

**SKRIPSI**

**EVEKTIFITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM MATARAM  
(PDAM) GIRI MENANG MATARAM DI TINJAU DARI ETIKA  
BISNIS ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Adminitrasi Bisnis Strata Satu (S1)



**KONSENTRASI ENTERPRENUER  
PROGRAM STUDI ADMISTRASI BISNIS  
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
TAHUN 2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**EVEKTIFITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM MATARAM  
(PDAM) GIRI MENANG MATARAM DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS  
ISLAM**

Oleh :

**ERWINSYAH**  
**21512A0017**

Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh  
Pembimbing Untuk Diajukan Ke Sidang Skripsi Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 07 Agustus 2019

**Menyetujui :**

**Dosen Pembimbing Utama**

**Dosen Pembimbing Pendamping**



**Drs. Amil., M.M**  
**NIDN. 0831126204**



**Dedi Iswanto, S.T., M.M**  
**NIDN. 0818087901**

**Mengetahui:**

Program Studi Administrasi Bisnis  
Ketua Prodi



**Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM**  
**NIDN.0828108404**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**EVEKTIFITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM MATARAM  
(PDAM) GIRI MENANG MATARAM DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS  
ISLAM**

Oleh:

**ERWINSYAH**  
**21512A0017**

Pada Hari Rabu, 07 Agustus 2019  
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

**Tim Penguji :**

**Drs. Amil., M.M**  
**NIDN. 0831126204**



**Pembimbing Utama**

**Dedi Iswanto., S.T., M.M**  
**NIDN. 0818087301**



**Pembimbing Pendamping**

**Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom**  
**NIDN. 0831128310**



**Pembimbing Netral**

**Mengetahui:**

Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram  
**Dekan**



**Drs. Amil., M.M**  
**NIDN. 0831126204**

## SURAT KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Erwinsyah  
Nim : 21512A0017  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jurusan : Adminitrasi Bisnis  
Kosentrasi : Enterprenuer  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitaas : Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : "Evektifitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Mataram Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam".

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Skripsi ini hasil jiplakan , maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian Pernyataan Ini Saya Buat  
Mataram, 07 Agustus 2019



**ERWINSYAH**  
**Nim. 21512A0017**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bima pada Tanggal 02 Januari 1993, sebagai putra pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Baharudin dan Ibu Narima. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 9 Sape Parangina pada tahun 1998 dan lulus pada tahun 2005.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Sape Kabupaten Bima lulus pada tahun 2008, dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Sape lulus pada tahun 2011, penulis mengikuti tes masuk perguruan tinggi dan terdaftar sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

## MOTO

"Pelanggan adalah raja"

(Penulis)

"Daripada mengeluh tentang apa yang tidak kita miliki, mengapa kita tidak memulai dengan apa yang kita punya"

(Penulis)

"Bermimpilah karena Allah SWT akan memeluk mimpi-mimpi itu"

"Dalam hidup kita hanya memiliki dua pilihan, hadapi yang nyata atau lari seperti pengecut (Pecundang)"



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan ikhlas skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Ayahanda dan ibunda tercinta (Baharudin dan Narima) yang telah mengorbankan moril dan material, demi membiayai sekolah anaknda. Terimakasih yang tidak terhingga atas kasih sayang dan do'a yang selalu menyertai langkah anaknda.
- ❖ Buat adik-adik ku (Irma Wati dan Yeyen Oktianingsih, yang selalu memberikan motivasi sehingga mencapai titik akhir dari apa yang dicita-citakan.
- ❖ Buat Paman dan Bibi ku (Ilyas dan Mas'ah) serta sepupuku (Adhitya, M.Yamin, Misbah, Meri fitryati dan Rosmiani), yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
- ❖ Buat sahabat-sahabatku tercinta (Dodi Wijaya, Hendra, Hidayat, Firmansyah dan Bram), terimakasih atas persahabatan yang telah kalian berikan kepadaku serta dukungan dan semangat yang diberikan kepadaku selama ini, kalian adalah sahabat terbaikku di sepanjang masa.
- ❖ Almamater hijauku tercinta Universitas Muhammadiyah Mataram

Semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan kalian, amin...!!!

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk dan rahmat-Nya sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan membaca Skripsi ini kami berharap dapat membantu teman-teman serta pembaca dalam memahami Skripsi yang di buat oleh peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan Skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan dari segi kata-kata, bahasa, atau penulisan dalam menyajikan Skripsi. Saran dan kritik sangat diharapkan oleh peneliti agar Skripsi ini dapat lebih baik lagi.

