

ANALISIS KEMAUAN MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR TARIF AIR MINUM PDAM SEKTOR RUMAH TANGGA DI KOTA BANDA ACEH

Abstract

This explanatory quantitative research aims to determine the factors that affect the Willingness to pay on tariffs at the Regional Water Supply Company (PDAM) Tirta Daroy Banda Aceh. The data used in this research are primary data that obtain from population and the research sample in PDAM Tirta Daroy work area. The sampling technique use in this study was the probability sampling – simple random sampling, the method applying by choosing some of the populations in certain way, so all the population have the same opportunity to be selected or taken. Data were analysed using statistical test - structural equation modelling (SEM) AMOS (analysis of moment structure) which is by doing Confirmatory Factor Analysis (CFA) first. The result of this study show that Willingness to pay (WTP) influenced by customer satisfaction and the regulation, Willingness to pay (WTP) does not affected by the Promotion, customer satisfaction is not influenced by customer education level, customer satisfaction and promotion is influenced by existing regulations / policies, while there is no strong relation between education and customer income.

Asrizal

*Magister Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Syiah Kuala
E-mail: asrizal@gmail.com*

Sofyan Syahnur

*Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Syiah Kuala
E-mail: kabari_sofyan@yahoo.com*

Muhammad Nasir

*Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Syiah Kuala
E-mail: nasirmsi@yahoo.com*

Keywords:

*Willingness to pay, factor analysis, PDAM
Banda Aceh*

PENDAHULUAN

Air merupakan kebutuhan dasar manusia terutama dal hal penunjang utama aktifitas baik untuk rumah tangga, pertanian, perdagangan, perindustian, pariwisata dan berbagai aktifitas lainnya. Kebutuhan air tersebut pada hakikatnya tanpa batas, dan itu sangat dipengaruhi sejauh mana kubutuhan yang diinginkan.

Kebutuhan air lambat laun makin mengalami peningkatan yang sangat signifikan, terutama menyangkut akan kebutuhan air minum, hal itu berbanding luruh dengan peningkatan jumlah populasi masyarakat dunia. Berdasarkan Penelitian tetang *Access to Safe Drinking Water and Its Impact on Global Economic Growth* yang dilakukan oleh *Halosource. Inc* tahun 2013 ditemukan bahwa konsumsi air global pada tahun 2012, 8% digunakan di sektor domestik/rumah tangga, 23% sektor Industri dan 69% sektor pertanian (Fogden, 2013).

Suplai air yang tidak tercukupi merupakan permasalahan sendiri dari Negara maju dan Negara berkembang. Berdasarkan penelitian *World Water Assessment Programme* (2012), 780 juta penduduk dunia tidak memperoleh akses air bersih yang layak dan ternyata 80 juta diataranya berada dinegara yang tercinta ini yaitu di Indonesia.

Pada hakekatnya Indonesia adalah merupakan Negara yang memiliki sumber air yang melimpah. Akan tetapi perkembangan pembangunan yang pesat mengakibatkan banyak wilayah sebagai daerah tangkapan air berubah menjadi wilayah padat penduduk. Hutan yang seharusnya terpelihara menjadi lahan bisnis bagi keuntungan segelintir golongan. Sehingga sumber-sumber air baku bagi kebutuhan akan air bersih bagi pendudukan terutama wilayah perkotaan jadi berkurang bahkan nyaris tidak ada. Sehingga banyak didapati pendudukan perkotaan krisis akan air bersih dan air minum.

Provinsi Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mengalami masalah akan ketersediaan air bersih. Dengan jumlah penduduk 5,069 juta (2016) hampir 60 persen masyarakat aceh belum mendapat layanan air bersih secara baik (BP-SPAM,2015) dan aceh menduduki urutan ke-8 dari 10 provinsi dengan cakupan layanan terendah. Dan khusus pelayanan PDAM diaceh hanya mampu melayani sekitar 40 persen dari jumlah penduduk diaceh.

