listrik padam, karena air dari PAM tetap mengalir mengandalkan gravitasi dan tekanan dari instalasi pusat. Selain itu, faktor keterbatasan pilihan juga turut mempengaruhi loyalitas pelanggan. Di Kota Parepare, tidak ada penyedia layanan air bersih alternatif selain PAM Tirta. Sumur bor memang menjadi opsi, tetapi biaya investasi awal untuk membuat sumur bor sangat besar, terutama di daerah dataran tinggi yang membutuhkan pengeboran hingga puluhan meter. Tidak semua pelanggan memiliki kemampuan finansial untuk itu. Dengan demikian, loyalitas pelanggan PAM Tirta tidak selalu mencerminkan kepuasan yang tinggi, tetapi bisa juga merupakan bentuk loyalitas pasif yang didorong oleh keterbatasan pilihan dan keunggulan komparatif yang tidak tersedia pada alternatif lain.

Terakhir, para informan juga menyampaikan harapan dan saran perbaikan yang konstruktif untuk PAM Tirta ke depannya. Seorang informan yang telah berlangganan selama 10 tahun dan juga berprofesi sebagai dosen berharap agar PAM Tirta terus meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam menjaga konsistensi distribusi air dan memperkuat komunikasi kepada pelanggan. Menurutnya, pemberitahuan yang jelas sebelum terjadi gangguan,

penjelasan yang transparan jika ada keterlambatan perbaikan, serta informasi yang mudah diakses tentang status pengaduan akan sangat membantu pelanggan untuk bersiap dan mengurangi rasa frustrasi. Sementara itu, seorang informan lain yang telah berlangganan selama 20 tahun dan berprofesi sebagai wiraswasta menekankan pentingnya perhatian terhadap kualitas air. Ia menyatakan bahwa masyarakat membutuhkan air bersih dengan kualitas yang baik, tidak hanya untuk keperluan mandi dan mencuci tetapi juga untuk minum dan memasak. Kekhawatirannya tentang kadar kaporit yang tinggi dan keberadaan kotoran pada air membuatnya beralih menggunakan air galon untuk konsumsi, padahal idealnya air PAM seharusnya sudah layak minum setelah dimasak. Harapan dan saran ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki ekspektasi yang terus berkembang. Mereka tidak lagi puas hanya dengan layanan yang "cukup" atau "biasa saja". Mereka menuntut kualitas yang semakin baik dari waktu ke waktu. Jika PAM Tirta tidak merespon harapan ini dengan perbaikan yang nyata, maka loyalitas yang selama ini dijaga oleh keterbatasan pilihan bisa saja terkikis perlahan, dan pelanggan akan semakin intensif mencari alternatif, meskipun dengan biaya yang lebih mahal.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, pengalaman pelanggan terhadap layanan PAM Tirta menunjukkan kecenderungan yang dominan positif, terutama pada aspek pelayanan awal dan interaksi dengan petugas. Temuan ini mencerminkan bahwa dimensi kemudahan akses layanan telah terpenuhi dengan baik. Dalam konteks *Customer Experience Theory* dari Schmitt, hal ini berkaitan dengan dimensi *Feel* (pengalaman emosional) di mana pelanggan merasakan kenyamanan dan kemudahan sejak awal interaksi.

Kondisi ini sejalan dengan pendapat Alim Prameswari yang menyatakan bahwa interaksi yang baik antara petugas dan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif. Namun, pengalaman pelanggan tidak sepenuhnya berada dalam kondisi ideal. Ketidakkonsistenan dalam kualitas fisik air dan distribusi air bersih masih menjadi kendala utama. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas teknis layanan masih perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius dari pihak PAM Tirta.

Dari aspek kepercayaan pelanggan, tingkat kepercayaan terhadap PAM Tirta berada pada kategori cukup tinggi, dengan skala menengah hingga tinggi (7-10). Temuan ini sejalan dengan penelitian Setyoparwati yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan terbentuk melalui tiga dimensi utama, yaitu kemampuan, integritas, dan kepedulian.