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abd. Ghani, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Drs. Amil., M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,M.M selaku Kaprodi Adminitrasi Bisnis yang telah banyak membantu dan membina serta membimbing dengan penuh keikhlasan.
4. Bapak Drs. Amil.,M.M Selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Dedi Iswanto, S.T., M.M selaku Dosen pembimbing Pendamping yang banyak memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh keikhlasan selama penyusunan Skripsi ini.



5. Kepada seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Kepada Ayah, Ibu, dan adik-adik saya tercinta yang telah memberikan dukungan kasih sayangnya. Yang penuh kasih cinta dan doanya teramat tulus hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi teman-teman dan pembaca, *Amin yarobbalaloamin...*



## ABSTRAK

### **EVEKTIFITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM MATARAM (PDAM) GIRI MENANG MATARAM DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

Oleh :

Erwinsyah:Drs.Amil.,M.M<sup>(1)</sup>,Dedi Iswanto, S.T., M.M<sup>(2)</sup>

Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pelayanan akan dapat dikatakan handal apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Perusahaan Daerah Air Minum Mataram (PDAM) Giri Menang Maaram adalah perusahaan yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan akan air bersih guna menunjang perkembangan ekonomi dan derajat kesehatan masyarakat. Penelitian ini menggambarkan bagaimana kualitas pelayanan oleh PDAM dalam proses pemberian layanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, serta melihat berbagai faktor yang muncul.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana penelitian ini berusaha untuk menjelaskan suatu fakta atau realita sebenarnya di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik Dokumentasi, teknik Wawancara, teknik Observasi dan Studi pustaka. Penelitian menunjukkan bahwa dari kriteria kualitas pelayanan yang meliputi: Bukti langsung (Tangible) sarana dan prasarana dari penyedia layanan, Keandalan (Reliability) kemampuan memberikan pelayanan secara teratur dan adil kepada pelanggan, Daya Tanggap (Responsiveness) kemampuan memberikan tanggapan yang cepat kepada pelanggan yang melakukan pengaduan, Jaminan (Assurance) kemampuan memberikan jaminan hasil produksi, dan Empati (Emphaty) kemampuan pegawai dalam mendekati diri dengan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan tujuan penelitian, dapat diketahui bahwa menunjukkan kinerja belum terpenuhi. Dan perlu adanya perbaikan-perbaikan yang harus dilakukan. Selain itu terdapat faktor-faktor, antara lain: Terbatasnya sarana dan prasarana, kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki masih terbatas, rendahnya pengetahuan masyarakat.

**Kata Kunci : Epektifitas Pelayanan, dan Sumber Daya Manusia (SDM)**

## ABSTRACT

### THE EFFECTIVENESS OF EMPLOYEE SERVICE TO THE CUSTOMER SATISFACTION OF MATARAM DRINKING WATER COMPANY (PDAM) GIRI WIN MATARAM IN REVIEW OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS

By:

Erwinsyah:Drs.Amil.,M.M<sup>(1)</sup>,Dedi Iswanto, S.T., M.M<sup>(2)</sup>

Services are activities offered to consumers or customers served, which are intangible and cannot be owned. The concept of Islam teaches that in providing services from businesses that are run either in the form of goods or services, do not provide bad or not quality, but quality to others. The service will be said to be reliable if the agreement that has been disclosed is achieved accurately. Mataram Regional Water Supply Company (PDAM) Giri Menang Mataram is a company established to meet the need for clean water to support economic development and the degree of public health. This research illustrates how the quality of service provided by the PDAM in the service delivery process is in accordance with the stipulated conditions, and looks at various factors that emerge.

This study uses qualitative methods, where this research seeks to explain a fact or reality actually in the field. Data collection techniques carried out with the documentation technique, interview techniques, observation techniques and literature study. Research shows that from service quality criteria which include: Direct evidence of infrastructure facilities from service providers, Reliability, ability to provide services regularly and fairly to customers, Responsiveness, ability to provide fast responses to customers who do complaints, Assurance (ability) to provide guarantees of production results, and Empathy (Emphaty) the ability of employees to get closer to customers. Based on the results of the study and research objectives, it can be seen that showing the performance has not been met. And there needs to be improvements that must be done. In addition there are factors, among others: Limitations on facilities and infrastructure, the quantity and quality of Human Resources (HR) owned is still limited, low knowledge of the community.