Sesuai dengan amanat UUD dan Peraturan Pemerintah, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki tugas pokok sebagai perusahaan yang menyelenggarakan pengelolaan air minum untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang mencakup aspek sosial, kesehatan, pelayanan umum. PDAM mempunyai fungsi pelayanan umum dan jasa, menyelenggarakan sumber-sumber atau potensi air, baik di atas maupun di bawah tanah dan memupuk pendapatan.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Daroy adalah perusahaan yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Banda Aceh yang bertujuan menyediakan air bersih yang layak bagi warga. Operasional PDAM sendiri ditunjang oleh subsidi pemerintah dan iuran Pelanggan. Berdasarkan laporan keuangan PDAM Tirta Daroy tahun 2015 dan 2016 terdapat piutang usaha yang tidak tertagih khusus untuk kelompok rekening air umum per 31 Desember 2015 sebesar Rp. 30.484.481.575, - dan agak sedikit menurun sampai dengan per 31 Desember 2016 sebesar Rp. 28.831.107.255,-, dan jika diestimasi maka kerugian mencapai Rp. 2.540.373.465 perbulannya. Kerugian ini disebabkan karena tunggakan biaya oleh pelanggan yang setiap bulan diperkirakan 30% – 40% pelanggan tidak membayar biaya suplai air bersih tepat waktu setiap bulannya, dan itu sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kesediaan pelanggan PDAM dalam membayar iuran air minum. Berdasarkan teori yang ada diketahui bahwa terdapat 5 faktor yang mempengaruhi WTP yaitu; pendidikan (Ewnetu, 2015; Ifabiyi, 2011; aroche et al., 2001; UNDP, 1997; UNESCO, 2012; Cosse, 1998), pendapatan (Nabsiah, 2015; Kanayo, et al, 2013; Zorzeta and Thomas, 2016; John and Kenneth, 2000; Stefan Baurgartner and friends, 2011, Age AT, 1998; Alias Radam and friends, 2010), promosi (Mauricio P. and Joydeep S. 2011; Texas Goverment, 2012; Chung dan Yi, 2014), regulasi (Richard T. Carson and Jordan J. Louviere, 2010; Thomas J. Kniesner, 2011; Bums et al., 1994) dan kepuasan pelanggan (Alias R and friends, 2010; Tse dan Wilton, 1988; dan Oliver, 1999; Oduro, 2012).

TINJUAN TEORITIS

Sumber daya (*resource*) merupakan segala sesuatu yang tersedia di bumi, dapat digunakan untuk kebutuhan makhluk hidup dan bernilai ekonomi. Air memiliki nilai ekonomi karena air memiliki karakteristik. Salah satu masalah pokok yang dihadapi dalam ekonomi adalah jenis dan jumlah barang yang harus diproduksi. Masalah ini akan diketahui dengan interaksi antara para pembeli dan penjual di dalam suatu pasar Karena itu, terdapat dua mekanisme interaktif yang melandasi hubungan antara pembeli dan penjual, yaitu teori permintaan dan penawaran. Secara teoritis, titik temu antara barang yang diminta dan yang ditawarkan ditentukan atas kesepakatan yang menguntungkan bagi konsumen maupun produsen. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan (Samuelson, 2006). Menurut Billas (2000) menyebutkan bahwa permintaan adalah jumlah yang akan dibeli per unit waktu, menjadi semakin besar, apabila harga semakin rendah, *ceteris paribus* (keadaan lain dianggap tetap). Hukum permintaan ini hanya

akan berlaku dalam keadaan *ceteris paribus* artinya faktor-faktor lain selain harga barang itu sendiri seperti harga barang lain, pendapatan, selera dan lain-lain dianggap tetap. Willingness to Pay atau kemauan untuk membayar adalah bentuk kemauan suatu individu dalam membayar pada suatu kondisi terhadap suatu sumber daya dan jasa dalam rangka memperbaiki kualitas dari lingkungan keberadaannya. Willingness to Pay itu sendiri dihitung sejauh mana kemampuan setiap individu atau masyarakat mau mengeluarkan uang dalam rangka perbaikan kondisi sesuai yang diinginkan. Willingness to Pay juga akan mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi WTP itu berdasarkan persepsi Pelanggan terhadap tingkat pelayanan. Untuk mengkaji kemauan membayar tarif air minum bisa juga berdasarkan persepsi para pelanggan terhadap tingkat pelayanan.

Penghitungan WTP dapat dilakukan secara langsung (*direct method*) dengan melakukan survey, dan secara tidak langsung (*indirect method*), yaitu penghitungan terhadap nilai dari penurunan kualitas lingkungan yang telah terjadi. Dalam penelitian ini penghitungan WTP dilakukan secara langsung (*direct method*), dengan cara *survey* dan melakukan wawancara dengan masyarakat. Penelitian ini tidak menghitung nilai WTP suplai air bersih oleh PDAM Tirta Daroy, namun melihat faktor – faktor/determinan yang mempengaruhi konsumen/pelanggan PDAM Tirta Daroy untuk membayar biaya suplai air bersih. Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kemauan membayar oleh konsumen. Berdasarkan *Theory Utility*, faktor yang mempengaruhi kemauan membayar oleh konsumen adalah: level konsumsi; perilaku konsumen; sikap konsumen; persepsi konsumen; dan sosial demografi faktor.

Teori Perilaku Konsumen

Salah satu masalah pokok yang dihadapi dalam ekonomi adalah jenis dan jumlah barang yang harus diproduksi. Masalah ini akan diketahui dengan interaksi antara para pembeli dan penjual di dalam suatu pasar. Karena itu, terdapat dua mekanisme interaktif yang melandasi hubungan antara pembeli dan penjual, yaitu teori permintaan dan penawaran. Secara teoritis, titik temu antara barang yang diminta dan yang ditawarkan ditentukan atas kesepakatan yang menguntungkan bagi konsumen maupun produsen.