Dari aspek kemampuan, pelanggan menilai bahwa PAM Tirta memiliki kapasitas teknis yang cukup memadai, yang tercermin dari adanya upaya perbaikan setiap kali terjadi gangguan. Dari aspek integritas, meskipun tingkat transparansi sudah cukup baik, masih terdapat celah yang berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan, terutama terkait proses pembacaan meter. Dari aspek kepedulian, tingkat kepedulian organisasi belum sepenuhnya konsisten di semua situasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi akan cenderung lebih memaklumi kekurangan layanan selama terdapat upaya perbaikan yang nyata. Sesuai dengan temuan Rahmatullah dan Brekat, kepercayaan yang telah terbentuk cenderung membuat pelanggan lebih toleran terhadap gangguan layanan yang bersifat sementara.

Penelitian ini dapat dibandingkan dengan hasil penelitian serupa pada PDAM/Perusahaan Air Minum lainnya di Indonesia. Penelitian oleh Oktavia dan Djumiarti (2025) pada Perusahaan Air Minum Toya Wening Kota Surakarta menemukan bahwa kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan terutama pada aspek keandalan distribusi dan penanganan keluhan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada PAM Tirta, di mana gangguan distribusi saat musim kemarau dan inkonsistensi penanganan keluhan masih menjadi kendala utama. Hal ini mengindikasikan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan air minum di berbagai daerah memiliki kemiripan, terutama yang berkaitan dengan faktor eksternal seperti musim dan keterbatasan infrastruktur.

Penelitian oleh Rahmatullah dan Brekat (2025) tentang optimalisasi transparansi penagihan dan penyelesaian keluhan dalam layanan PDAM menemukan bahwa transparansi penagihan dan penyelesaian keluhan yang cepat memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memperkuat hasil penelitian pada PAM Tirta, di mana aspek transparansi tarif dinilai cukup baik namun aspek akurasi pembacaan meter masih menjadi sumber keraguan pelanggan. Dengan demikian, rekomendasi untuk mengimplementasikan sistem pembacaan meter digital yang disampaikan oleh informan I_{2.2} memiliki dasar empiris yang kuat dari penelitian lain.

Adapun kepuasan pelanggan merupakan hasil dari interaksi antara pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Pengalaman langsung dalam menggunakan layanan air bersih menjadi faktor yang paling dominan

dalam menentukan tingkat kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan inti memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang erat antara pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Pengalaman yang positif akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan sebaliknya, kepercayaan yang tinggi akan membuat pelanggan lebih toleran terhadap pengalaman negatif. Dengan demikian, hubungan antara ketiga variabel tersebut bersifat timbal balik dan saling mempengaruhi.

Hasil wawancara dengan pihak internal PAM Tirta menunjukkan bahwa institusi telah memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui berbagai strategi, baik dari sisi teknis maupun non-teknis. Upaya tersebut meliputi optimalisasi sistem distribusi air, pengembangan sumber daya manusia, serta peningkatan sistem pelayanan berbasis teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesadaran dari pihak organisasi terhadap pentingnya pengalaman dan kepercayaan pelanggan dalam membangun kepuasan.

Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan penelitian ini dapat diperbandingkan secara lebih mendalam dengan penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan. Penelitian oleh Oktiani dkk. (2023) yang menggunakan pendekatan kuantitatif pada PT. Air Minum Giri Menang Perseroda menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 0,674. Artinya, 67,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Temuan kuantitatif ini sejalan dengan hasil penelitian kualitatif pada PAM Tirta, di mana hampir seluruh informan menyatakan bahwa kualitas pelayanan (terutama pada aspek interaksi petugas dan penanganan keluhan) menjadi penentu utama kepuasan mereka. Namun, penelitian kuantitatif tersebut tidak mampu menjelaskan mengapa 32,6% sisanya (yang tidak dijelaskan oleh kualitas pelayanan) juga berkontribusi terhadap kepuasan. Penelitian kualitatif pada PAM Tirta menemukan bahwa faktor-faktor seperti keterbatasan pilihan (tidak ada alternatif penyedia air bersih lain), keunggulan komparatif (PAM tetap bisa digunakan saat listrik mati), dan faktor sosial budaya lokal juga ikut mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian oleh Ramadhana (2023) pada PDAM Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 responden menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Penelitian tersebut menggunakan lima dimensi SERVQUAL (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) sebagai variabel independen. Temuan kuantitatif ini menjadi landasan yang baik, namun tidak dapat menjelaskan secara rinci bagaimana masing-masing dimensi tersebut dihayati oleh pelanggan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif pada PAM Tirta melengkapi kekurangan tersebut dengan menemukan bahwa dimensi Responsiveness (daya tanggap) memiliki bobot yang lebih tinggi dibandingkan dimensi lainnya dalam konteks penanganan keluhan. Pelanggan cenderung lebih memaafkan kekurangan pada aspek Tangibles (kualitas air keruh) jika aspek Responsiveness (respons cepat terhadap keluhan) terpenuhi dengan baik.

