



**PROFIL PDAM KABUPATEN SEMARANG  
(TAHUN 2008 SAMPAI DENGAN 2011)**

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

**Riza Firmanda**  
NIM 7111409027

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2015**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 23 Januari 2015

Pembimbing I

**Prof. Dr. Sucihatiningsih DWP, M.Si**  
NIP. 196812091997022001

Pembimbing II

**Karsinah, S.E., M.Si**  
NIP. 197010142009122001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



  
**Lesta Karolina Br S, S.E., M.Si**  
NIP. 198007172008012016

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 20 Februari 2015

Penguji I

**Drs. Bambang Prishardoyo, M.Si.**  
NIP. 196702071992031001

Penguji II

**Prof. Dr. Suchatiningsih DWP, M.Si**  
NIP. 196812091997022001

Penguji III

**Karsinah, S.E., M.Si**  
NIP. 197010142009122001

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Wahyono, M.M.**  
NIP. 195601031983121001

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 23 Januari 2015



Riza Firmanda  
NIM 7111409027

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”

“...Sesungguhnya Allah berkuasa atas segala sesuatu”

(QS. Al Baqarah: 20)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan,

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),

tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),

Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al Insiroh : 6 – 8)

### **Persembahan:**

- ❖ Kedua orangtuaku, yang telah membesarkan dan mengiringi setiap langkahku dengan do'a-do'anya.
- ❖ Adik ku tercinta
- ❖ Dosen – dosen pembimbingku yang bijaksana,
- ❖ Almamaterku

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Profil PDAM Kabupaten Semarang (Tahun 2008 Sampai Dengan 2011)".

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) guna meraih gelar Sarjana Ekonomi. Saya menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijakannya.
2. Dr. Wahyono, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang dengan kebijaksanaanya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi yang baik.
3. Lesta Karolina Br S., S.E., M.Si. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dan Pembimbing I yang dengan segala kebijakannya kepada penulis untuk menimba ilmu, memberi bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Dr. Sucihatiningsih, DWP. M.Si. Pembimbing I yang dengan segala kebijakannya kepada penulis untuk menimba ilmu, memberi bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.

5. Karsinah, S.E., M.Si. Pembimbing 2 yang dengan segala kebijakannya kepada penulis untuk menimba ilmu, memberi bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
6. Bapak ibu Dosen Ekonomi Universitas Negeri Semarang, atas bekal ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Pimpinan PDAM Kabupaten Semarang, Cabang Ungaran, Cabang Ambarawa, dan Cabang Salatiga, yang telah memberikan ijin penelitian.
8. Sahabat dan teman-teman Ekonomi Pembangunan, terimakasih atas semua dukungan, bantuan dan kerjasamanya kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk lebih menyempurnakan skripsi ini dimasa mendatang penulis terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang telah membantu.

Semarang, 23 Januari 2015



Riza Firmanda

**Firmanda, Riza, 2015.** “*Profil PDAM Kabupaten Semarang (Tahun 2008 Sampai Dengan 2011)*”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I, Prof. Dr. Sucihatningsih DWP, M.Si. Pembimbing II, Kasinah, S.E., M.Si.

**Kata kunci : Jumlah Biaya, Jumlah Pelanggan, Volume Penjualan, Jumlah Pendapatan, dan Kepuasan Pelanggan.**

### **ABSTRAKSI**

PDAM Kabupaten Semarang merupakan Perusahaan Daerah yang bergerak di bidang air minum, yang bersifat *public utility*. Hal ini berarti penekanan bidang usaha penyediaan air minum bukan terletak pada tujuan meraih laba, tetapi tujuan utama adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih. Kegiatan utamanya meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih. Tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan bagi daerah.

Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui profil PDAM Kabupaten Semarang yang terdiri dari Cabang Ungaran, Ambarawa dan Salatiga terkait jumlah biaya, volume penjualan, jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah pengaduan. Data sekunder yang digunakan tahun 2008-2011, dengan teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan; jumlah biaya operasional yang dikeluarkan oleh PDAM Cabang Ungaran periode tahun 2008-2011 berfluktuasi. Volume penjualan, jumlah pendapatan, dan jumlah pelanggan mengalami peningkatan, dan prosentase pengaduan hanya 5%. Pada PDAM Cabang Ambarawa, jumlah biaya operasional, volume penjualan, jumlah pendapatan, dan jumlah pelanggan meningkat, prosentase pengaduan 11%. PDAM Cabang Salatiga, jumlah biaya oprasional volume penjualan, dan jumlah pendapatan meningkat, prosentase pengaduan hanya 2%.

Saran; PDAM Kabupaten Semarang dapat menekan biaya kerugian yang dikarenakan kebocoran, dengan cara mengontrol penggunaan pipa tua. Volume produksi ditingkatkan, promosi yang lebih gencar, dan semakin meminimalisir jumlah pengaduan.

**Firmanda, Riza, 2015.** *"Profile PDAM Semarang (2008 Up In 2011)"*. Thesis. Department of Economic Development. Faculty of Economics. University of Semarang. Supervisor I, Prof. Dr. Suchatiningsih DWP., M.Si. Supervisor II, Kasinah, SE, M.Si.

**Keywords : Total Cost, Total Customer, Sales Volume, Total Revenue, and Customer Satisfaction.**

### ABSTRACTION

PDAM Semarang is a regional company engaged in the drinking water, which is a public utility. This means that the emphasis of infrastructure to provide drinking water is not on the profit goal, but its main purpose is sufficient demand of clean water. Its main activities include the provision, development of service infrastructure and distribution of clean water. Another aim is to participate in developing the economy in order to support regional development by expanding employment opportunities, as well as for profit as the main source of financing for the region.

The purpose of this study is to identify the profile of Semarang PDAM consisting of branches Ungaran, Ambarawa, and Salatiga associated total costs, sales volume, amount of revenue, number of customers, and the number of complaints. Secondary data were used in 2008-2011, with a descriptive analysis techniques.

The results showed the number of operational costs incurred by the branch taps Ungaran 2008-2011 period fluctuate. Sales volume, the amount of revenue, and the number of customers has increased, and the percentage of complaints is only 5% .At the branch taps Ambarawa number of operational costs, sales volume, amount of revenue, and the number of customers increased 11% and the percentage of complaints. Branch taps Salatiga number of operational costs, sales volume, amount of revenue, and the number of customers increased, and the percentage of complaints is only 2%.

advice; Semarang district taps can reduce the cost of losses due to leakage, by controlling the use of the old pipe. Increased production volume, more vigorous promotion, and further minimize the number of complaints.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PRAKATA</b> .....	v
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan penelitian .....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1. Biaya .....	12
2.2. Volume Penjualan .....	15
3.3. Pendapatan .....	20
2.4. Pelanggan .....	21
2.5. Kepuasan Pelanggan .....	27
2.6. Penelitian Terdahulu .....	28
2.7. Kerangka Berfikir .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	33
3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	33

3.2.	Objek Penelitian .....	33
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	34
3.5.	Metode Analisis Data .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1.	Profil PDAM Kabupaten Semarang .....	37
4.1.1.	Sejarah Berdirinya PDAM Kabupaten Semarang .....	37
4.1.2.	Tujuan Pembentukan PDAM Kabupaten Semarang Fungsi dan Tugas .....	38
4.1.3.	Kantor Cabang .....	39
4.1.4.	Visi dan Misi .....	40
4.2.	Profil PDAM Cabang Ungaran .....	41
4.2.1.	Profil Jumlah Biaya .....	41
4.2.2.	Profil Volume Penjualan .....	42
4.2.3.	Profil Pendapatan .....	43
4.2.4.	Profil Jumlah Pelanggan .....	44
4.2.5.	Profil Kepuasan Pelanggan .....	46
4.3.	Profil PDAM Cabang Ambarawa .....	48
4.3.1.	Profil Jumlah Biaya .....	48
4.3.2.	Profil Volume Penjualan .....	49
4.3.3.	Profil Pendapatan .....	50
4.3.4.	Profil Jumlah Pelanggan .....	52
4.3.5.	Profil Kepuasan Pelanggan .....	53
4.4.	Profil PDAM Cabang Salatiga .....	56
4.2.1.	Profil Jumlah Biaya .....	56
4.2.2.	Profil Volume Penjualan .....	57
4.2.3.	Profil Pendapatan .....	58
4.2.4.	Profil Jumlah Pelanggan .....	60
4.2.5.	Profil Kepuasan Pelanggan .....	61
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1.	Kesimpulan .....	65
5.2.	Saran .....	66