Willingness to Pay (WTP)

Willingness to Pay atau kemauan untuk membayar adalah bentuk kemauan suatu individu dalam membayar pada suatu kondisi terhadap suatu sumber daya dan jasa dalam rangka memperbaiki kualitas dari lingkungan keberadaannya. Willingness to Pay itu sendiri dihitung sejauh mana kemampuan setiap individu atau masyarakat mau mengeluarkan uang dalam rangka perbaikan

kondisi sesuai yang diinginkan. Willingness to Pay juga akan mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi WTP itu berdasarkan persepsi Pelanggan terhadap tingkat pelayanan. Untuk mengkaji kemauan membayar tarif air minum bisa juga berdasarkan persepsi para pelanggan terhadap tingkat pelayanan. Menurut (Haab, 2002) dalam pengukuran Willingness to Pay baru bisa dianggap logis jika memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

1. Bahwa WTP tidak memiliki batas bawah yang negatif
2. Bahwa batas atas WTP tidak melebihi pendapatan
3. Terdapat konsistensi antara keacakan (randomness) pendugaan dan keacakan perhitungannya.

Secara matematis $0 \leq WTP \leq M$.

Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Willingness to Pay

Tingkat pendidikan merupakan jenjang pendidikan formal yang ditempuh individu sebagai upaya untuk memperoleh ilmu pengetahuan. Individu dengan tingkat pendidikan tinggi umumnya memiliki pengetahuan dan wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan individu yang tidak memiliki pendidikan yang tinggi. Pengetahuan tercermin dari perilaku individu (IPH, 2008). *Willingness to Pay* merupakan bentuk kesadaran terhadap tanggung jawab yang berhubungan dengan pendidikan dan pengetahuan (Cosse, 1998). Berbagai penelitian telah menemukan hubungan antara tingkat pendidikan dengan *Willingness to Pay*. Penelitian yang dilakukan di Nigeria menemukan bahwa variabel tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang dominan terhadap *Willingness to Pay* suplai air bersih (Ifabiyi (2011); Kanayo, *et al.*, (2013), selain itu juga Mbata (2007) dalam penelitian yang dilakukan di Botswana – Kenye juga menemukan bahwa pendidikan merupakan faktor utama yang mempengaruhi *Willingness to Pay* suplai air bersih (Mbata, 2007).

Pengaruh Promosi Terhadap Willingness to Pay

Penelitian tentang harga promosi telah menunjukkan bahwa ketika produk gratis dibundel bersama-sama dengan produk lain, konsumen mengurangi kesediaan mereka untuk membayar untuk produk gratis ketika tidak sedang ditawarkan secara gratis. Akibatnya konsumen akan cenderung akan membeli produk tersebut jika telah diberi potongan harga saja (Mauricio P. and Joydeep S. 2011).

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Willingness to Pay

Sejak "revolusi layanan pelanggan" didengungkan hampir 20 tahun yang lalu, penelitian bisnis telah banyak difokuskan pada kepuasan pelanggan dan melahirkan berbagai bisnis yang

berfokus pada pelanggan. Seperti perusahaan konsultan dan berbagai perusahaan lain yang telah bekerja untuk mengidentifikasi karakteristik organisasi atau perusahaan yang secara konsisten menyenangkan pelanggan mereka, mengembangkan alat yang memantau kepuasan pelanggan dan terus menerus membangun sistem peningkatan kualitas yang dapat merespon umpan balik dari konsumen (Alias R and friends, 2010). Definisi kepuasan pelanggan telah banyak diperdebatkan sehingga setiap organisasi semakin berupaya untuk mengukurnya. Kepuasan pelanggan dapat dialami dalam berbagai situasi dan terhubung pada dua hal yaitu pelayanan dan barang. Kepuasan adalah penilaian yang sangat pribadi yang sangat dipengaruhi oleh harapan Pelanggan.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Willingness to Pay

Menurut Zorzeta and Thomas (2016) jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan memiliki pengaruh pada WTP namun penelitiannya tersebut juga menemukan bahwa sebagian besar letak geografis (wilayah) merupakan variabel tidak memiliki efek yang signifikan terhadap WTP. Hal yang sedikit berbeda dikemukakan oleh John and Kenneth (2000) bahwa elastisitas pendapatan terhadap WTP cenderung tidak signifikan sehingga tidak dapat diperhitungkan dalam variable yang diperhitungkan.

Pengaruh Regulasi/kebijakan Terhadap Willingness to Pay

Ada banyak kasus lain yang relevan untuk mengukur perubahan kesejahteraan. Secara khusus, ada serangkaian langkah-langkah analog yang fokus pada kemauan minimum untuk menerima (WTA) kompensasi untuk perubahan yang tidak diinginkan. Bernagkat dari hal tersebut kesejahteraan ekonomi masyarakat tradisional dapat dilihat dari rata-rata WTP terhadap pelayanan public, tetapi disayangkan biasanya para pembuat kebijakan lebih peduli terhadap data ringkasan statistik dari distribusi WTP (Richard T. Carson and Jordan J. Louviere, 2010).