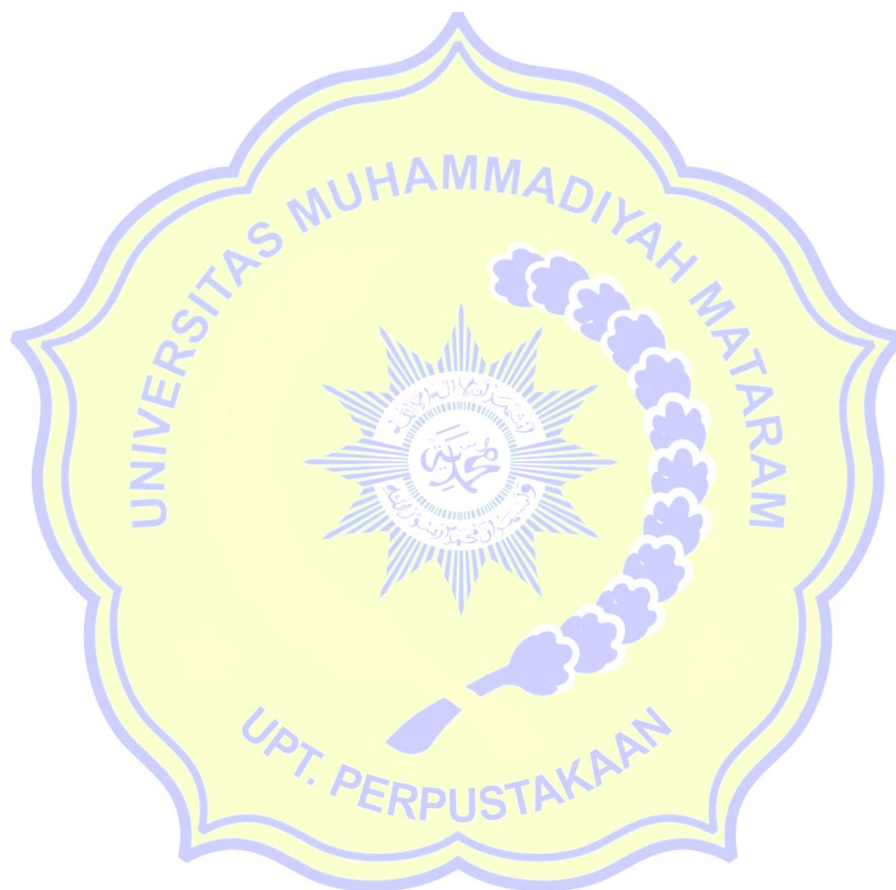
**Keywords: Service Effectiveness, and Human Resources(HR)**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT KEASLIAN TULIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Kerangka Teori.....	10
2.2.1 Definisi Efektifitas.....	10
2.2.2 Definisi Pelayanan.....	11
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan .....	12
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2.5 Definisi Etika Bisnis Islam .....	14
2.2.6 Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	18

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1. Metodologi Penelitian .....	22
3.2. Jenis Penelitian.....	22
3.3. Lokasi dan waktu Penelitian .....	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Teknik Observasi .....	23
3.4.2 Teknik Wawancara .....	23
3.4.3 Teknik Dokumentasi.....	24
3.4.4 Studi Pustaka.....	24
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5.1 Jenis Data.....	24
3.5.2 Sumber Data .....	25
3.6. Populasi dan Sampel .....	26
3.6.1 Populasi .....	26
3.6.2 Sampel .....	26
3.7. Analisis Data .....	27
3.7.1 Keabsahan Data .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	25
4.1.1 Sejarah Berdirinya PDAM Giri Menang Mataram .....	25
4.1.2 Struktur Organisasi PDAM Giri Menang Mataram .....	28
4.1.3 Wilayah Kerja dan Informasi .....	29
4.1.4 Sumber Air Baku PDAM .....	29
4.1.5 Sumber Daya Manusia (SDM).....	29
4.2. Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Efektifitas Pelayanan PDAM Giri Menang Mataram.....	34
4.2.2 Penilaian Kinerja PDAM Giri Menang Mataram.....	38
4.2.3 Indeks Kepuasan Pelanggan PDAM Giri Menang Mataram.....	39
4.2.4 Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Efektifitas.....	41
4.2.5 Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	43

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>52</b>
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.Struktur Organisasi PDAM Giri Menang Mataram .....	30
Gambar 4.2.Grafik Pertumbuhan Pelanggan .....	40



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 4.1 Sumber Daya Manusia (SDM) PDAM Giri Menang.....	33
Tabel 4.3 Penilaian Kinerja PDAM Giri Menang.....	41
Tabel 4.4 Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan PDAM GiriMenang Mataram..	42





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Menurut Moenir (1992:16) Pelayanan ialah “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pelayanan akan dapat dikatakan handal apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan sungguh Al-Qur’an telah memerhatikan permasalahan janji ini dan memberi dorongan serta memerintahkan untuk menepatinya. Allah SWT telah berfirman:

*”Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan jangan kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu)itu sesudah meneguhkannya, sedangkan kamu menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu),sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (An-Nahl:91)*

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada

kosumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya.