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1.1	Jumlah Biaya PDAM Kabupaten Semarang Tahun 2008–2011 (Rp)	5
1.2	Data Jumlah Pelanggan PDAM Kabupaten Semarang Tahun 2008 – 2011 (KK) .....	5
1.3	Volume Penjualan PDAM Kabupaten Semarang Tahun 2008–2011 (M <sup>3</sup> ) .....	6
1.4	Jumlah Pendapatan PDAM Kabupaten Tahun 2008 – 2011 (Rp) ....	7
1.5	Jumlah Pengaduan PDAM Kabupaten Tahun 2008 – 2011 (Rp) .....	7
2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
4.1	Jumlah Biaya PDAM Cabang Ungaran .....	41
4.2	Jumlah Penjualan PDAM Cabang Ungaran .....	42
4.3	Jumlah Pendapatan PDAM Cabang Ungaran .....	43
4.4	Jumlah Pelanggan Pelanggan PDAM Cabang Ungaran .....	44
4.5	Jumlah Pengaduan Pelanggan PDAM Cabang Ungaran .....	46
4.6	Jumlah Biaya PDAM Cabang Ambarawa .....	48
4.7	Jumlah Penjualan PDAM Cabang Ambarawa .....	49
4.8	Jumlah Pendapatan PDAM Cabang Ambarawa .....	50
4.9	Jumlah Pelanggan Pelanggan PDAM Cabang Ambarawa .....	52
4.10	Jumlah Pengaduan Pelanggan PDAM Cabang Ambarawa .....	54
4.11	Jumlah Biaya PDAM Cabang Ambarawa .....	56
4.12	Jumlah Penjualan PDAM Cabang Ambarawa .....	57
4.13	Jumlah Pendapatan PDAM Cabang Ambarawa .....	58
4.14	Jumlah Pelanggan Pelanggan PDAM Cabang Ambarawa .....	60
4.15	Jumlah Pengaduan Pelanggan PDAM Cabang Ambarawa .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Variabel Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.2	Proses Keputusan Pembelian .....	24
2.3	Kerangka Berfikir .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- 1 Data Jumlah Biaya, Jumlah Pelanggan, Volume Penjualan, Jumlah Pendapatan, dan Jumlah Pengaduan Pelanggan PDAM Kabupaten Semarang
- 2 Surat Permohonan Ijin Observasi Dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Untuk PDAM Kabupaten Semarang
- 3 Persetujuan Surat Ijin Observasi Dari PDAM Kabupaten Semarang

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu persoalan utama di negara-negara sedang berkembang adalah adanya pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi. Namun, seringkali tidak diikuti oleh naiknya pendapatan riil per kapita. Oleh karena itu, sebenarnya terdapat perpacuan antara pertumbuhan ekonomi dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Kedua pertumbuhan tersebut penting artinya terhadap standar hidup masyarakat itu sendiri, terutama hubungannya dengan persediaan bahan makanan dan sumber-sumber alam yang ada, yang semuanya diperlukan untuk memenuhi hidup masyarakat.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat menyebabkan taraf hidup masyarakat naik. Kebutuhan masyarakat semakin meningkat dan semakin beragam. Kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan mengalami peningkatan yang cukup pesat yang diakibatkan oleh pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi dan pesatnya perkembangan kota. Namun kebutuhan tersebut tidak semuanya dapat terpenuhi akibat adanya keterbatasan. Salah satu kebutuhan dasar yang saat ini mengalami keterbatasan adalah kebutuhan air bersih.

Kekurangan air bersih di daerah Kabupaten Semarang akhir-akhir ini merupakan akibat langsung dari pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi dan perkembangan perkotaan. Banyak perumahan, pabrik-pabrik dan

perkantoran dibangun yang semuanya membutuhkan air bersih, akibatnya dapat mengurangi penyerapan air tanah bahkan bisa habis. Kebutuhan air bersih tidak lagi dapat diambil dari sumur penduduk dan terpaksa harus berlangganan dari perusahaan air minum.

Penyediaan air bersih di Kabupaten Semarang masih menghadapi berbagai kendala yang kompleks, mulai dari anggaran, pencemaran, maupun sikap dari masyarakat. Pengelolaan air bersih ini berpacu dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat pesat serta perkembangan wilayah dan industri yang cepat. Upaya untuk memenuhi kebutuhan air bersih, Pemerintah Daerah berkewajiban memfasilitasi pembangunan dan pengembangan infrastruktur sistem penyediaan air bersih bagi masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan yang sampai saat ini masih kurang.

Air merupakan kebutuhan pokok bagi setiap makhluk hidup di dunia ini termasuk manusia. Tanpa air, manusia akan mengalami kesulitan dalam melangsungkan hidupnya, maka dari itu pengelolanya harus diatur sedemikian rupa sehingga agar dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Air adalah sumber daya nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, maka pengolahannya dipegang oleh pemerintah. Hal ini sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 Ayat (3), yang berbunyi “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk kemakmuran rakyat”. Menurut UU. No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah menyatakan bahwa “daerah berwenang untuk mengelola sumber regional yang tersedia di wilayahnya dan bertanggung

jawab memelihara kelestarian lingkungan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sebagai bentuk penyerahan sebagian urusan pemerintah di bidang pekerjaan umum kepada daerah, maka pelayanan air minum diserahkan kepada Pemerintah Daerah. Selanjutnya, melalui Peraturan Daerah pelaksanaannya diserahkan kepada sebuah instansi. Dalam hal ini instansi yang menangani adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), dimana PDAM merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), sebagaimana yang diatur dalam Pasal 10.

PDAM Kabupaten Semarang merupakan Perusahaan Daerah yang bergerak di bidang air minum merupakan sebuah perusahaan yang bersifat *public utility*. Hal ini berarti penekanan bidang usaha penyediaan air minum bukan terletak pada tujuan meraih laba, tetapi tujuan utama adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih, sedang tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan bagi daerah.

Seperti pada perusahaan lainnya, PDAM Kabupaten Semarang juga berupaya untuk memperoleh pendapatan. Besar kecilnya pendapatan yang dicapai akan merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan. Pendapatan yang diperoleh dipergunakan untuk membiayai operasional perusahaan, memberikan kontribusi pada pemerintah daerah dan

mengembangkan investasi untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat. PDAM Kabupaten Semarang sebagai salah satu BUMD diharapkan mampu memberikan kontribusi yang memadai.

PDAM Kabupaten Semarang memiliki tiga cabang, yaitu cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan Cabang Salatiga. Masing-masing dalam pelayanan kepada masyarakat diharapkan memiliki kinerja yang baik. Hal ini dapat diukur dengan melihat seberapa efisien dalam penggunaan biaya, seberapa mampu untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan, apakah mampu meningkatkan volume penjualan, dan pendapatan. Masing-masing faktor tersebut diharapkan memberikan kontribusi yang positif kepada PDAM Kabupaten Semarang.

Ketika perusahaan dapat menekan jumlah biaya, jumlah pelanggan bertambah, dan volume penjualan juga meningkat, maka diharapkan akan meningkatkan jumlah pendapatan perusahaan. Namun jika kondisi ketiga faktor tersebut berbalik, maka akan menjadi *boomerang* bagi perusahaan, karena pendapatannya akan turun. Analisis ini tentunya dilihat dari perspektif teori, namun dalam kondisi riil belum tentu terjadi hal yang sama.

Berdasarkan data yang diperoleh, berikut gambaran mengenai jumlah penjualan, jumlah pelanggan, volume penjualan, dan tingkat pendapatan, keluhan pelanggan PDAM cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan Cabang Salatiga :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Biaya PDAM Kabupaten Semarang**  
**Tahun 2008 – 2011 (Rp)**

Tahun	Cabang		
	Ungaran	Ambarawa	Salatiga
2008	8.963.293.104	5.975.528.736	4.979.607.280
2009	8.332.075.173	5.554.716.782	4.628.930.652
2010	8.164.233.219	5.442.822.146	4.535.685.122
2011	8.571.148.614	5.714.099.076	4.761.749.230

Sumber : PDAM Kabupaten Semarang.

