

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS  
PELANGGAN PADA USAHA DEPOT AIR DI DESA BANGUN SARI  
BARU**

**Aprinawati<sup>1)</sup>, Yeyen Aprilia Munthe<sup>2)</sup>, Aprilia Putri Liany<sup>3)</sup>, Khawarizmi  
Annadi S<sup>4)</sup>, Arta Yesaro Sinaga<sup>5)</sup>, Alexander Sinulingga<sup>6)</sup>, Jizdan Ramadan<sup>7)</sup>,  
Habli Ridho Febrian<sup>8)</sup>**

<sup>1)</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

<sup>2,3,4,5,6,7,8)</sup>Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

\*E-mail: aprinawati@unimed.ac.id

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi proses distribusi, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keandalan layanan, dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan air galon di Desa Bangun Sari Baru. Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha dan konsumen air galon pada Desa Bangun Sari Baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dimana mewawancarai para pelaku usaha dan para konsumen air galon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas terhadap pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.**

**Abstract**

*This research aims to evaluate the distribution process, identify factors that influence service reliability, and measure the level of customer satisfaction in the context of gallon water services in Bangun Sari Baru Village. Respondents in this research were business actors and consumers of gallon water in Bangun Sari Baru Village. This research uses a qualitative method which involves interviewing business actors and consumers of gallon water. The research results show that service quality greatly influences customer satisfaction and customer loyalty.*

**Keywords: Service quality, customer satisfaction, and customer loyalty**

**PENDAHULUAN**

Strategi Pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan seorang pengusaha untuk menghadapi persaingan. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan.

Di Desa Bangun Sari Baru terdapat banyak usaha sejenis yaitu Depot Air. Depot Air merupakan salah satu usaha yang membutuhkan loyalitas pelanggan. Depot Air sendiri adalah usaha yang menyediakan air minum dalam kemasan galon untuk

kebutuhan rumah tangga, kantor atau tempat umum. Depot air minum memiliki persaingan yang ketat dengan usaha sejenis, baik yang berskala besar maupun kecil. Oleh karena itu, depot air harus mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar.

Pelayanan pada setiap usaha Depot Air minum Di Desa Bangun Sari Baru, setiap usaha itu menerapkan strategi pelayanan yang berbeda sebagian depot menerapkan sistem

voucher/kupon, antar jemput, menawarkan dengan harga yang lebih murah, sewa galon, menerapkan sistem pembayaran sekali seminggu, dan memberikan tissue galon, namun dari semua strategi pelayanan yang ada masih terdapat beberapa komplain pelanggan seperti, pelanggan komplain mengenai kualitas air, kebersihan galon, kebocoran galon, dan waktu pengantaran yang tidak tepat waktu.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan air galon, pemilik depot air harus dapat menangani komplain dari pelanggan seperti memperhatikan kualitas dari air, menjaga kebersihan galon, memastikan tidak terjadi kebocoran galon di pihak pemilik, jika galon tersebut rusak di tangan pemilik depot maka pemilik wajib mengganti dengan galon baru, yang penting dari sebuah pelayanan depot air yang menerapkan sistem antar jemput harus dapat mengantarkan galon dengan tepat waktu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi proses distribusi, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keandalan layanan, dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan air galon.

#### **METODE PENELITIAN**

Strategi Pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan seorang pengusaha untuk menghadapi persaingan. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan.

Di Desa Bangun Sari Baru terdapat banyak usaha sejenis yaitu Depot Air. Depot Air merupakan salah satu usaha yang membutuhkan loyalitas pelanggan. Depot Air sendiri adalah

usaha yang menyediakan air minum dalam kemasan galon untuk kebutuhan rumah tangga, kantor atau tempat umum. Depot air minum memiliki persaingan yang ketat dengan usaha sejenis, baik yang berskala besar maupun kecil. Oleh karena itu, depot air harus mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar.

Pelayanan pada setiap usaha Depot Air minum Di Desa Bangun Sari Baru, setiap usaha itu menerapkan strategi pelayanan yang berbeda sebagian depot menerapkan sistem voucher/kupon, antar jemput, menawarkan dengan harga yang lebih murah, sewa galon, menerapkan sistem pembayaran sekali seminggu, dan memberikan tissue galon, namun dari semua strategi pelayanan yang ada masih terdapat beberapa komplain pelanggan seperti, pelanggan komplain mengenai kualitas air, kebersihan galon, kebocoran galon, dan waktu pengantaran yang tidak tepat waktu.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan air galon, pemilik depot air harus dapat menangani komplain dari pelanggan seperti memperhatikan kualitas dari air, menjaga kebersihan galon, memastikan tidak terjadi kebocoran galon di pihak pemilik, jika galon tersebut rusak di tangan pemilik depot maka pemilik wajib mengganti dengan galon baru, yang penting dari sebuah pelayanan depot air yang menerapkan sistem antar jemput harus dapat mengantarkan galon dengan tepat waktu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi proses distribusi, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keandalan layanan,

dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan air galon.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Pelayanan**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan di beberapa depot air minum yang berlokasi di Desa Bangun Sari Baru. Diperoleh hasil mengenai strategi-strategi pelayanan yang diterapkan di depot-depot air yang sudah di survei tersebut. Adapun data strategi pelayanan yang diterapkan diantaranya :