Penelitian oleh Zahrani dkk. (2023) pada PDAM di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 96 responden menemukan bahwa kualitas pelayanan air bersih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 7,834. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5. Namun, penelitian tersebut tidak dapat mengidentifikasi bahwa salah satu kelemahan utama pelanggan adalah ketidakakuratan pembacaan meter ketika rumah dalam keadaan terkunci sebuah temuan yang hanya bisa muncul melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Informan I_{2.2} secara eksplisit menyatakan kekhawatirannya tentang hal ini: "*kalau rumahnya tergeblok gak ada orang dirumah gimana caranya dia foto gitu loh, jadi lewat mana dikira-kira atau bagaimana*". Temuan ini tidak akan pernah muncul dalam kuesioner tertutup yang hanya menyediakan pilihan jawaban terbatas.

Penelitian oleh Nurwidya dkk. (2022) yang menggunakan pendekatan kualitatif pada PDAM Tirta Bening Kabupaten Pati dengan 10 informan menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tergolong baik pada empat dimensi pelayanan, namun masih rendah pada dimensi keandalan (reliability), terutama terkait ketepatan waktu pendistribusian air dan kontinuitas pasokan. Temuan ini sangat relevan dengan hasil penelitian pada PAM Tirta, di mana informan I_{2.3} juga mengeluhkan hal serupa: "*Sering. Dia itu terkadang. Kalau musim kemarau itu biasa airnya tidak mengalir. Tapi kalau musim hujan, dia itu mengalir*". Kesamaan temuan antara dua penelitian yang dilakukan di daerah berbeda (Pati, Jawa Tengah dan Parepare, Sulawesi Selatan) mengindikasikan bahwa masalah keandalan distribusi air merupakan masalah umum yang dihadapi oleh banyak PDAM/PAM di Indonesia, terutama yang sangat bergantung pada musim dan kondisi geografis.

Penelitian oleh Febrianto dan Arini (2023) yang menggunakan pendekatan kuantitatif pada pelanggan air mineral Kitaro di Kota Manna Bengkulu Selatan dengan sampel 100 responden menemukan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara parsial maupun simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,723, artinya 72,3% loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kepuasan dan kepercayaan. Penelitian kualitatif pada PAM Tirta mengonfirmasi temuan ini, di mana seluruh informan menyatakan loyalitasnya (tetap menggunakan PAM Tirta). Namun, penelitian kualitatif juga menemukan bahwa loyalitas pelanggan PAM Tirta tidak hanya didorong oleh kepuasan dan kepercayaan, tetapi juga oleh keterbatasan pilihan (tidak ada alternatif) dan keunggulan komparatif (PAM tetap bisa digunakan saat listrik mati). Dengan kata lain, loyalitas dalam konteks layanan publik yang bersifat monopoli alami (*natural monopoly*) tidak selalu mencerminkan kepuasan yang tinggi, tetapi bisa juga merupakan bentuk "loyalitas pasif" karena pelanggan tidak memiliki pilihan lain.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Masa Depan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, penelitian hanya dilakukan di satu lokasi (PAM Tirta Kota Parepare) dengan jumlah informan terbatas (7 orang). Meskipun dalam penelitian kualitatif jumlah informan yang kecil dibenarkan selama data telah mencapai titik jenuh, namun generalisasi temuan ke konteks yang lebih luas (misalnya ke PDAM/PAM di daerah lain di Indonesia) perlu dilakukan dengan hati-hati. Setiap daerah memiliki karakteristik geografis, sosial, budaya, dan kelembagaan yang berbeda, yang dapat mempengaruhi pola pengalaman, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada perspektif pelanggan dan satu orang pimpinan PAM Tirta. Perspektif dari karyawan lapangan (misalnya petugas pembaca meter, teknisi perbaikan, petugas *customer service*) tidak digali secara mendalam. Padahal, karyawan lapangan memiliki pengetahuan yang sangat berharga tentang kendala teknis di lapangan, pola keluhan pelanggan, serta hambatan-hambatan implementasi kebijakan. Penelitian masa depan disarankan untuk melibatkan karyawan lapangan sebagai informan untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik.

Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang unggul dalam hal kedalaman namun terbatas dalam hal generalisasi. Penelitian masa depan dengan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* (kombinasi kualitatif dan kuantitatif) diperlukan untuk menguji secara statistik hubungan kausal antara variabel-variabel yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini. Model persamaan struktural (SEM) atau regresi berganda dapat digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing dimensi pengalaman dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Keempat, penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel utama: pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelayanan. Variabel-variabel lain yang mungkin juga berpengaruh, seperti harga (tarif), lokasi geografis (dataran tinggi vs pesisir), lama berlangganan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan faktor demografis lainnya, tidak dianalisis secara sistematis. Penelitian masa depan disarankan untuk memasukkan variabel-variabel tersebut sebagai variabel kontrol atau variabel moderasi.

Kelima, penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu dua bulan (November-Desember 2025), yang merupakan periode peralihan dari musim kemarau ke musim hujan. Pengalaman pelanggan mungkin berbeda jika penelitian dilakukan pada puncak musim kemarau (Juli-September) ketika gangguan distribusi paling parah, atau pada puncak musim hujan (Januari-Maret) ketika debit air melimpah. Penelitian longitudinal sepanjang satu tahun penuh (meliputi semua musim) diperlukan untuk menangkap variasi musiman dalam pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelayanan PAM Tirta Kota Parepare terbentuk melalui mekanisme yang kompleks, yang dapat dijelaskan melalui integrasi tiga kerangka teori utama. Customer Experience Theory menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan melalui dimensi Sense, Feel, Think, Act, dan Relate menjadi fondasi awal dalam membentuk persepsi terhadap layanan. Customer Trust Theory menjelaskan bahwa kepercayaan yang terbentuk melalui dimensi Ability, Integrity, dan Benevolence berperan sebagai faktor moderasi yang memperkuat hubungan antara pengalaman dan kepuasan. Integrasi Expectancy-Disconfirmation Theory dan SERVQUAL menjelaskan bahwa kepuasan akhir pelanggan ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan, yang dievaluasi melalui lima dimensi kualitas layanan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kepuasan pelanggan harus dilakukan secara menyeluruh, tidak hanya dengan

meningkatkan kualitas teknis layanan, tetapi juga dengan memperkuat pengalaman positif melalui seluruh dimensi Customer Experience, membangun kepercayaan melalui transparansi dan konsistensi, serta memastikan bahwa kinerja layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Implikasi praktis dari penelitian ini sangat relevan bagi manajemen PAM Tirta. Pertama, peningkatan kualitas air harus menjadi prioritas utama karena berdampak langsung pada dimensi *sense* dalam pengalaman pelanggan. Investasi pada teknologi pengolahan air, seperti sistem RO (*Reverse Osmosis*), dapat dipertimbangkan meskipun membutuhkan biaya yang tidak kecil. Kedua, optimalisasi distribusi air terutama pada musim kemarau dapat dilakukan dengan memanfaatkan sumber air baku alternatif seperti Embung Mariraleng yang telah disebutkan oleh informan II. Ketiga, pengembangan sistem pembacaan meter digital akan meningkatkan akurasi tagihan dan mengurangi keraguan pelanggan pada dimensi integritas. Keempat, standarisasi prosedur penanganan keluhan diperlukan untuk memastikan bahwa semua keluhan, sekecil apapun, mendapatkan respons yang setara.