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan oleh PDAM Kabupaten Semarang yaitu dicabang Ungaran, Ambarawa, dan Salatiga hampir selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena pelanggan mulai bertambah, sehingga pihak perusahaan secara otomatis harus mengeluarkan biaya untuk membuat jaringan pipa baru, misalnya pipa distribusi, serta perawatan instalasi-instalasi.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pelanggan PDAM Kabupaten Semarang**  
**Tahun 2008 – 2011 (KK)**

Tahun	Cabang		
	Ungaran	Ambarawa	Salatiga
2008	10.398	4.933	7.665
2009	11.020	5.221	8.313
2010	11.671	5.584	8.936
2011	12.950	6.071	10.004

Sumber : PDAM Kabupaten Semarang.

Pada Tabel 1.2 jumlah pelanggan PDAM Kabupaten Semarang yang terdiri dari Kantor Cabang Ungaran, Cabang Ambarawa dan Cabang dari

tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Bertambahnya jumlah pelanggan pada masing-masing cabang ini dikarenakan memang dari pihak PDAM Kabupaten Semarang yang menargetkan tiap tahunnya harus ada penambahan jumlah pelanggan untuk memfasilitasi masyarakat untuk mengkonsumsi air bersih. Hal ini ditempuh dengan salah satu cara pada tahun 2011 memberikan promo berupa sambungan baru dengan biaya yang dapat diangsur, sedangkan biasanya secara tunai.

**Tabel 1.3**  
**Volume Penjualan PDAM Kabupaten Semarang**  
**Tahun 2008– 2011 (M<sup>3</sup>)**

Tahun	Cabang		
	Ungaran	Ambarawa	Salatiga
2008	2.711.468	996.723	1.968.600
2009	2.946.682	1.068.771	2.073.279
2010	3.035.513	1.156.167	2.124.171
2011	3.210.443	1.216.659	2.228.492

Sumber : PDAM Kabupaten Semarang.

Pada Tabel 1.3 menjelaskan bahwa data tersebut merupakan data pemakaian atau konsumsi pelanggan di masing-masing wilayah. Di seluruh cabang PDAM Kabupaten Semarang, setiap tahunnya selalu bertambah. Kondisi ini misalnya dikarenakan adanya peningkatan jumlah penduduk, sehingga di dalam rumah tangga jika anggota rumah tangga bertambah maka kebutuhan akan air sehat juga akan bertambah. Selain itu, konsumsi non rumah tangga misalnya di dalam sebuah industri, jika terjadi pengembangan usaha, maka kebutuhan dan pemakaian air juga akan meningkat.

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Pendapatan PDAM Kabupaten**  
**Tahun 2008 – 2011 (Rp)**

Tahun	Cabang		
	Ungaran	Ambarawa	Salatiga
2008	7.330.710.320	2.918.376.973	14.612.199.250
2009	8.954.489.835	3.268.773.785	17.194.138.800
2010	10.230.160.275	4.055.968.505	19.447.096.155
2011	11.820.697.955	4.628.849.172	23.295.095.622

Sumber : PDAM Kabupaten Semarang.

Pada Tabel 1.4 menjelaskan tentang pendapatan yang diterima oleh PDAM dari cabang Ungaran, Ambarawa, dan Salatiga. Di daerah Ungaran dan Salatiga jumlah tagihan penggunaan air dari para pelanggan selalu meningkat dari tahun ke tahun ini mengartikan bahwa permintaan air semakin lama juga semakin banyak. Ambarawa pada tahun 2002 sampai dengan 2004 mengalami penurunan tetapi untuk selanjutnya mengalami kenaikan kembali. Tagihan yang dikenakan sesuai dengan tarif yang sudah ditentukan oleh pihak PDAM. Hal ini berdampak pada naik turunnya pendapatan.

**Tabel 1.5**  
**Jumlah Pengaduan PDAM Kabupaten**  
**Tahun 2008 – 2011 (Rp)**

Tahun	Cabang		
	Ungaran	Ambarawa	Salatiga
2008	495	479	463
2009	536	396	352
2010	625	527	461
2011	516	1.061	525

Sumber : PDAM Kabupaten Semarang.

Pada Tabel 1.5 nampak jelas mengenai jumlah pengaduan dari pelanggan PDAM Kabupaten Semarang yang terdiri dari cabang Ungaran, Ambarawa, dan Salatiga. Pada setiap cabang, jumlah pengaduan dalam empat tahun berfluktuasi. Kondisi ini dikarenakan adanya perbedaan persepsi perasaan puas atas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Kabupaten Semarang.

Banyak penelitian yang pernah dilakukan terhadap PDAM Kabupaten Semarang. Adapun permasalahan yang muncul tersebut diantaranya dari penelitian Hari (2000) mengenai kinerja PDAM Kabupaten Semarang. Terkait rasio kebocoran, hasil penelitian menyebutkan bahwa selama Januari sampai Juni 1999 tingkat kebocoran air sebesar 43,95%; 34,21%; 47,27%; 46,03%, dan 42,60%, dengan skor buruk. Disisi lain kebocoran merupakan hasil produksi yang tidak termasuk di dalam penjualan, artinya biaya produksi tetap harus ditanggung namun tidak termasuk di dalam penjualan.

Jumlah air yang terjual per hari selama periode tersebut relatif konstan, sekitar 208 M<sup>3</sup>. Selain itu, pendapatan operasionalnya juga relatif konstan, dilihat dari sisi ini disimpulkan nilainya baik. Namun jika dilihat dari sisi rasio pengeluaran operasional terhadap air terjual dalam kondisi kurang baik. Hal ini menggambarkan kondisi permasalahan yang terjadi di PDAM Kabupaten Semarang.

Menurut *Republika.co.id* periode 07 Februari 2014 menyatakan bahwa angka kebocoran air bersih PDAM Kabupaten Semarang masih

tergolong tinggi. Dari total produksi air bersih yang dikelola perusahaan daerah PEMKAB Semarang ini, kebocoran yang terjadi mencapai 30%. Masalah ini harus menjadi perhatian serius jajaran pimpinan PDAM Kabupaten Semarang agar kebocoran air dapat ditekan seminimal mungkin.

Terkait permasalahan-permasalahan di atas, tentunya banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan PDAM Kabupaten Semarang, oleh karena itu menjadi hal yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Profil PDAM Kabupaten Semarang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Keberhasilan sebuah perusahaan tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kemampuan perusahaan dalam menjual produk, jumlah konsumen/pelanggan, manajemen biaya yang tepat, serta faktor sumber daya pengelola yang kompeten, yang harapannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sama halnya dengan Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Semarang yang memiliki tiga cabang yaitu cabang Ungaran, Ambarawa, dan Salatiga. Meskipun merupakan sebuah perusahaan monopoli, namun bukan berarti harus berpangku tangan. Apabila pengelolaan tidak dilakukan dengan baik, maka akan rawan dengan kebangkrutan, yang akhirnya mengurangi kesejahteraan masyarakat, karena ketersediaan air bersih yang sangat terbatas. Atas dasar hal ini, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Ungaran ?
2. Bagaimanakah profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Ambarawa?
3. Bagaimanakah profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Salatiga ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang hendak di capai oleh penulis adalah :

1. Ingin menganalisis profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Ungaran.
2. Ingin menganalisis profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Ambarawa.
3. Ingin menganalisis profil jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan PDAM cabang Salatiga.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Harapan tersebut terdiri dari :

1. Kegunaan teoritis

Adanya penelitian ini, peneliti menjadi mengetahui aplikasi dari teori-teori yang selama ini diperoleh dari bangku kuliah. Selain itu

mengetahui secara nyata profil PDAM Kabupaten Semarang. Sekaligus mengetahui, permasalahan-permasalahan yang terjadi.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi PDAM Kabupaten Semarang hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja dan memperbaiki mutu pelayanan.
- b. Bagi pembaca dapat dijadikan sumber informasi, wacana, pengetahuan mengenai profil PDAM Kabupaten Semarang. Serta kendala-kendala atau permasalahan-permasalahan dalam melayani masyarakat.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Biaya**

Biaya adalah sesuatu yang berkonotasi sebagai pengurang yang harus dikorbankan untuk memperoleh tujuan akhir yaitu mendatangkan laba (Harnanto dan Zulkifli, dalam Minarti, 2003:14). Melihat definisi tersebut, biaya merupakan unsur yang sangat penting, oleh karena itu butuh pengendalian biaya. Pengendalian biaya adalah kegiatan untuk melakukan investigasi terhadap selisih biaya yang timbul. Biaya sesungguhnya dibandingkan dengan biaya standar, sehingga dapat dilakukan pengendalian biaya dan penilaian prestasi dengan jalan menentukan efisiensi setiap elemen biaya (Supriyono, 1999:98). Pengertian lain dari pengendalian biaya adalah produk ikutan manajemen yang efektif karena jika manajemen suatu perusahaan diselenggarakan dengan efektif, biasanya terjadi efisiensi tinggi sebagai gejala nyata dari pengendalian biaya (Sutrisno dan Kusriyanto, 1994:2).

Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) khususnya di Kabupaten Semarang pengendalian yang baik perlu melewati proses tiga tahap : 1) perencanaan, 2) pelaksanaan, 3) pengukuran. Setiap program agar efektif harus direncanakan terlebih dahulu secara seksama sebelum tindakan dimulai. Setelah tindakan dijalankan, kemajuan dapat di umpan balikkan kepada rencana. Perencanaan disimpulkan terus-menerus atau disesuaikan

dengan membandingkan hasil karya actual dengan standar atau sasaran yang telah ditetapkan.

Adapun cara-cara digunakan untuk melakukan pengendalian biaya adalah (Morine dalam Chofia, 2000:3) :

1. Pengurangan biaya

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk pencapaian efisiensi pengendalian biaya adalah dengan cara mengurangi biaya. Pengurangan biaya dimaksudkan dengan mengerahkan segala usaha untuk menggunakan semuanya potensi secara lebih efektif dan efisien agar diperoleh pendapatan lebih maksimal.

2. Sistem biaya standar

Biaya standar adalah biaya yang ditentukan di muka, yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu satuan produk atau untuk membiayai kegiatan tertentu, di bawah asumsi kondisi ekonomi, efisiensi dan faktor-faktor lain. Jika biaya sesungguhnya menyimpang dari standar, maka yang dianggap benar adalah biaya standar sepanjang asumsi-asumsi yang mendasari penentuannya tidak berubah. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam pengendalian biaya dengan menggunakan biaya standar adalah sebagai berikut (Mulyadi, 1999:415) :

- a. Menetapkan perbedaan antara standar dengan pelaksanaan yang sesungguhnya.
- b. Menganalisis sebab-sebab terjadi perbedaan.

c. Mengambil tindakan perbaikan untuk mengendalikan biaya sesungguhnya yang tidak memuaskan agar sesuai dengan standar yang ditetapkan terlebih dahulu.

### 3. Pemusatan sumber daya pada hasil

Pemusatan sumber daya pada hasil adalah pengendalian biaya yang paling baik dan paling efektif. Bagaimanapun juga biaya tidak dapat terjadi dengan sendirinya akan tetapi biaya selalu dikeluarkan paling tidak dengan maksud tertentu untuk mencapai suatu hasil. Tertolak dari pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa segala upaya untuk suatu perusahaan harus berorientasi pada hasil (*Drucker, 1995:54*).

### 4. Penggunaan anggaran

Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu pendek (periode) tertentu yang akan datang. Anggaran dapat digunakan sebagai tolak ukur, sebagai pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan operasi nanti. Dengan membandingkan antara apa yang tertuang di dalam anggaran dengan apa yang dicapai, dan realisasi kerja, maka dapat dinilai apakah koperasi telah bekerja secara efisien atau belum (*Munandar dalam Chofia, 2000:1*).

Salah satu rasio untuk mengukur efisiensi pengendalian biaya adalah dengan menggunakan rasio BOPO. Rasio BOPO adalah perbandingan antara biaya operasional dan pendapatan operasional. Rasio ini digunakan

untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Apabila rasio BOPO semakin rendah maka perusahaan tersebut dikatakan efisien dalam pengeluaran biaya operasionalnya. Sebaliknya jika BOPO semakin tinggi maka perusahaan kurang efisien dalam pengeluaran operasionalnya sehingga dapat menekan biaya operasionalnya dan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan pendapatan operasionalnya.

### **2.3. Volume Penjualan**

Menurut Sutanto (1994:9) penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang memperlukanya dengan imbalan menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan yang sama. Pada saat perusahaan menjual barang dagangannya, maka diperoleh pendapatan. Jumlah yang dibebankan pada pembeli untuk barang dagangan yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.

Teori volume penjualan sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler (1993:143) apabila volume penjualan dirasakan cukup besar sesuai dengan yang diinginkan serta cukup mantap maka umumnya perusahaan menurunkan kegiatan promosi atau sekedar mempertahankannya. Meskipun demikian seringkali perusahaan dalam menurunkan kegiatan promosi diikuti pula oleh penurunan penjualan. Hal ini disebabkan oleh karena beberapa kemungkinan misalnya penurunan promosi tersebut perlu ditinjau kembali,

peninjauan tentang keputusan promosi hendaknya dilakukan dalam skop yang luas dengan demikian penyajian penetapan kebijakan yang kurang tepat dapat dihindarkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain (Kotler, 1993:143) :

1. Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan. Jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa, sehingga bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

2. Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

3. Servis terhadap pelanggan

Merupakan faktor yang paling penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. Adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

4. Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan

harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan utama dalam penjualan yaitu (Swastha, 1997:404) :

- a. Mencapai hasil penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksanaan penjualan saja, tetapi hal ini perlu kejasama yang rapi diantara fungsionaris dalam perusahaan (seperti bagian produksi yang membuat produknya, bagian keuangan menyediakan dananya, bagian personalia menyediakan tenaganya dan sebagainya). Pada praktiknya, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (Swastha, 2000:201) :

- a. Kondisi dan kemampuan pedagang

Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

- b. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang atau jasa meliputi jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli, dan selera pembeli.

c. Modal

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Upaya untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar, untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan perusahaan meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks daripada usaha kecil. Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) sedangkan perusahaan kecil, masalah penjualan ditangan oleh orang yang melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya sedikit, sistem organisasinya sederhana dan sebagainya.

e. Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dan lain lain sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit.

Pada perusahaan unsur pertama dari suatu rencana adalah tujuan perusahaan harus jelas pada setiap rencana. Tujuan itu dapat bersifat materiil, dapat pula bersifat moral. Bersifat materiil misalnya mencari

keuntungan sebesar-besarnya, sedangkan bersifat moral misalnya perusahaan bertujuan mensukseskan program pemerintah di bidang sandang-pangan atau bertujuan member kesempatan kerja kepada anggota masyarakat yang menganggur, dan sebagainya (Manullang, 2001:42).

Bagi Perusahaan yang berorientasi laba tujuan perusahaan pada umumnya adalah memperoleh laba, dan besar kecilnya laba yang dapat diperoleh akan merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan. Upaya untuk dapat mencapai laba yang besar manajemen harus dapat menekan biaya produksi atau operasi, menentukan harga jual sedemikian rupa, dan meningkatkan penjualan (Manullang, 2001:56).

Ketiganya saling berpengaruh, jika biaya produksi rendah maka akan dapat menekan harga pokok produksi selanjutnya harga jualnya dapat rendah. Jika harga produksi rendah, harga pokok juga rendah dapat meningkatkan volume penjualan, selanjutnya volume penjualan yang besar dapat menaikkan laba perusahaan. Selain itu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya penjualan yaitu (Manullang, 2001:67) :

1. Faktor intern, antara lain kenaikan produk, persediaan barang, penetapan harga jual, komisi penjualan, piutang yang diberikan, dan kegiatan *sales promotioion*.
2. Faktor ekstern, teridiri dari munculnya barang pengganti (substitusi), pesaing baru, perubahan selera konsumen, dan adanya kebijaksanaan pemerintah.