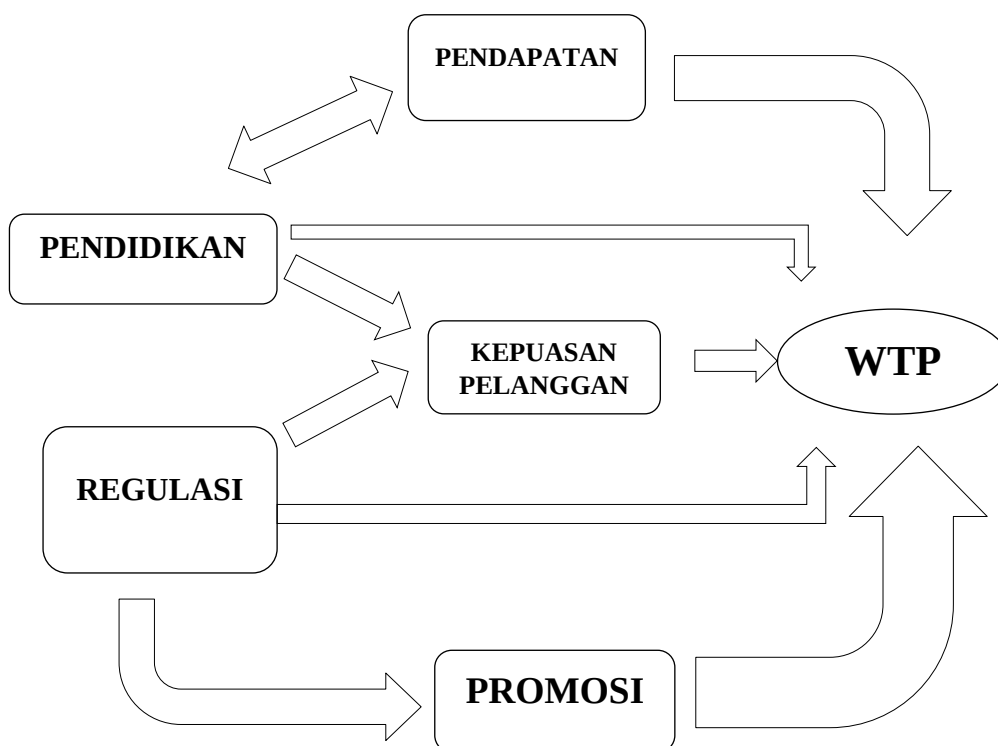
Pengaruh Pendidikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Defenisi kepuasan pelanggan menurut Anderson, Fornell dan Lehmann (1994 di Chung dan Yi, 2014) terdapat dua pandangan yang berbeda untuk menjelaskan kepuasan pelanggan; (1) kepuasan pelanggan khusus transaksi yaitu kondisi yang dirasakan pelanggan dalam situasi tertentu, nilai yang diperoleh dari menggunakan produk, respon emosional langsung terhadap barang dan jasa. (2) kepuasan pelanggan kumulatif adalah evaluasi keseluruhan pelanggan semua pengalaman pembelian yang bertujuan produk atau jasa, yang dapat dianggap sebagai indikator dasar, juga dapat menunjukkan kinerja perusahaan di masa lalu, sekarang dan bahkan masa depan.

Pengaruh Regulasi/kebijakan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pemerintah Texas telah menetapkan bahwa setiap lembaga dan pendidikan tinggi dalam negara harus mengumpulkan umpan balik dari pelanggannya, juga termasuk beberapa bidang layanan pelanggan lainnya yang memberi kebijakan umpan balik sebagai berikut Texas Goverment, 2012). Pada penelitian lainnya Sherly (2011) menemukan banyak restoran telah mengembangkan kebijakan untuk menangani ketidakpastian kepuasan pelanggan dengan melakukan sebuah survei online pada sikap konsumen terhadap restoran.

Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1
Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Data konsep (diolah)

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di area distribusi PDAM Tirta Daroy yang mencakup 9 (sembilan) Kecamatan dan 119 Gampong di Kota Banda Aceh. Penelitian *explanatory quantitative* (Bungin, 2006; David Kline *cit.* Sugiyono, 2006; Neuman, 2006) bertujuan untuk menjelaskan suatu peristiwa, membangun, mengelaborasi, melanjutkan dan menguji teori (Neuman, 2006).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan penerima layanan air bersih aktif minimal 2 (dua) tahun dari PDAM Tirta Daroy. Teknik sampling menggunakan *probability sampling* jenis *simple random sampling* yang mana terdapat peluang yang sama untuk dipilih bagi setiap populasi yang menjadi sample (Sugiyono 2001:57). Untuk menghindari subjektivitas dari sampling maka pengambilan sampling digunakan metode pembangkit angka acak (Random Number Generator). *Random Number Generator* adalah suatu metode algoritma yang digunakan untuk menghasilkan suatu bentuk urutan angka-angka yang secara statistik independen dan tidak dapat ditebak.

Pemilihan sampling menggunakan metode pembangkit angka acak (RNG) ditetapkan sebanyak 200 sample dari 43.178 pelanggan aktif di 9 (sembilan) kecamatan yang terdiri dari 119 gampong yang dilayani oleh PDAM Tirta Daroy Banda Aceh. Hal ini dilakukan dengan tujuan terwakilinya semua keragaman sampel yang ada (Mardikanto, 2011). Validitas instrument dilakukan uji correlation product moment dan reliabilitas instrument diuji dengan teknik cronbach alpha. Instrument memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi ditentukan jika nilai koefisiennya diperoleh $> 0,60$.