Penelitian ini juga menemukan faktor-faktor unik yang mempengaruhi loyalitas pelanggan PAM Tirta selain dari kepuasan dan kepercayaan. Faktor pertama adalah keterbatasan pilihan. Seluruh informan menyadari bahwa tidak ada penyedia layanan air bersih alternatif selain PAM Tirta di Kota Parepare. Kondisi ini membuat pelanggan tetap bertahan meskipun ada keluhan, karena opsi lain seperti sumur bor membutuhkan biaya investasi awal yang besar dan tidak praktis (terutama di daerah dataran tinggi). Faktor kedua adalah keunggulan komparatif PAM Tirta dibanding sumur bor, yaitu air PAM tetap bisa digunakan meskipun listrik mati, sementara sumur bor membutuhkan listrik untuk mengoperasikan pompa. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa loyalitas dalam konteks layanan publik tidak selalu mencerminkan kepuasan yang tinggi, tetapi bisa juga didorong oleh faktor struktural dan keterbatasan alternatif.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pengalaman pelanggan dalam menerima layanan air bersih dari PAM Tirta Kota Parepare secara umum berada pada kategori baik. Hal ini tercermin dari kemudahan proses pendaftaran, keramahan dan responsivitas petugas, serta kemudahan sistem pembayaran melalui *mobile banking*. Namun, masih ditemukan pengalaman negatif terkait kualitas fisik air yang terkadang keruh dan mengandung kadar kaporit tinggi, serta gangguan distribusi air yang masih terjadi pada musim kemarau. Meskipun demikian, penanganan keluhan yang cukup cepat dari pihak PAM Tirta mampu meminimalisir dampak negatif dari pengalaman tersebut. Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap layanan PAM Tirta tergolong cukup tinggi dengan rata-rata nilai antara 7 hingga 10 dari skala maksimal 10. Kepercayaan ini didasari oleh keyakinan pelanggan terhadap kemampuan teknis perusahaan yang dibuktikan dengan adanya upaya perbaikan setiap terjadi gangguan. Dari aspek integritas, pelanggan menilai transparansi tarif cukup baik meskipun masih terdapat keraguan terkait akurasi pembacaan meter ketika rumah dalam keadaan terkunci. Dari aspek kepedulian, pelanggan menilai PAM Tirta cukup responsif terhadap keluhan, namun konsistensi penanganan komplain masih perlu ditingkatkan. Kepercayaan yang tinggi ini membuat pelanggan lebih toleran terhadap gangguan layanan yang bersifat sementara. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan memiliki peran yang saling berkaitan dalam membangun kepuasan pelayanan. Pengalaman pelanggan berperan sebagai faktor utama yang secara langsung mempengaruhi kepuasan, sementara kepercayaan pelanggan berperan sebagai faktor penguat yang menjaga kepuasan dalam jangka panjang. Kepuasan pelayanan PAM Tirta terbentuk dari kombinasi antara pengalaman langsung dalam menggunakan layanan dan kepercayaan terhadap kemampuan, integritas, serta kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan air bersih. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks layanan publik (*public service*). Pertama, penelitian ini memperkuat validitas Customer Experience Theory (Schmitt, 1999) dalam konteks layanan air bersih, sekaligus menemukan bahwa bobot masing-masing dimensi dapat bervariasi tergantung pada jenis industri. Kedua, penelitian ini memodifikasi Customer Trust Theory (Mayer et al., 1995) dengan menemukan bahwa dalam konteks layanan publik yang bersifat monopoli alami (*natural monopoly*), dimensi Ability (kemampuan teknis) menjadi penentu utama kepercayaan, sementara dimensi Integrity dan Benevolence menjadi faktor sekunder. Ketiga, penelitian ini mengintegrasikan Expectancy-Disconfirmation Theory (Oliver, 1980) dengan SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) dalam kerangka analisis yang koheren, dan menemukan bahwa *service recovery* dapat berfungsi sebagai "penyeimbang" terhadap *negative disconfirmation* pada aspek layanan inti. Keempat, penelitian ini mengidentifikasi konsep "loyalitas pasif" dalam konteks layanan publik monopoli, di mana loyalitas pelanggan tidak semata-mata didorong oleh kepuasan dan kepercayaan, tetapi juga oleh keterbatasan pilihan dan keunggulan komparatif yang tidak tersedia pada alternatif. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa PAM Tirta perlu memprioritaskan peningkatan kualitas air dan konsistensi distribusi, mengembangkan sistem pengaduan berbasis digital, serta meningkatkan transparansi pembacaan meter