## 2.4. Pendapatan

Pendapatan adalah peningkatan jumlah yang diterima dalam bentuk uang tunai, timbulnya piutang atau aktiva lainnya dalam suatu periode atau pendapatan adalah hasil uang yang diterima oleh perusahaan atau perorangan dari penjualan barang-barang dan jasa yang dihasilkannya. Lebih lanjut, pendapatan juga dapat didefinisikan aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu entitas atau penurunan hutang suatu entitas atau (kombinasi keduanya) selama suatu periode yang berasal dari pengiriman suatu barang, penyerahan jasa, atau kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus (Soemarso, 2003:45).

Pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang timbul dari penyerahan barang/jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode. Hal yang tidak termasuk dalam pengertian pendapatan adalah peningkatan aktiva perusahaan yang disebabkan pembelian aktiva, investasi pemilik, pinjaman atau koreksi rugi laba periode lalu. Peningkatan jumlah aktiva dapat berbentuk diterima tunai, timbulnya piutang atau aktiva lainnya. Pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan disebut pendapatan usaha (*operating revenue*). Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan diluar kegiatan utama perusahaan disebut pendapatan lain-lain atau *other revenue* (Soemarso, 2003:274).

Pada perusahaan air minum pendapatan yang berasal dari kegiatan utamanya adalah berasal dari pendapatan penjualan air dan pendapatan non air. Pendapatan non air (aktivitas operasional) meliputi sambungan baru,

sewa instalasi, pendapatan denda, pemeriksaan instalasi pelanggan. Sedangkan pendapatan yang diperoleh dari luar operasi perusahaan antara lain penyambungan kembali, upah pemeriksaan, atau perbaikan test meter, bunga deposito dan pendapatan giro.

Aktifitas penjualan barang atau penyerahan jasa akan dibarengi dengan penerimaan aktiva, baik berupa uang atau maupun aktiva lainnya. Penerimaan uang atau aktiva lainnya sebagai kontraprestasi atas aktivitas penjualan barang atau penyerahan jasa dalam konteks akuntansi disebut pendapatan (Sugiri, 1992:30). Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode. Bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (SAK, 2000:87).

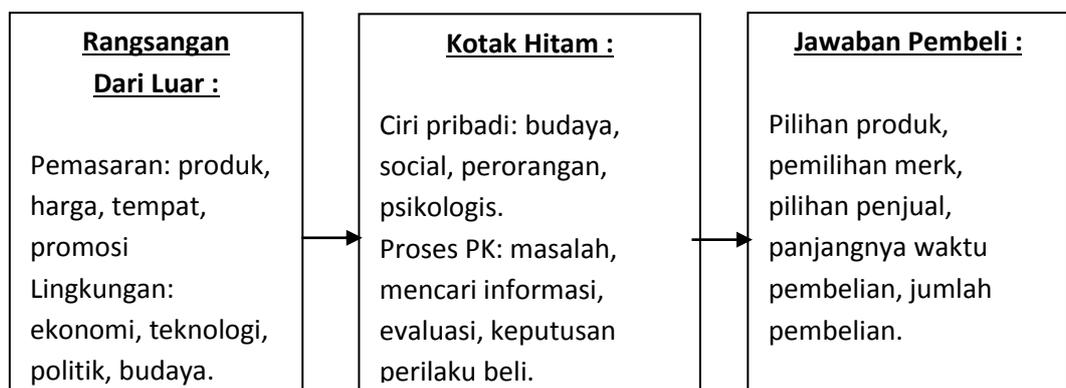
Pada kehidupan sosial masyarakat sering dipengaruhi tingkat pendapatan yang diterimanya. Maka jika mereka melakukan suatu kegiatan ekonomi yang diharapkan adalah menerima pendapatan/penghasilan. Penghasilan (*income*) meliputi baik pendapat (*revenue*) maupun keuntungan (*gains*), pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga, deviden, *royalty*, dan sewa.

## **2.2 Pelanggan**

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinyu dan berulang kali datang ketempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan dengan

membeli/mengkonsumsi barang atau jasa. Berdasarkan hal tersebut, pelanggan dapat didefinisikan sebagai seseorang yang secara berkelanjutan datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001:143).

Tindakan dalam pembelian menimbulkan suatu perilaku yang disebut perilaku konsumen. Perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses-proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Irawan, 1997:9). Model perilaku konsumen dikembangkan sebagai suatu usaha untuk memahami variabel-variabel dalam perilaku konsumen. Berikut ini model perilaku konsumen sebagai berikut (Swastha, 2000:230) :



**Gambar 2.1**  
**Variabel Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Pada tahap awal, para pemasar harus memahami dengan jelas tentang perilaku konsumen, melalui pengalaman sehari-hari pada waktu

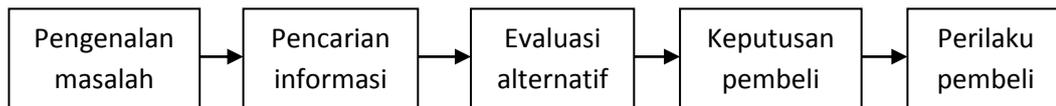
menjual barang atau jasa kepada konsumen. Semakin besar perusahaan dan pasar, berarti peluang untuk tetap berhubungan dengan konsumen semakin sulit. Dalam tahap selanjutnya manager mulai melakukan penelitian konsumen untuk mempelajari siapakah pembeli itu, bagaimana dan mengapa mereka membeli.

Pada model perilaku konsumen di atas nampak tito tolak dari model stimulus respon, bagan tersebut memperlihatkan pemasaran dan rangsangan lainnya yang masuk ke dalam kotak hitam pembeli dan menghasilkan jawaban tertentu. Rangsangan yang terdapat dalam kotak hitam diatas terdiri dari dua macam, yaitu rangsangan pemasaran yang terdiri dari 4 unsur: produk, harga, tempat, dan promosi. Serta rangsangan lain terdiri dari kekuatan utama dan kejadian-kejadian lain dalam lingkungan pembeli: ekonomi, teknologi, budaya, dan politik.

Semua rangsangan ini melewati kotak hitam pembeli dan menghasilkan seperangkat jawaban yang teramati seperti pilihan terhadap produk, merk, dan penjual. Kotak hitam ini bertindak selaku filter pembeli dalam pengambilan keputusan. Kotak hitam ini dipengaruhi oleh kepribadian dan pengalaman seseorang, sehingga setiap individu akan memiliki kriteria pembelian yang berbeda-beda.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas beberapa tahap. Seluruh proses tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembeliannya. Pada

umumnya konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan dalam pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap produk yang sama. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian tersebut dapat digambarkan seperti dibawah ini (Kotler, 2003:256) :



**Gambar 2.2**  
**Proses Keputusan Pembelian**

Setiap masyarakat selalu mengembangkan sesuatu sistem dalam memproduksi dan menyalurkan barang dan jasa. Masyarakat industri yang sudah maju sistem ini sangat kompleks, dan barang-barang yang tersedia beraneka ragam. Analisis perilaku konsumen yang realistis hendaknya juga menganalisa proses-proses yang tidak dapat atau sulit diamati, yang selalu menyertai setiap pembelian. Di dalam lingkup ini terdapat juga gambaran mengenai proses pembelian konsumen akhir (*ultimate consumer*) dan pembeli individu (*individual consumer*).

Konsumen akhir adalah individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau rumah tangganya. Sedangkan yang dimaksud dengan pembeli individu adalah orang yang melakukan pembelian tanpa atau sedikit sekali dipengaruhi oleh orang lain. Tetapi ini bukan berarti bahwa orang lain tidak terlibat, bagaimanapun juga banyak orang terlibat dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

Ada 5 (lima) macam peranan dalam perilaku konsumen yaitu (Swastha, dan Irawan 1997:11) :

1. *Initiator*, yaitu individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu atau yang mempunyai keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukan sendiri.
2. *Influencer*, yaitu individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja maupun tidak sengaja.
3. *Decider*, yaitu individu yang memutuskan apakah membeli atau tidak.
4. *Buyer*, yaitu individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya.
5. *User*, yaitu individu yang mempergunakan produk atau jasa sesungguhnya.

Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Pembelian barang dan jasa diperlukan suatu pemahaman tentang faktor-faktor apa yang menjadi penyebab konsumen itu melakukan suatu tindakan pembelian atau tidak melakukan pembelian barang dan jasa. Adapun faktor tersebut meliputi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah (Kotler, 2004:154) :

1. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi yang ada (Handoko,

1997:59). Simbul tersebut dapat bersifat kentara (alat-alat, perumahan, produk, dan karya seni), dan dapat pula bersifat tidak kentara (sikap, pendapat, kepercayaan, nilai, bahasa, dan agama).

## 2. Faktor kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ciri kelas sosial antara lain (Kotler, 1993:233) :

- a. Orang yang berada dalam setiap kelas sosial cenderung lebih berperilaku serupa dari pada orang yang berasal dari dua kelas sosial yang berbeda.
- b. Seseorang dipandang mempunyai pekerjaan yang rendah atau yang tinggi sesuai dengan kelas sosialnya.
- c. Kelas sosial seseorang dinyatakan dengan beberapa variabel, seperti : jabatan, pendapatan, kekayaan, pendidikan dan orientasi terhadap nilai.
- d. Seseorang mampu berpindah dari satukelas sosial ke kelas sosial lainnya dalam masa hidupnya.

## 3. Faktor kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung kepada

seseorang disebut kelompok keanggotaan yaitu kelompok dimana seseorang tersebut menjadi anggota dan saling interaksi (Kotler, 1993:234).

#### 4. Faktor Keluarga

Macam-macam bentuk keluarga yaitu keluarga inti (*nuclear family*), yang menunjukkan lingkup keluarga yang meliputi ayah, ibu, dan anak-anak yang hidup bersama. Keluarga besar (*extended family*), yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga tersebut seperti kakek, nenek, dan menantu (Swastha, dan Irawan, 1997:69).

### 2.5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Salah satu hal yang diperlukan dalam mencapai loyalitas pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Pelanggan yang telah merasa puas terhadap pelayanan penyedia jasa perbankan cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal itu dapat mempengaruhi orang lain agar menggunakan jasa dari bank tersebut. Selain itu, terjadi interaksi yang baik antara pelanggan dengan para karyawan dapat menjadi nilai atau poin

tersendiri bagi pelanggan untuk menyatakan atau merasakan kepuasan (Lupiyoadi, 2001:158).

Komunikasi antara karyawan dengan pelanggan pada saat apabila pelanggan mengalami kesulitan atau keluhan dalam melakukan kegiatan transaksi, karyawan dapat langsung melakukan respon terhadap keluhan tersebut. Oleh karena itu, semakin baik hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggannya akan menunjang tingkat kepuasan pelanggan. Manfaat spesifik kepuasan pelanggan meliputi (Tjiptono, 2007:192) :

1. Keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan.
2. Berorientasi menjadi sumber pendapatan di masa depan.
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan.
4. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas di masa depan.
5. Rekomendasi gethok tular positif.

## **2.6. Penelitian Terdahulu**

Salah satu sumber wacana bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan permasalahan sebagaimana yang telah diuraikan di bab I adalah adanya penelitian-penelitian terdahulu yang menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan, khususnya pada Perusahaan Daerah Air Minum. Berikut penelitian terdahulu yang dijadikan acuan :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Riantika (2004)	Profil PDAM Kabupaten Kudus.	Pendapatan. Jumlah penduduk, jumlah pelanggan, dan penjualan.	Jumlah pendapatan dan penjualan selalu meningkat. Jumlah penduduk, jumlah pelanggan juga meningkat, dan rata-rata merasa puas.
2	Wulandari (2005)	Gambaran Kinerja PDAM (Studi Pada PDAM Kota Rembang)	Hasil pendapatan, penjualan air (tagihan), jumlah sambungan rumah, volume penjualan, tingkat pengaduan.	Pendapatan, tagihan, jumlah sambungan rumah dan volumen penjualan selalu mengalami peningkatan. Dari periode penelitian, jumlah pengaduan selalu berkurang.
3	Rahayu (2012)	Gambaran Pencapaian Kerja Pada PDAM Palangkaraya Periode 2006-2010.	Pendapatan, biaya, jumlah pelanggan, utang perusahaan.	Total biaya selama lima tahun berfluktuasi, pendapatan meningkat, jumlah pelanggan juga meningkat, namun diimbangi dengan peningkatan jumlah hutang.

## 2.7. Kerangka Berfikir

Kebutuhan manusia yang paling pokok menurut Handoko (1997:254) adalah kebutuhan fisik. Kebutuhan fisik terdiri dari makan,

minum, seks, istirahat yang semuanya harus dipenuhi demi kelangsungan hidup manusia. Jika penambahan penduduk semakin besar berarti semakin banyak pula kebutuhan fisiknya. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Dipakai untuk minum, memasak, mandi, mencuci, dan sebagainya. Semakin besar pertumbuhan penduduk semakin banyak pula kebutuhan akan air sehat.

Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Semarang merupakan perusahaan *public utility*, yaitu perusahaan yang orientasinya pelayanan jasa kepada masyarakat. Pendapatan yang diperoleh berasal dari usaha pokok (penjualan air) dan pendapatan diluar usaha pokok (non air). Besar kecilnya pendapatan diantaranya tergantung dari jumlah biaya operasional, jumlah pelanggan, dan volume penjualan. Sudah diketahui oleh banyak orang, bahwa biaya merupakan salah satu komponen penting yang harus dikendalikan. Hal ini didasari oleh pemikiran bahwa seberapa banyakpun penjualan yang dihasilkan, namun perusahaan tidak dapat beroperasi secara efisien, maka bukan tidak mungkin hasil penjualan tidak mampu menutupi seluruh biaya. Hal ini bisa berdampak pada menurunnya pendapatan, bahkan bisa terjadi kerugian, kondisi ini tidak terkecuali pada PDAM Kabupaten Semarang.

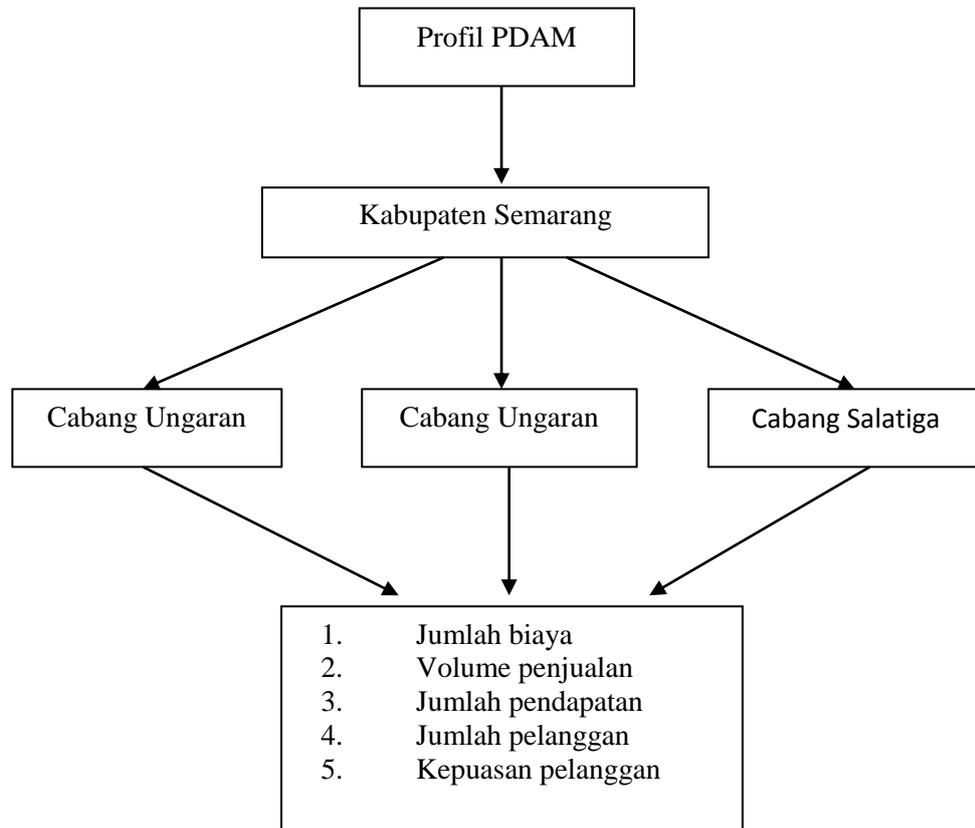
Bertambahnya jumlah penduduk, menjadi peluang emas bagi PDAM Kabupaten Semarang. Bagaimana tidak, perusahaan ini menjual kebutuhan masyarakat dalam bentuk air. Tambahnya jumlah penduduk berarti bertambahnya kebutuhan akan air yang merupakan kebutuhan pokok. Selain

itu, jumlah perumahan juga akan bertambah. Hal ini juga merupakan kesempatan bagi PDAM untuk melakukan promosi mulai dari proses pembangunan, hingga bangunan dihuni. Berawal dari proses pembangunan, sudah dibutuhkan air untuk segala keperluan penyelesaiannya, setelah bangunan selesai, penghuni bangunan tersebut membutuhkan air untuk kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah pelanggan sangat diperlukan, karena akan mempengaruhi peningkatan pendapatan.