Dimensi asuransi atau jaminan pengetahuan atau wawasan, sopan santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Berdasarkan teori yang telah diungkapkan, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang di harapkan.

Kepuasan konsumen secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh para ahli pemasaran, dapat di simpulkan adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu yang terkait untuk menghindari duplikasi, plagiasi, repetisi, serta menjamin keabsahan dan keaslian penelitian yang dilakukan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang di rasakan (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler (2003:138) “kepuasan” adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan

terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Hubungan antara kepuasan pelanggan dan pelanggan yang loyal adalah tidak profesional:

1. Kepuasan pelanggan pada tingkat sangat rendah, kemungkinan pelanggan akan berpindah meninggalkan perusahaan dan menjelek-jelekannya.
2. Kepuasan pelanggan pada tingkat dua sampai tingkat empat, pelanggan merasa agak puas, tetapi masih mungkin untuk berpindah ketika suatu penawaran lebih baik muncul.
3. Kepuasan pelanggan pada tingkat lima, pelanggan sangat mungkin membeli kembali dan bahkan menyebarkan kabar baik tentang perusahaan.

Sedangkan, Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75), definisi kepuasan respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan mengenai pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai:

1. Kualitas mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitasnya akan mendorong konsumen menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.
2. Pelayanan konsumen adalah pelayanan konsumen tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen suatu produk atau jasa memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah

pembelian. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan yaitu sebagai berikut: (1). Apa yang didengar pelanggan lainnya (word of mouth communication). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan; (2). Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (personner needs); (3). Pengalaman masa lalu (past experience) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan; dan (4). Komunikasi dengan pihak eksternal dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya: (1). Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang di terima lebih baik dari perkiraannya: (2). Pelanggan menjadi bisa saja jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraannya; dan (3). Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

Kepuasan pelanggan menurut Gultinan, et.all (1997:6) yaitu “bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang tingkatan dari manfaat yang dirasakan oleh pelanggan”. Artinya bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan antara tingkat dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang di harapkan

oleh pelanggan. Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif yaitu:

(1). Beberapa perusahaan dalam menangani produk biaya garansi/jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada pelanggan; (2). Penanganan terhadap komplain dari pelanggan. Secara statistik hal ini penting diperhatikan namun sering kali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya; (3). Saham (Market share), Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur, maka yang diukur adalah kualitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan; dan (4). Biaya kualitas yang buruk (Costs of poor quality). Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk pelanggan cacat (defecting customer) dapat diperkirakan. Untuk mengusahakan penyediaan memberikan pelayanan secara maksimal kepada masyarakat serta sebagai sumber pendapatan asli Daerah.

Perusahaan Daerah Air Minum Mataram Giri Menang mempunyai tujuan untuk mengusahakan penyediaan air, memberikan pelayanan secara maksimal kepada masyarakat, serta sebagai sumber pendapatan asli daerah. Dalam kondisi tersebut Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Mataram dikatakan berhasil atau efektif apabila masyarakat telah memperoleh distribusi air, yang mana dapat dilihat dalam pelaksanaan kegiatan pelayanan distribusi yang tentunya oleh faktor-faktor tertentu. Dengan ulasan dari berbagai alasan tersebut melatarbelakangi penulisan untuk mengadakan penelitian pada pelayanan kepada

masyarakat dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana aktivitas pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas penelitian di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Efektifitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram di tinjau Dari Etika Bisnis Islam di Mataram ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Efektifitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram di Mataram?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Ingin mengetahui bagaimana efektifitas pelayanan karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Giri Menang Mataram.
2. Ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efektifitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai sumber pemikiran kepada Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram dalam mengambil langkah untuk meningkatkan efektifitas pelayanan sebagai suatu catatan dalam mengakumulasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas pelayanan yang di harapkan mampu mengantisipasi dalam rangka pengembangan Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram di Mataram dimasa mendatang.
2. Dengan penelitian ini dapat menambah wawasan yang lebih luas bagi penulis terutama dalam hal pelayanan dan harapan yang dapat bermanfaat bagi peneliti lain sebagai bahan refrensi.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman dan acuan penulis untuk penelitian skripsi berupa beberapa skripsi ilmu administrasi bisnis.

**Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang
1	Eko Nurwahyanto (2017)	Efektifitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu objek penelitiannya PDAM Tirta Siak Kota Pekanbaru sedangkan objek penelitian sekarang di PDAM Giri Menang Mataram. Selain itu ada penambahan variabel di penelitian sekarang tentang kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama membahas tentang efektivitas pelayanan
2	Suroso (2012)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu objek penelitian terletak di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta

		Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Tuah Benua Kutai Timur Cabang Sangatta Utara	Tuah Benua Kutai Timur Cabang Sangatta Utara sedangkan penelitian sekarang objek penelitiannya di Perusahaan Daerah Air Minum Giri Menang Mataram. Selain itu terletak pada variabel independen penelitian terdahulu yaitu kualitas pelayanan sedangkan di penelitian sekarang tidak membahasnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah membahas tentang kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).
3	Vicky Taufiq Nugraha (2012)	pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Bandung	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah objek penelitian terdahulu terletak di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Bandung. Selain itu terletak pada variabel independen di penelitian terdahulu yaitu kualitas pelayanan sedangkan di penelitian sekarang tidak membahasnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum.

## 1.2 Kerangka Teori

### 1.2.1 Definisi Efektifitas

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar sementara katasifat adalah efektifitas. Kata efektifitas berasal dari kata Inggris *effectif* berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Menurut Harbani Pasolong (2007:279), efektifitas pada dasarnya berasal dari kata “efek” dan digunakan istilah ini untuk sebab akibat. Efektivitas dapat di pandang sebagai suatu sebab dari variabel lain. Efektifitas berarti bahwa tujuan yang telah



direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan. Efektivitas tidak dapat disamakan dengan efisiensi, karena keduanya memiliki arti berbeda walaupun dalam berbagai penggunaan kata efisiensi lekat dengan kata efektifitas. Efisiensi mengandung pengertian perbandingan atau biaya hasil, sedangkan efektifitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian tujuan. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektifitas sebagai ketepatan penggunaan hasil guna atau menunjang tujuan. Efektifitas merupakan salah satu dimensi dari produktivitas, yaitu mengarah kepada pencapaian untuk kerja yang maksimal, yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas dan waktu efektifitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Maksudnya adalah efektifitas merupakan suatu standar pengukuran untuk menggambarkan tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. “Efektifitas yaitu suatu keadaan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek/akibat yang dikehendaki”. Ada juga yang menekankan efektifitas sebagai suatu pencapaian tujuan-tujuan organisasi dan efektifitas adalah kunci dari kesuksesan suatu organisasi. Ada juga definisi lain efektif itu harus terkait dengan pencapaian tujuan dan sasaran suatu tugas atau sasaran suatu tugas atau pekerjaan dan terkait juga dengan kinerja dari proses pelaksanaan pekerjaan. Ada juga yang mengemukakan bahwa: “efektifitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tetapi juga mekanisme

mempertahankan diri dalam mengejar sasaran dengan kata lain, penilaian efektifitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan.

### 1.2.2 Definisi Pelayanan

Menurut kotler (2003:464) beliau menyebutkan bahwa pelayanan (Service) ialah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Pelayanan atau juga lebih dikenal dengan service bisa di klasifikasikan menjadi dua yaitu:

1. Layanan kontak tinggi (high contact service) ialah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dan juga penyedia jasa yang sangatlah tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.
2. Layanan kontak rendah (low contact service) ialah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. Kontak fisik (*physical contact*) dengan konsumen hanyalah terjadi di *front desk* yang termasuk ke dalam klasifikasi *low contact service*.

Sedangkan dalam konsep islam mengajarkan bahwa memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk suatu yang berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak pada Al-Quran Allah berfirman, yang artinya “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian usahamu yang baik-baik dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari usahamu yang baik memilih yang buruk-buruk lalu kamu*

*nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ialah Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.*(Surat Al-Baqarahayat: 267)

### **1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa besar adanya perbedaan antara realitas dan ekspektasi para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Apabila jasa yang ndirasakan sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan dipandang baik atau positif. Jika jasa yang dibayangkan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dikatakan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang yang dipandang lebih jelek diandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dikatakan negatif atau buruk.