Dibawah ini terdapat tabel yang menggambarkan jumlah Pelanggan PDAM aktif per kecamatan dalam Kota Banda Aceh :

Tabel. 1
Jumlah Pelanggan aktif PDAM Kota Banda Aceh

No.	Kecamatan	Desa	Jml. Pelanggan
I.	Syiah Kuala	Jeulingke,Lampinueng/Kuta Baru,Perumnas Lingke,Prada/Lamgugop,Rukuh,Darussalam,deah Raya,Gp.Pineung,Gp.Tibang,Alue Naga,Ie Masen Kaye Adang,Lamnyong,lamgugup,Prada	7.077
II.	Ulee Kareng	Ceurih,Ds.Doy,Ie Masen Ulee Kareng,Ilei,Lam Glumpang,Lambhuk,Lamteh,Pango Raya,Ulee kareng,Pango Deah	4.051
III.	Kuta Alam	Asrama ABRI PHB,Asrama Polri,Asrama ABRI Kuta Alam,Beurawe,Kp. Kramat,Kp. Laksana, Kp.Lamdingin,Kp.Mulia,Kuta Alam,Lambaro Skep,Lamprit,Lampulo,Peunayong,Asrama Polri Kp.Kramat,Lamprit TNI	9.487
IV.	Kuta Raja	Gp.Jawa,Keudah,Kp. Pande,Lampaseh Kota,Merduati,Pelanggahan	2.585
V.	Lueng Bata	Blang Cut/Suka Damai,Ds.Batoh,Ds.Cot Mesjid,Ds. Lamdom,Ds. Lampaloh,Kompl. Budha Tsu Tzi,Lamseupueng,Lembah Hijau,Lueng Bata,Pante Riek,Sp.Surabaya/Suka Damai	4.708
VI.	Baiturrahman	Asrama (Polri Peuniti,Polri Neusu, POM, TNI AD Keraton, TNI AD Neusu,TNI Peuniti),Ateuk Deah Tanoh,Ateuk Jawo,Ateuk Pahlawan/labui,Blang arafah,Kp. Baru/Pasar Aceh,Peuniti,Setui,Blower,Neusu aceh,Neusu Jaya,Setui TU	5.021
VII.	Banda Raya	Ds.Mibo/Lhong Raya,Ds.Peujerat,Geuce Komplek,Geuceu Inem,Geuceu Kaye Jato,Keutapang Dua/TNI,Kp.Lamlagang,Lam Ara,Lhong Cut,Peujerat,Lampeuot	3.142
VIII.	Meuraxa	Alue Deah Teungoh,Asoe Nanggroe,Cot Lamkuweuh,Deah Baroe,Deah Glumpang,Gp. Baro,Gp. Pie,Gp. Blang,Kp. Blang Oi,Kp. Punge Teungoh,Lam Jabat,Lambung,Lampaseh Aceh,Punge Jurong,Punge Ujong,Surien,Ulee Lheu	4.074
IX.	Jaya Baru	Ds.Bitai,Ds.Garot,Ds. Ulee Pata,Emperoom,Geuceu Meunara,Lamjame,Lampoh Daya,Punge Blang Cut,Lamteumen Timur,Lamteumen Barat,Asrama Polri Lamteumen,Aspol Lamteumen TU,Lamteumen Barat TU,Lamteumen Timur TU	3.033

Sumber : PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh

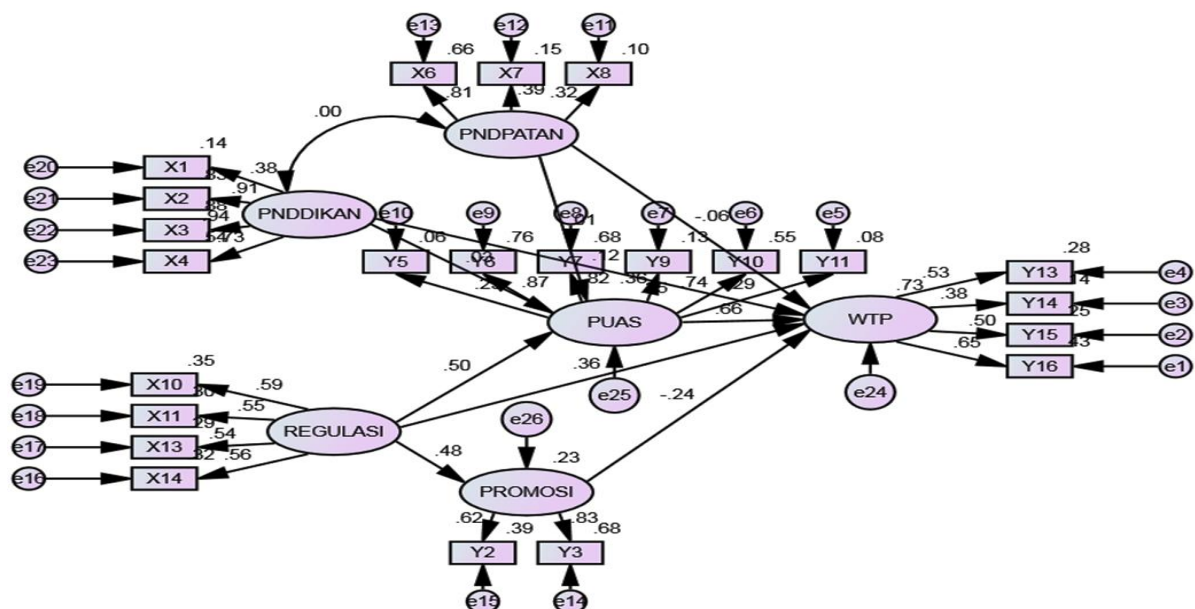
Pengumpulan data primer untuk data kuantitatifnya dilakukan dengan pengisian kuesioner yang dibagikan oleh enumerator kepada responden dan dengan melakukan pengamatan pada responden dan lingkungan yang ada. Pengisian kuesioner dan pengamatan pada responden dilakukan dengan metode *schedule* yang telah disiapkan yang berisikan serangkaian daftar pertanyaan lengkap dan terperinci yang bisa dilakukan oleh *enumerator*