1. Di beberapa depot menerapkan dan memberikan pelayanan system voucher/kupon. Seperti pembelian 10 galon akan di berikan gratis isi ulang galon ketika pembelian ke 11.
2. Memang tidak semua galon yang telah di survei menerapkan sistem antar jemput galon. Ada juga sebagian depot yang tidak menerapkan strategi pelayanan tersebut. Bagi depot yang menerapkan strategi tersebut memberikan penawaran harga Rp 6.000 atau 5.000 per galon. Sedangkan kalau langsung di jemput ke depot para pemilik depot akan memberikan harga Rp. 4.000 per galon. Selain itu di beberapa depot juga akan memberikan penawaran berupa variasi harga yang terjangkau serta lebih murah. Beberapa depot juga melakukan strategi pelayanan berupa sewa galon. Dimana pasti akan ada keadaan ketika beberapa pembeli tidak mempunyai galon sendiri. Dan para pemilik depot yang menerapkan pelayanan tersebut juga akan memberikan pilihan layanan sewa galon

tersebut kepada para pembeli atau langganan di depot tersebut. Sistem Pembayaran sekali seminggu. Juga menjadi salah satu strategi pelayanan yang diterapkan di beberapa depot air. Dengan alasan dari para pemilik ada sebagian pembeli yang melakukan pembelian galon secara utang. Maka untuk menghindari utang pembeli yang menumpuk atau tidak tercatat dengan baik. Maka pemilik depot galon menerapkan strategi pelayanan tersebut.

3. Memberikan tissue galon, selain bisa menjadi sebuah servis pembelian galon di depot. Memberikan tisu galon juga diterapkan pemilik depot menjadi strategi pelayanan yang ditawarkan.

### **2. Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam mempertahankan hubungan kepada para pelanggannya. Salah satu faktor yang menjadi diberikan oleh para pengusaha depot air minum. Dalam upaya memberikan pelayanan yang baik, konsisten dan juga responsif terhadap kebutuhan dari konsumen menjadi salah satu kunci utama dari keberhasilan usaha ini. Selain itu juga dalam mempertahankan konsistensi untuk memberikan pengalaman yang baik juga sangat penting dilakukan. Seperti dari segi waktu, harga, kualitas produk, dan interaksi dengan karyawan, maka dari itu konsumen perlu merasakan konsistensi yang positif dalam setiap transaksi atau kunjungan ke usaha galon depot. Dalam hal Ini pastinya akan dapat membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara usaha dan konsumen. Dalam cara

untuk selalu memberikan nilai tambah juga merupakan strategi yang dilakukan secara efektif untuk dapat membuat para konsumennya merasa nyaman dan juga betah.

Dalam hasil observasi dan juga wawancara yang telah dilakukan penulis terhadap konsumen depot air minum di desa bangun sari baru, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa yang membuat para konsumen itu loyal berdasarkan aspek dari :

1. Aspek dari harga air minum sebanding dengan pelayanan dan kualitas airnya.
2. Menerapkan sistem antar jemput galon
3. Kualitas air
4. Kebersihan dan sanitasi sangat memenuhi harapan pelanggan.
5. Beberapa depot air yang menerapkan sistem tukar voucher/ kupon dengan minimal pembelian galon.

Adapun faktor yang membuat para konsumen tidak loyal terhadap satu usaha depot air minum adalah waktu antar jemput galon minumannya tidak tepat waktu.

### **SIMPULAN**

Strategi Pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan seorang pengusaha untuk menghadapi persaingan. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan.

Di Desa Bangun Sari Baru terdapat banyak usaha sejenis yaitu Depot Air. Depot Air merupakan salah satu usaha yang membutuhkan loyalitas pelanggan. Depot Air sendiri adalah usaha yang menyediakan air minum dalam kemasan galon untuk kebutuhan rumah tangga, kantor atau tempat umum. Depot air minum

memiliki persaingan yang ketat dengan usaha sejenis, baik yang berskala besar maupun kecil. Oleh karena itu, depot air harus mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan air galon, pemilik depot air harus dapat menangani komplain dari pelanggan seperti memperhatikan kualitas dari air, menjaga kebersihan galon, memastikan tidak terjadi kebocoran galon di pihak pemilik, jika galon tersebut rusak di tangan pemilik depot maka pemilik wajib mengganti dengan galon baru, yang penting dari sebuah pelayanan depot air yang menerapkan sistem antar jemput harus dapat mengantarkan galon dengan tepat waktu.

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam mempertahankan hubungan kepada para pelanggannya. Dalam upaya memberikan pelayanan yang baik, konsisten dan juga responsif terhadap kebutuhan dari konsumen menjadi salah satu kunci utama dari keberhasilan usaha ini. Selain itu juga dalam mempertahankan konsistensi untuk memberikan pengalaman yang baik juga sangat penting dilakukan. Seperti dari segi waktu, harga, kualitas produk, dan interaksi dengan karyawan, maka dari itu konsumen perlu merasakan konsistensi yang positif dalam setiap transaksi atau kunjungan ke usaha galon depot. Dalam hal ini pastinya akan dapat membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara usaha dan konsumen. Dalam cara untuk selalu memberikan nilai tambah juga merupakan strategi yang dilakukan secara efektif untuk dapat

membuat para konsumennya merasa nyaman dan juga betah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Friska Febrianti & Sabinus Beni (2023). Strategi memperhatikan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner Di Kecamatan Bengkayang. Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan
- Iwan Prasetyo. SE., MM & Tri Endang Yani. SE., Msi (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, Customer Relationship Management Dan Kepuasan Pelanggan. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
- Sri Wiludjeng SP, Dea Amalia, & Cucu Hodijah (2023). Kontribusi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediating. Universitas Widyatama Indonesia.
- Tony Prastyo Budi & Lativa Hartiningtyas (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Graha Air Minum Isi Ulang Tirta Segah Trenggalek Melalui Kepuasan Pelanggan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulung Agung.