Menurut Pendapat *Parasuraman dkk (1998:78)*, faktor-faktor yang mempengaruhi dan mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi, antara lain:

1. Bukti langsung (Tangibles).

Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

2. Keandalan (Reliability)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

3. Ketanggapan (Responsiveness)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*).

Merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

5. Empati (*Emphaty*).

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu.

**1.2.4 Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)**

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen, merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan terhadap suatu barang atau jasa dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) : Kepuasan pelanggan (konsumen) adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Pelanggan atau langganan merujuk pada individu atau rumah tangga, perusahaan yang membeli barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi. Secara spesifik, kata ini sering pula diartikan sebagai

seseorang yang terbiasa untuk membeli barang pada suatu tokotertentu. Dalam berbagai pendekatan,tergantung dari sifat dari industri atau budaya,pelanggan bisa disebut sebagai klien,nasabah atau pasien. Maknanya adalah pihak ketiga di luar sistem perusahaan yang karena sebab tertentu, membeli barang atau jasaperusahaan. Khusus untuk nasabah,istilah ini digunakan mewakili pihak yang menggunakan jasa bank,baik itu keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.Kebutuhan pelanggan dapat didefinisikan sebagai barang atau jasa yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda tingkatannya dan pengharapan pelanggan biasanya dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya,iklan pemasaran,sertabentuk komunikasilain baik pemasok maupun sumber-sumber lainnya.Kebutuhan maupun pengharapan pelanggan dapat ditentukan melalui wawancara,survei, perbincangan, penggalian data,atau metode-metodepengumpulan informasi lainnya. Pelanggan mungkin tak memiliki pemahaman yang jelas mengenai kebutuhannya. Bantuan untuk menentukan kebutuhan dapat menjadi suatu layanan yang berharga bagi pelanggan. Pada peroses ini,pengharapan dapat diatur atau disesuaikan dengan kemampuan produk atau jasa tertentu.

#### **1.2.5 Definisi Etika Bisnis Islam**

Untuk mengetahui definisi dari etika bisnsi islam tentunya harus mengetahui terlebih dahulu apa definisi etika menurut islamdan etika bisnis itu sendiri:

## **1. Definisi Etika Menurut Islam**

Secara terminologis etika sangat dekat dengan pengertiannya dengan istilah al-Qur'an Al-khuluq atau akhlak, akhlak mengandung beberapa arti diantaranya: (1). Tabiat yaitu sifat dalam diri yang terbentuk oleh manusia tanpa dikehendaki dan tanpa diupayakan; (2). Adat yaitu sifat dalam diri yang diupayakan manusia melalui latihan yaitu berdasarkan keinginannya; (3). Watak yaitu cakupannya melalui hal-hal yang menjadi tabiat dan hal-hal yang di upayakan hingga menjadi adat. Kata akhlak berarti juga ke sopanan atau agama.

## **2. Definisi Etika Bisnis**

Menurut Velasques (2003:87) bahwa Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Selain etika bisnis juga dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah: Aktifitas pembisnis dalam Etika Bisnsi Islam. Dalam melakukan segala aktifitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha tentunya ada etika yang mengatur sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antara sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis, tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang mengatur tentang aktifitas bisnis.

Dalam islam juga terdapat etika dalam aktifitas berisnis. Adapun aktifitas dan etika bisnis islam adalah:(1). Pembisnis Harus Jujur.Tampa kejujuran,semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan langgeng, padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali (lama) lebih baik dari pada keuntungan banyak tetapi hanya sekali atau dua, tiga kali. Jujur merupakan motivasi yang abadi dalam budi pekerti dan prilaku seorang pembisnis muslim, karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya, dan sarana untuk bisa masuk surga. Sebagaimana firman Allah SWTdalam surat Al-Ahzab ayat 70-71 yang artinya :“ *hai orang-orng yang beriman bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar; Niscaya Allah memperbaiki bagaimana amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasulnya maka sesungguhnya dia telah mendapat kemenangan yang besar.*; (2). Amanah Islam mewajibkan pembisnis, untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain, dan tidak boleh meremehkan hak orang yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggung jawab yang besaryang lebih berat dari seluruh yang ada di dunia ini. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Ahzab ayat 72 yang artinya: “*sesungguhnya kami telah mengemukakan amanat itu kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikulilah amanat ituolehmanusia. Sesungguhnya manusia itu Amanat zalim dan Amanat bodoh*”; (3). Toleransi dan keramat tamahan, Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis

yang paling gilirannya menguntungkan kedua; dan (4). Salah satu konsekuensi dari kejujuran adalah pemenuhan janji syarat perjanjian. Dua pihak yang bertransaksi pada dasarnya akan kebenaran mitranya dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis mereka.