Pada Penelitian ini Structural Equation Modeling (SEM) model AMOS (*analysis of moment structure*) digunakan untuk melakukan analisis statistik yaitu dimana *statistic multivariate* yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi/korelasi digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan *linier* secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten) dengan tiga tahap yaitu; uji *confirmatory factor analysis* (CFA), uji asumsi model struktural dan uji *fitness model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Model Struktural SEM AMOS

Setelah pengujian CFA maka didapati beberapa indikator-indikator dari beberapa variable yang tidak fit. Dan tahapan berikutnya dilakukan pengujian Structural Equation Modeling (SEM) Model Amos (Analisis of Momen Structure) secara lengkap. Hasilnya seperti ditunjukkan dalam gambar 2.



Gambar.2

Hasil pengujian struktur variable laten eksogen dan endogen beserta indikatornya

Sumber: Data hasil perhitungan

Berdasarkan hasil uji Structural Equation Modeling (SEM) maka diperoleh nilai estimasi loading faktor yang signifikan, seperti ditunjukkan pada Tabel 1. berikut ini:

Tabel 2.
Nilai signifikan dan probability indikator variabel eksogen dan variabel endogen serta antar variable

Maximum Estimate						
Regression Weights						
		ESTIMATE	S.E	C.R	P	label
PUAS	<----- PENDIDIKAN	.10	.025	.399	.690	Par_2
PUAS	<----- REGULASI	.512	.084	2.774	***	Par_6
PROMOSI	<----- REGULASI	.686	.167	4.111	***	Par_7
PUAS	<----- PENDAPATAN	.003	.027	.123	.902	Par_10
WTP	<----- PENDAPATAN	-.043	.060	-.710	.478	Par_3
WTP	<----- PUAS	1.380	.476	2.900	***	Par_4
WTP	<----- PROMOSI	-.158	.081	-1.950	.051	Par_5
WTP	<----- REGULASI	.361	.142	2.456	***	Par_8
WTP	<----- PENDIDIKAN	.088	.054	1.636	.102	Par_9
Y14	<----- WTP	.661	.159	4.142	***	Par_11

Sumber : Data perhitungan

Berdasarkan Tabel.2 diketahui angka *estimate* menunjukkan kovarian/regresi antara variable laten dengan variabel laten lainnya dan antara variabel laten dengan indikatornya. Misalnya regresi antara variabel laten kepuasan dengan variabel laten WTP pada kolom *P* memiliki nilai ***, hal ini menunjukkan angka *P* 0.000 yang jauh di bawah 0.05. Hal tersebut bermakna bahwa H_a diterima atau terdapat pengaruh terhadap kepuasan dengan WTP. Begitu juga halnya dengan variabel laten dan indikatornya seperti variabel laten WTP dengan indikatornya Y_{14} yang pada kolom *P* menunjukkan angka *** yang bermakna terdapat pengaruh antara WTP dengan Y_{14} .

Berdasarkan Tabel tersebut diketahui variabel atau konstruk yang belum signifikan kaitannya dengan variabel atau konstruk lainnya yaitu variabel pendidikan dengan kepuasan, pendapatan dengan kepuasan, pendapatan dengan WTP, promosi dengan WTP dan pendidikan dengan WTP. Pada Tabel berikut ini diberikan nilai *estimate loading factor* yang menunjukkan kemampuan indikator menjelaskan variabel atau konstruknya

Tabel.3
Nilai estimate loading factor indicator variable eksogen dan variable endogen
serta antara variable