untuk memperkuat kepercayaan pelanggan. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan pengelolaan air bersih yang berorientasi pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Untuk penelitian lanjutan, direkomendasikan beberapa arah pengembangan. Pertama, penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang lebih besar (minimal 100 responden) perlu dilakukan untuk menguji secara statistik hubungan kausal antara pengalaman pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelayanan. Model persamaan struktural (SEM) dapat digunakan untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Kedua, penelitian komparatif antar daerah (misalnya antara PAM Tirta Parepare dengan PDAM di kota lain di Sulawesi Selatan seperti Makassar, Pinrang, atau Barru) diperlukan untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diadopsi. Ketiga, penelitian longitudinal dengan periode pengamatan minimal 2-3 tahun dapat dilakukan untuk melihat bagaimana perubahan kepuasan pelanggan seiring dengan implementasi program-program perbaikan oleh PAM Tirta. Keempat, penelitian kuantitatif dengan variabel tambahan seperti harga, lokasi geografis (dataran tinggi vs pesisir), dan faktor demografis (usia, pendidikan, pendapatan) dapat dilakukan untuk mengidentifikasi segmen pelanggan yang paling membutuhkan perhatian khusus. Kelima, studi tentang efektivitas biaya (*cost-effectiveness analysis*) dari berbagai alternatif investasi (teknologi RO, digitalisasi meter, optimalisasi sumber air baku) dapat membantu manajemen PAM Tirta dalam mengambil keputusan investasi yang tepat.

Referensi

1. R. Fadli and R. Suryani, "Analisis Kendala Pelayanan PDAM di Wilayah Kota Parepare," *Jurnal Administrasi Publik*, vol. 12, no. 2, pp. 45-60, 2022.
2. R. Kurniawan and N. Sari, "Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pelayanan Air Bersih," *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Publik*, vol. 15, no. 2, pp. 21-35, 2023.
3. Suryani et al., "Dampak Musim Kemarau terhadap Debit Air Baku PAM Tirta Parepare," *Jurnal Sumber Daya Air dan Lingkungan*, vol. 18, no. 1, pp. 45-58, 2024.
4. E. T. Wahyudi, "Pelayanan Air Minum dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PDAM di Kabupaten Sumenep," *Skripsi*, Universitas Trunojoyo Madura, 2019.
5. A. Oktiani, R. Yulindari, and G. Andriyani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Air Minum Giri Menang Perseroda," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 23-35, 2023.
6. A. M. F. Ramadhana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep," *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023.
7. I. Zahrani, Jumaidi, and N. Urahmah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Instalasi Pengelolaan Air (IPA) Telaga Silaba," *Jurnal Pelayanan Publik*, vol. 2, no. 1, pp. 12-25, 2023.
8. A. Nurwidya, H. Sawiji, and T. Murwaningsih, "Kepuasan Pelanggan pada Pelayanan Air Bersih di PDAM Tirta Bening Kabupaten Pati," *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, vol. 8, no. 2, pp. 78-92, 2022.
9. Febrianto and E. Arini, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada Pelanggan Air Mineral Kitano di Kota Manna Bengkulu Selatan," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 15, no. 1, pp. 34-47, 2023.
10. A. K. Maburr et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Ompo Kabupaten Soppeng," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 56-68, 2022.
11. F. Elvi and F. N. Sabela, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum: Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau," *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, vol. 3, no. 3, pp. 112-125, 2022.
12. B. Schmitt, "Experiential Marketing," *Journal of Marketing Management*, vol. 15, no. 3, pp. 53-67, 1999.
13. R. C. Mayer, J. H. Davis, and F. D. Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust," *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 3, pp. 709-734, 1995.
14. R. M. Morgan and S. D. Hunt, "Re-examining the Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing: Thirty Years On," *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 32, no. 1, pp. 1-19, 2024.
15. R. L. Oliver, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, vol. 17, no. 4, pp. 460-469, 1980.
16. A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12-40, 1988.
17. K. N. Lemon and P. C. Verhoef, "Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey," *Journal of Marketing*, vol. 80, no. 6, pp. 69-96, 2016.
18. J. Lee and H. Kim, "Customer Experience, Trust, and Satisfaction in Digital Services," *The Service Industries Journal*, vol. 42, no. 3, pp. 251-270, 2022.
19. M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. SAGE Publications, 2020.
20. L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021.
21. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2023.
22. P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education Limited, 2016.
23. I. Alnawas and J. Hemsley-Brown, "Examining the key dimensions of brand experience and their impact on customer loyalty: The mediating role of brand satisfaction and brand trust," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 61, no. 10, pp. 25-70, 2021.
24. H. Alzoubi, A. Ahmed, and M. Alshurideh, "Digital trust and customer retention in online services: Mediating role of satisfaction," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 72, no. 10, pp. 32-38, 2023.
25. W. I. D. Oktavia and T. Djumiarti, "Analisis Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Toya Wening Kota Surakarta," *Journal of Management and Public Policy*, vol. 14, no. 2, pp. 1423-1441, 2025.