### **1.2.6 Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Menurut Zeithaml (2003:162) ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan terhadap produksi air minum di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan terhadap produksi air minum yang ditawarkan oleh perusahaan air minum sangat besar, maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman teman-teman cerita teman pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari image periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.



### 1.2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam kaitannya dengan beberapa factor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (1996:987) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh factor eksternal dan factor internal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu :

- 1). Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
- 2). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu: (1). Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan; (2). Tingkat ketidakpuasan pelanggan; (3) Manfaat yang diperoleh; (4). Pengetahuan dan pengalaman; (5). Sikap pelanggan terhadap keluhan; (6). Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi; dan (7). Peluang keberhasilan dalam melakukan complain.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan ialah pendekatan data kualitatif yang merupakan cara untuk mengetahui data dengan memanfaatkan teori-teori yang ada. Penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada temuan data yang bersifat apa adanya dan menuntut peneliti untuk menggunakan kata-kata dalam mengolah hasil penelitiannya, hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Danim (2000:635) yang mendefinisikan metode kualitatif sebagai “pendekatan sistematis dan subjektif yang digunakan untuk menjelaskan pengalaman hidup dan memberikan makna atasnya.

#### **3.2. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Kualitatif. Kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawan dari eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

#### **3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah bertempat di PDAM Giri Menang Mataram Jl. Pendidikan No.39, Dasan Agung Baru, Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini di laksanakan dari April 2019 sampai selesai.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian, bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian-penelitian menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data di antaranya yaitu :

#### **3.4.1. Teknik Observasi**

Teknik Observasi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengetahui sesuatu dari sebuah fenomena yang didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi terkait dengan suatu fenomena atau peristiwa yang sudah atau yang sedang terjadi di lingkungan. Proses dalam mendapatkan informasi-informasi tadi haruslah objektif, nyata serta dapat dipertanggung jawabkan.

Menurut Arikunto (2006:124) Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Observasi juga disebut sebagai metode pengamatan terlebih dahulu guna melakukan langkah-langkah selanjutnya.

#### **3.4.2. Teknik Wawancara**

Merupakan suatu percakapan antara dua atau lebih orang yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber, proses wawancara ini terjadi dengan adanya komunikasi bolak-balik antara peawawancara dengan orang yang diwawancarai, untuk menggali topik tertentu yang dibahas.

Menurut Sugiyono (2004:67) Teknik wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewee) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewer) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Cara mengumpulkan data dengan wawancara langsung terhadap informan yang telah ditentukan sebelumnya dan diharapkan dapat memberikan keterangan atau penjelasan yang seperlunya mengenai yang diteliti. Dalam melakukan penelitian, peneliti memilih narasumber yang amat membantu untuk memperoleh data yaitu:

- a. Yang mengelola PDAM Giri Menang Mataram.
- b. Karyawan yang bekerja di PDAM Giri Menang Mataram.
- c. Masyarakat yang bergabung di PDAM Giri Menang Mataram.

### **3.4.3. Teknik Dokumentasi**

Teknik Dokumentasi merupakan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya.

Teknik dokumentasi (Sugiyono, 2013:145) yaitu : “Mencari data mengenai metode hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transaksi, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya”. Dimana kesemuanya itu dijadikan sebagai sumber tertulis dalam rangka membantu memperjelas keberadaan obyek di lapangan.

#### **3.4.4. Studi Pustaka**

Study pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelitian terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Dalam penelitian ini hasil yang didapatkan berupa hasil wawancara, observasi maupun data yang diperoleh dengan cara lainnya. Akan dibandingkan tingkat kesesuaiannya dengan tingkat referensi yang telah ada.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan beberapa jenis data yang peneliti gunakan antara lain :

##### **1. Kualitatif**

Menurut Iskandar (2008:879) Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawan dari eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

##### **2. Kuantitatif**

Menurut Iskandar (2008:357) Kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, peneliti kuantitatif tidak terlalu meneliti berat pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data

sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya didominasi oleh peran statistik, pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.

### **3.5.2 Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan beberapa sumber data yang peneliti gunakan antara lain :

#### **a. Data Primer**

Menurut Umi Narimawati (2008:98) Data primer adalah data dalam kajian ilmiah yang diambil langsung dari subjek penelitian. Data primer menjadi sumber data wajib yang harus ada dalam kajian ilmiah, karena berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

#### **b. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2008:402) Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber atau objek penelitian. Data sekunder biasanya diperoleh dari arsip-arsip, buku maupun penelitian terdahulu.