Standar Regression Weights				Estimate
Y13	<---	WTP		.532
Y16	<---	WTP		.654
X14	<---	REGULASI		.565
X13	<---	REGULASI		.538
X11	<---	REGULASI		.552
X10	<---	REGULASI		.592
X6	<---	PNDPATAN		.810
X4	<---	PNDDIKAN		.733
X3	<---	PNDDIKAN		.937
X2	<---	PNDDIKAN		.911
Y3	<---	PROMOSI		.825
Y2	<---	PROMOSI		.621
Y6	<---	PUAS		.869
Y7	<---	PUAS		.824
Y10	<---	PUAS		.743

Sumber : Data perhitungan

Berdasarkan Tabel. 3 menunjukkan nilai *estimate loading factor* yang menunjukkan angka > 0.3. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang ada serta masing-masing indikatornya telah dapat menjelaskan konstruk yang ada. Sebagai contoh, variabel konstruk PUAS dengan Y₇ telah mampu dijelaskan oleh indikatornya karena memiliki nilai > 0.3 bahkan ada yang > 0.7 yang menunjukkan telah mencapai kondisi ideal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. WTP dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa WTP dipengaruhi oleh kepuasan Pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai *P* nya *** atau < 0.05. Hal tersebut juga menerangkan bahwa besarnya kesediaan membayar dapat ditentukan dengan seberapa besar kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

B. WTP Tidak dipengaruhi oleh Pendapatan Pelanggan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa WTP tidak dipengaruhi oleh pendapatan Pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai *P* nya .478 atau > 0.05. Hal tersebut juga menerangkan bahwa besarnya pendapatan belum tentu meningkatkan kesediaan membayar pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

C. WTP tidak dipengaruhi oleh Promosi yang dilakukan perusahaan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa WTP tidak dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan perusahaan. Dimana dapat dilihat nilai P nya .051 atau > 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa banyaknya promosi yang dilakukan perusahaan belum tentu mampu mempengaruhi pelanggan untuk segera membayar tagihan rekening airnya.

D. WTP tidak dipengaruhi oleh Tingkat Pendidikan Pelanggan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa WTP tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai P nya .102 atau > 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa tingginya pendidikan para pelanggan belum tentu meningkatkan kesediaan membayar pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

E. WTP Dipengaruhi oleh Regulasi atau Kebijakan yang Diberlakukan oleh Perusahaan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa WTP dipengaruhi oleh regulasi yang diberlakukan oleh pemerintah (PDAM Tirta Daroy) kepada pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai P *** atau < 0.05 . hal tersebut memberi makna bahwa ada pengaruh yang nyata antara WTP atau kesediaan membayar para pelanggan dengan seberapa banyak regulasi yang ada.

F. Kepuasan Pelanggan tidak Dipengaruhi oleh Besaran Pendapatan Pelanggan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa kepuasan Pelanggan tidak dipengaruhi oleh pendapatan Pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai P nya .902 atau > 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa besarnya pendapatan belum tentu meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

G. Kepuasan Pelanggan tidak dipengaruhi oleh Tingkat Pendidikan Pelanggan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa kepuasan Pelanggan juga tidak dipengaruhi oleh tingkatan pendidikan Pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai P nya .690 atau > 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa tingginya pendidikan belum tentu meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

H. Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Regulasi yang diberlakukan Perusahaan

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh regulasi atau kebijakan yang diterapkan perusahaan. Dimana dapat dilihat nilai P nya *** atau < 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa regulasi atau aturan yang diberlakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

I. Promosi dipengaruhi oleh Regulasi yang ada

Berdasarkan tabel 2 didapati bahwa promosi dipengaruhi oleh regulasi yang dilakukan perusahaan. Dimana dapat dilihat nilai P nya *** atau < 0.05 . Hal tersebut juga menerangkan bahwa promosi yang dilakukan berhubungan dengan regulasi yang diberlakukan perusahaan.

J. Tidak ada Hubungan yang Kuat antara Pendidikan dan Pendapatan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 2 didapati bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara pendidikan dan pendapatan Pelanggan. Dimana dapat dilihat nilai estimatenya > 0.02 dan nilai P nya .978 atau > 0.05 , hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pendidikan dan pendatan pelanggan. Hal tersebut memberi makna hubungan yang searah, artinya semakin tinggi pendapatan pelanggan akan semakin besar pendapatannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menyimpulkan:

1. WTP dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan
2. WTP tidak dipengaruhi oleh pendapatan pelanggan
3. WTP tidak dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan perusahaan
4. WTP tidak dipengaruhi oleh seberapa tinggi pendidikan yang dimiliki oleh pelanggan
5. WTP dipengaruhi oleh regulasi yang ada diberlakukan perusahaan atau kebijakan yang dijalankan perusahaan
6. Kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh seberapa besar pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan
7. Kepuasan pelanggan juga tidak dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat pendidikan pelanggan perusahaan
8. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh regulasi yang partisipatif dan memihak pada pelanggan
9. Promosi akan dapat ditingkatkan jika ada regulasi yang mengatur tentang promosi tersebut.
10. Sementara ini diketemukan bahwa belum ada hubungan antara pendidikan dengan besaran pendapatan para pelanggan.