Upaya lain yang perlu ditingkatkan adalah pencapaian penjualan. Jika pihak perusahaan dapat mengelola dengan baik, meningkatkan mutu berbagai bentuk pelayanan, maka pelanggan tidak akan kecewa. Jika hal ini terjadi, maka akan terjadi kerjasama jangka panjang. Akumulasi dari ini berarti merupakan pendapatan bagi PDAM Kabupaten Semarang untuk meningkatkan pendapatan. Jika pendapatan meningkat, dan pengelolaan biaya bisa efisien, tentunya pendapatan juga meningkat.

Selain pencapaian penjualan, PDAM Kabupaten Semarang juga harus berupaya untuk dapat memuaskan para pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari besar kecilnya jumlah keluhan dari pelanggan setiap periode. Semakin tinggi prosentase keluhan pelanggan, maka semakin besar pula rasa ketidakpuasan mereka atas layanan yang diberikan. Ketidakpuasan ini tentunya disebabkan oleh berbagai faktor, misalnya ada kebocoran pipa, air mengalir sangat sedikit, jam mengalir yang pendek, kurangnya penanganan keluhan, dan sebagainya.

Berdasarkan hal di atas, dapat diringkas dalam bentuk kerangka pemikiran secara skematis sebagai berikut :



**Gambar 2.3**  
**Kerangka Berfikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini kuantitatif yaitu suatu pendekatan ilmiah yang berangkat dari data terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi (Kuncoro, 2011:3). Sumber data dalam penelitian adalah data sekunder tahun 2008-2011, yang diperoleh dari PDAM Kabupaten Semarang, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga. Data tersebut terdiri dari jumlah biaya (Rp), volume penjualan ( $M^3$ ), pendapatan (Rp), jumlah pelanggan (pelanggan), dan kepuasan pelanggan (pelanggan).

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek penelitian suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Soegiono, 2009:38). Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah PDAM Kabupaten Semarang, yang mempunyai tiga cabang yaitu Ungaran, Ambarawa, dan Salatiga.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui teknik pengumpulan data arsip yaitu teknik pengumpulan data di basis data (Jogiyanto, 2010:117). Data diambil dari arsip masing-masing cabang PDAM Kabupaten Semarang yang terdiri dari data jumlah biaya, volume penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan kepuasan pelanggan tahun 2008-2011.

### **3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel jumlah biaya

Biaya adalah sesuatu yang berkonotasi sebagai pengurang yang harus dikorbankan untuk memperoleh tujuan akhir yaitu mendatangkan laba (Harnanto dan Zulkifli, dalam Minarti, 2003:14). Jumlah biaya yang dimaksud dalam penelitian berupa keseluruhan biaya yang dikeluarkan (Rp) oleh PDAM Kabupaten Semarang tahun 2007-2011, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga.

2. Volume penjualan

Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan oleh mereka yang memperlukanya dengan imbalan menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan yang sama (Sutanto, 1994:9). Volume penjualan yang dimaksud dalam penelitian adalah keseluruhan hasil penjuilan ( $M^3$ )

PDAM Kabupaten Semarang tahun 2002-2011, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga.

3. Variabel jumlah pendapatan

Menurut Soemarso (2003:51) pendapatan adalah hasil uang yang diterima oleh perusahaan atau perorangan dari penjualan barang-barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian berupa keseluruhan pendapatan (Rp) PDAM Kabupaten Semarang tahun 2007-2011, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga.

4. Jumlah pelanggan

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinyu dan berulang kali datang ketempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan dengan membeli/mengonsumsi barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001:143). Jumlah pelanggan yang dimaksud dalam penelitian adalah keseluruhan pengguna jasa (KK) PDAM Kabupaten Semarang tahun 2007-2011, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga.

5. Kepuasan pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2001:158). Kepuasan pelanggan yang dimaksud dalam penelitian adalah keseluruhan pengguna jasa (KK) PDAM

Kabupaten Semarang tahun 2008-2011, yang terdiri dari cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Metode analisis dalam penelitian ini analisis deskriptif, yaitu digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini dapat digunakan apabila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel diambil. Pada statistik deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan (Sugiyono, 2009:142-143).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai PDAM Kabupaten Semarang, cabang Ungaran, cabang Ambarawa, dan cabang Salatiga selama periode 2008-2011, terkait :

1. Jumlah biaya
2. Volume penjualan
3. Jumlah pendapatan
4. Jumlah pelanggan
5. Keluhan-keluhan pelanggan

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan berbagai hasil analisis deskriptif yang telah di paparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jumlah biaya operasional yang dikeluarkan oleh PDAM Cabang Ungaran periode tahun 2008-2011 berfluktuasi. Volume penjualan, jumlah pendapatan, dan jumlah pelanggan mengalami peningkatan. Dilihat dari sisi kepuasan pelanggan menunjukkan hasil bahwa para pelanggan bisa dikatakan puas dibuktikan dengan prosentase pengaduan yang sangat kecil (5%).
2. Jumlah biaya oprasional yang dikeluarkan oleh PDAM Cabang Ambarawa periode tahun 2010-2011 meningkat. Meskipun demikian diimbangi dengan volume penjualan, jumlah pendapatan, dan jumlah pelanggan yang meningkat. Demikian juga dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil bahwa para pelanggan bisa dikatakan puas dibuktikan dengan prosentase pengaduan yang kecil (11%).
3. Jumlah biaya oprasional yang dikeluarkan oleh PDAM Cabang Salatiga periode tahun 2010-2011 juga meningkat. Meskipun demikian diimbangi dengan volume penjualan, dan jumlah pendapatan. Namun, jumlah pelanggan tahun 2010 turun, meskipun demikian di tahun 2011 meningkat cukup signifikan. Demikian juga dengan kepuasan

pelanggan menunjukkan hasil bahwa para pelanggan bisa dikatakan puas dibuktikan dengan prosentase pengaduan yang sangat kecil (2%).

## 5.2. Saran

Atas dasar kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah :

1. Upaya untuk menekan biaya kerugian, PDAM Kabupaten Semarang dapat melakukan evaluasi rutin atau rasio kebocoran. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengontrol penggunaan pipa tua, yang rawan kebocoran. Selain itu, pemeliharaan mesin-mesin pompa air, karena instalasi pengolahan air semuanya dijalankan dengan tenaga listrik, jika tidak dikelola dengan baik terjadi ketidakefisienan biaya listrik.
2. Terkait volume penjualan, PDAM Kabupaten Semarang dapat meningkatkan volume produksi air. Hal ini dilakukan dengan cara menambah sumber mata air, dan membuat air dalam bentuk kemasan. Terkait dengan harga untuk meningkatkan penjualan, PDAM bisa memperpanjang jam aliran air untuk wilayah-wilayah yang strategis. Hal ini secara tidak langsung masyarakat akan terus menggunakan air, dan meter penggunaanya akan bertambah. Terkait dengan lokasi berarti terkait pula dengan saluran distribusi, supaya berjalan lancar sering melakukan monitoring dan evaluasi. Strategi untuk promosi, dapat dilakukan dengan promosi-promosi, pertemuan-pertemuan, *workshop*, penyuluhan, bakti sosial, dan sebagainya.