## 3.6 Populasi dan Sampel

### 3.6.1 Populasi

Merupakan sekumpulan makhluk hidup yang memiliki karakteristik yang sama (*species* yang sama), hidup di wilayah geografis yang sama pada waktu tertentu, dan mampu berproduksi di antara sesama makhluk hidup tersebut.

Menurut Sugiyono (2008:55), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah para pelanggan atau konsumen di PDAM Giri Menang Mataram.

### 3.6.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipelajari dalam suatu penelitian dan hasilnya akan dianggap menjadi gambaran bagi populasi asalnya, tetapi bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2008:56) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 30% jumlah populasi yang ada pada PDAM Giri Menang Mataram yaitu sebanyak 30 orang responden.

### **3.7 Analisis Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui metode pengumpulan data merupakan data mentah yang dianalisis secara seksama sehingga data-data tersebut dapat diangkat keadaannya dalam sebuah pembahasan ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Setelah hasil penelitian terkumpul, maka selanjutnya adalah proses pemilihan data dan kemudian dianalisis serta diinterpretasikan dengan teliti dan ulet sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang objektif dari suatu penelitian.

#### **3.7.1 Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keterandalan. Untuk mendapatkan keabsahan data dan temuan yang diperlukan untuk pemeriksaan keabsahan data. Hal ini dimaksudkan agar data atau informasi yang dikumpulkan dapat mengandung nilai keabsahan.

Untuk mendapatkan keabsahan data dan temuan, penulis memaparkan berapa kriteria teknik pemeriksaan yang dikemukakan oleh para pakar metodologi, diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Triangulasi**

Menurut Deni Andriana (2013:334) Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dengan metode



tringulasi ini, peneliti membandingkan hasil wawancara dan hasil observasi. Hal ini untuk membandingkan apa yang dilihat dan apa yang didengar oleh peneliti, sehingga hasil penelitian tidak bertolak dengan fakta dan realitas yang ada.

## 2. Kecukupan Refrensi

Kecukupan refrensi digunakan sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan data dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Dalam penelitian ini, hasil wawancara, observasi, dan pengumpulan data yang diperoleh dari sumber lainnya akan membandingkan dengan tingkat kesesuaian refrensi yang telah ada.

## 3. Refrensi ( Bahan )

Bacaan yang lengkap dalam satuan penelitian merupakan bahan pembanding terhadap cara dan temuan dilokasi penelitian. Kemampuan peneliti di dalam membandingkan temuan-temuan di lapangan dengan refrensi merupakan suatu upaya untuk mewujudkan keabsahan data. Makin banyak refrensi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, maka penelitian akan cepat memperoleh bahan pembanding dalam mengkonsultasikan data temuan di lapangan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1. Sejarah Berdirinya PDAM Giri Menang Mataram**

Keberadaan PDAM Giri Menang yang sebelumnya dikenal dengan nama PDAM Kabupaten Lombok Barat lalu menjadi PDAM Giri Menang Mataram diawali dengan pembangunan Sistem Penyediaan Air Bersih di Kota Mataram pada tahun 1973 oleh Direktorat Teknik Penyehatan Departemen Pekerjaan Umum yang dibiayai dari APBN dan Buyers Credit dari Australia.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen PU No : 2/9/KPTS/CK/76 tanggal 20 Desember 1976 dibentuk Badan Pengelola Air Minum (BPAM) dengan jangkauan pelayanan untuk Kecamatan Cakranegara, diperluas tahun 1978/1979 untuk Kecamatan Mataram dan Kecamatan Ampenan tahun 1979/1980. Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Cipta Karya Dept. PU No. 37/9/KPTS/CK/1981 tanggal 1 April 1981 BPAM Mataram berubah menjadi BPAM Lombok Barat. Untuk Mengantisipasi rencana penyerahan aset yang dikelola oleh PDAM kepada Pemerintah Daerah tahun 1980 Bupati Lombok Barat bersama DPRD Tk. II Lombok Barat menetapkan PERDA Nomor 6 tentang pendirian PDAM Kabupaten Lombok Barata. Baru pada tahun 1986 sarana prasarana serta fasilitas air bersih dikelola oleh BPAM resmi seluruhnya diserahkan oleh Menteri PU kepada Bupati Lombok Barat melalui SK Gubernur NTB Nomor 166/KPTS/1986 tanggal 26 April 1986. Pada tahun 1988 Perda