Saran

1. WTP dapat ditingkatkan jika jumlah pelanggan yang puas terhadap pelayan dapat terus ditingkatkan.
2. Meningkatkan WTP dapat dilakukan dengan membuat regulasi yang partisipatif terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Age Arild Tiltne. Ability and willingness to pay for water and sewage services in two Palestinian cities. Fafo, 1998.
- Alias Radam, and friends. Consumers' Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay towards Food Products with "No Added Msg" Labeling, International Journal of Marketing Studies Vol. 2, No. 1; May 2010.
- Aroche et al. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. Journal of Consumer Marketing , Vol. 18 (6), 503–520.
- Breidert, C. (2006). Estimation of Willingness-to-Pay: Theory, Measurement, Application. Germany: Gabler Edition Wissenschaft.
- Cosse, E. L. (1998). Willingness to pay or intention to pay: The attitude-behavior relationship in contingent valuation. The Journal of Socio-Economics , 27 (3).
- CSSP (Centre for the Study of Social Policy). Customer Satisfaction "Improving Quality and Access to Services and Supports in Vulnerable Neighborhoods" 2007.
- Ewnetu, G. K. (2015). Household Willingness to Pay for Improved Water Service in Urban Areas: A Case Study From Nebelet Town, Ethiopia. Journal of Development and Agriculture Economic , 7 (1), 12-19.
- Hirogaki Mitsunori. Estimating Consumers' Willingness to Pay for Health Food Claims: A Conjoint Analysis. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 4, No. 6, December 2013.
- Joaquin F Mould Quevedo et al (2009), The Willingness to Pay Concept in Question. Journal of Rev Saude Publica 2009;43 (2).
- John K. Horowitz and Kenneth E. McConnell. Willingness to Accept, Willingness to Pay and the Income Effect. Dept. Of Applied Economics University of Minnesota, 2000.
- Kanayo, et al. (2013). Estimating the Willingness to Pay for Water Services in Nsukka Area of South-Eastern Nigeria Using Contingent Valuation Method (CVM): Implications for Sustainable Development. J Hum Ecol , 96 - 106.
- Leena Lankoski. Customer willingness to pay for sustainability in the food sector: An examination of three WTP types. University of Helsinki Department of Economics and Management Discussion Papers n:o 46 Helsinki 2010.
- Muller L. and Ruffieux B. Do price-tags influence consumers' willingness to pay? On the external validity of using auctions for measuring value. Experiment Economic Journal Exp Econ (2011) 14:181–202.
- Munzir T. and friends. Analysis of Factors Affecting Willingness to Pay and Affordability to Pay to the Household Consumers (PDAM Tirta Riau Islands - Tanjungpinang). Microeconomics and Macroeconomics 2015, 3(3): 47-57.

- Nabsiah, A. W. (2015). Factors Determining Household Consumer's Willingness to Pay for Water Consumption in Malaysia. *Asian Social Science* , 26 - 32.
- PDAM Kota Banda Aceh, 2016, Profil PDAM Kota Banda Aceh, PDAM Kota Banda Aceh, Banda Aceh.
- Rawipun Worasathit *et al.* (2015) Health education and factors influencing acceptance of and willingness to pay for influenza vaccination among older adults. *BMC Geriatrics* DOI 10.1186/s12877-015-0137-6.
- Rezhen Harun and friends. Analysis of Factors that Influence the Willingness to Pay for Irrigation Water in the Kurdistan Regional Government, Iraq. *Sustainability Journal* 2015, 7, 9574-9586; doi:10.3390/su7079574.
- Richard T. Carson and Jordan J. Louviere. Experimental design and the estimation of willingness to pay in choice experiments for health policy evaluation. 2010.
- Sandra R. and Liesbet V., The Impact of Information on the Willingness-to-Pay for Labeled Organic Food Products. Paper prepared for presentation at the EAAE 2011 Congress Change and Uncertainty Challenges for Agriculture, Food and Natural Resources August 30 to September 2, 2011.
- Stefan Baurgartner and friends. (2011) Income Distribution and Willingness to Pay for Ecosystem Services. Department of Sustainability Sciences and Department of Economics, UCLA.
- Thomas J. Kniesner. The Equality of Willingness-to-Accept and Willingness-to-Pay
- Tyler Cowen. Using Cost-Benefit Analysis to Review Regulation. Department of Economics, George Mason University, 1998.
- UNDP-World Bank Water and Sanitation Program. (1997). Willingness to Pay for Drinking Water Supply and Sanitation. Delhi, India: Departement for International Development.
- World Water Assessment Programme (WWAP). (2012). World Water Development Report. Paris/New York: UNESCO/Berghahn Books.
- Yang Y, Vosgerau J., and Loewenstein G., Framing Influences Willingness To Pay but Not Willingness to Accept. *Journal of Marketing Research*. Vol. L (December 2013), 725-738.
- Zorzeta Bakaki and Thomas Bernauer. (2016) Measuring and explaining the willingness to pay for forest conservation: evidence from a survey experiment in Brazil. *Environ. IOPscience. Res. Lett.* 11 (2016) 114001.