3. Terkait jumlah pelanggan yang masih sedikit, PDAM Kabupaten Semarang dapat melakukan promosi yang lebih gencar akan pentingnya air yang sehat. Selain itu, memperluas jaringan ke wilayah yang belum terjangkau oleh PDAM.
4. PDAM Kabupaten Semarang harus mampu menekan jumlah pengaduan dari pelanggan, supaya kepuasan pelanggan meningkat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal terkait sambungan pelanggan, distribusi, jangan terjadi kesalahan pencatatan rekening, dan bentuk-bentuk pelayanan lain lebih ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Rizky. 2013. *Pengaruh Biaya, Harga, Produk, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada PDAM Surabaya)*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 1 Nomor 1, Januari 2013. Sugiri. Slamet. 1993. *Pengantar Akutansi I*. Yogyakarta. AMP YKPN.
- Chofia, Nisa. 1998. *Pengaruh Tingkat Likuiditas dan Efisiensi Pengendalian Biaya Terhadap Rentabilitas Ekonomi ( Studi Kasus Pada KPRI di Kabupaten Kudus Tahun 2004 – 2006 )*. Skripsi. UNNES
- Drucker, Peter F. 1995. *Mengelola Untuk Mencapai Hasil*. Jakarta. Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Handoko, Hani. 1997. *Manajemen. Edisi II*. Yogyakarta. BPFE.
- Hari, Pratiknyo. 2000. *Analisis Kinerja PDAM Kabupaten Bengkulu*. Vol. 1 No.3.
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis. Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman. Edisi Pertama*. Yogyakarta. BPFE.
- Kotler, Philip. a 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_ b. 2003. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*, Jakarta. Indeks Kelompok. Gramedia.
- \_\_\_\_\_ c. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro. 2011. *Metode Kuantitatif, Teori & Aplikasi Untuk Bisnis & B Ekonomi*. Yogyakarta. YKPN.
- Laporan Pelaksanaan Pembangunan Daerah oleh PDAM Kabupaten Semarang, 1981.
- Linggawati, Rika. 2010. *Analisis Pengaruh Volume Penjualan. Jumlah Pengguna, Biaya Promosi. Jumlah Penduduk Terhadap Jumlah Penjualan Pada Depo Isi Ulang Pekan Baru*. ISSN. 1412-4167.
- Manullang, M.. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- Mulyadi. 1999. *Akutansi Biaya*. Yogyakarta. Aditya Media.
- Minarti, Sri. 2003. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Volume Pendapatan*. Vol. 2 No. 4.
- Pembukaan Undang-Undang Tahun 1945.
- Peraturan Bupati Nomor 8 Tahun 2014 *Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Semarang*.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*. Jakarta. Salemba Empat.
- Republika.co.id*. Periode 7 Februari 2014.
- Riantika, Rahayu. 2004. *Profil PDAM Kabupaten Kudus*. ISSN. 1312-462.
- Rahayu, Dwi. 2012. *Gambaran Pencapaian Kerja Pada PDAM Palangkaraya Periode 2006-2010*.
- Rahayu, Febriana. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Penjualan Pada PDAM Kota Samarinda*. Jurnal Ilmiah. Vol. 2 Nomor 4.
- SAK. 2000. *Ikatan Akuntansi Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Swastha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta. Liberty.
- Sugiri, Slamet. 1992. *Penelitian Simposium Nasional*. Jakarta.
- Soemarso. 2003. *Akutansi Suatu Pengantar II*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. ALFABETA.
- Supriyono. 1999. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta. Liberty.
- Sutanto. 1994. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penjualan*. Vol. 1 No. 2.
- Sutrisno dan Kusriyanto. 1994. *Manajemen Biaya*. Rineka Cipta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Strategi Pemasaran*. Edii II. Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Service Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Undang-Undang Dasar 19945.
- Undang-Undang No. 22 tahun 1999, *Tentang Pemerintah Daerah*.
- Wulandari. 2005. *Gambaran Kinerja PDAM (Studi Pada PDAM Kota Rembang)*. Vol. 2 Nomor 2.
- \_\_\_\_\_. *PDAM Kabupaten Semarang*.

## Lampiran 1

**Data Jumlah Biaya, Jumlah Pelanggan, Volume Penjualan,  
Jumlah Pendapatan, dan Jumlah Pengaduan Pelanggan  
Pada PDAM Kabupaten Semarang**

No	Tahun	Jumlah Biaya (Rp)	Jumlah Pelanggan (Pelanggan)	Volume Penjualan (M <sup>3</sup> )	Jumlah Pendapatan (Rp)	Pengaduan (Pelanggan)
<b>Cabang Ungaran :</b>						
1	2008	8,963,293,104	10,398	2,711,468	7,330,710,320	495
2	2009	8,332,075,173	11,020	2,946,682	8,954,489,835	536
3	2010	8,164,233,219	11,671	3,035,513	10,230,160,275	625
4	2011	8,571,148,614	12,950	3,210,443	11,820,697,955	516
<b>Cabang Ambarawa :</b>						
1	2008	5,975,528,736	4,933	996,723	2,918,376,973	479
2	2009	5,554,716,782	5,221	1,068,771	3,268,773,785	396
3	2010	5,442,822,146	5,584	1,156,167	4,055,968,505	527
4	2011	5,714,099,076	6,825	1,216,659	4,628,849,172	1061
<b>Cabang Salatiga :</b>						
1	2008	4,979,607,280	22,995	1,968,600	14,612,199,250	463
2	2009	4,628,930,652	24939	2,073,279	17,194,138,800	352
3	2010	4,535,685,122	19869	2,124,171	19,447,096,155	461
4	2011	4,761,749,230	30012	2,228,492	23,295,095,622	525

Mengetahui :

PDAM Kabupaten Semarang

Kantor Inspeksi dan Verifikasi



Purno Sulatsih, H. S.E.

5076.88.0053



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)  
 FAKULTAS EKONOMI (FE)  
 Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang  
 Telepon (Fax.) : (024) 8508015  
 email : fe@unnes.ac.id

Nomor : 814 /UN37.1.7/PP/2014  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Ijin Observasi

2 Mei 2014

**Yth. : Direktur Utama Perusahaan Daerah Air Minum**  
 Jl. Gatot Subroto No. 2, Ungaran Barat  
 Kabupaten Semarang

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

**N a m a : RIZA FIRMANDA**  
**N I M : 7111409027**  
**Jurusan/Prodi : Ekonomi Pembangunan / S1**  
**Semester : X (sepuluh)**

Bermaksud akan melakukan observasi dalam rangka **penyusunan skripsi**. Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diijinkan untuk melakukan observasi tentang "Kajian Kontribusi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)" di Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Semarang, dengan alokasi waktu bulan **Mei s.d Juli 2014**.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih

an. Dekan.  
 Pembantu Dekan Bidang Mawa.,

**Drs. Bambang Prishardoyo, M.Si** *pr*  
 NIP 196702071992031001

Tembusan Yth :  
 1. Pembantu Dekan Bid. Akademik  
 2. Ketua Jurusan EP  
 Fakultas Ekonomi UNNES

FM-05-AKD-24



**PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
KABUPATEN SEMARANG**

Jl. Gatot Subroto No.2 Ungaran Kode Pos 50517  
Telp. (024) 6924335 - 6924336 fax. 6924337  
e-mail : pdamungaran@yahoo.com

Nomor : 690/819  
Lampiran : -  
Perihal : Pemberitahuan

Ungaran, 16 Mei 2014

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Semarang ( UNNES )  
Di

SEMARANG

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor : 814/UN37.1.7/PP/ 2014 tanggal 2 Mei 2014 perihal Permohonan Izin Observasi, dengan ini disampaikan pemberitahuan sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya permohonan Saudara dapat disetujui untuk melaksanakan observasi di PDAM Kabupaten Semarang, adapun mahasiswa yang diijinkan observasi adalah :

Nama : Riza Firmanda

NIM : 7111409027

Semester : X ( sepuluh )

Jurusan : Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang

2. Memberikan laporan hasil observasi kepada PDAM Kabupaten Semarang.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
KABUPATEN SEMARANG  
DIREKTUR UTAMA



MOCH AGUNG SUBAGYO, SE  
NIK. 5076.14.0174