

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rr. Ira Niken Astuti

Nim : 98.30.3623

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : ANALISIS PERBEDAAN KUALITAS AIR YANG DIRASAKAN
KONSUMEN DENGAN KUALITAS AIR YANG SEBENARNYA
MENURUT PARAMETER FISIK (WARNA, RASA DAN BAU) PADA
AIR PAM SEMARANG (Studi kasus pada Perum. PGRI Klipang)

Disetujui di : Semarang

Pada tanggal, 9 Agustus 2003

Pembimbing



(J. Wijanto Hadipuro SE, MT)

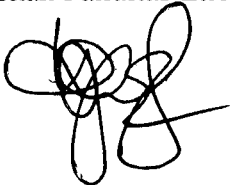
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi : **ANALISIS PERBEDAAN KUALITAS AIR YANG DIRASAKAN KONSUMEN DENGAN KUALITAS AIR YANG SEBENARNYA MENURUT PARAMETER FISIK (WARNA, RASA DAN BAU) PADA AIR PAM SEMARANG (Studi kasus pada Perum. PGRI Klipang)**

Telah diuji dan-dipertahankan di hadapan penguji pada tanggal : 9 Agustus 2003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Vincent Didiek Wiet Aryanto, PhD)

Koordinator Penguji



(Dra. Retno Yustini, Msi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

**Mama dan papa tercinta, kakak-kakakku,
dan Ian atas segala doa dan dukungannya.**

ABSTRAK

Seperti diketahui bahwa setiap perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu baik yang bersifat sosial maupun yang bersifat ekonomis. Tujuan didirikannya suatu perusahaan antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan, guna mengembangkan usahanya dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan maupun untuk menambah nilai pandang masyarakat terhadap perusahaan itu sendiri.

Air adalah sumber daya alam yang langka yang membutuhkan pengelolaan yang cermat, baik berdasarkan prinsip ekonomi maupun lingkungan alam. Pada dasarnya air merupakan kebutuhan dasar manusia, oleh karenanya pada awal mula air dianggap sebagai komoditi sosial. Di Indonesia penyediaan air bersih untuk masyarakat dilaksanakan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) yang pembangunan infrastrukturnya berasal dari pajak masyarakat.

Dalam menjalankan usahanya, PDAM menjalankan konsep pemasaran berwawasan sosial, karena air adalah salah satu *social goods*. Konsep pemasaran berwawasan sosial menyatakan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep pemasaran mengajak pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktik pemasaran mereka. Mereka harus menyeimbangkan dan menyelaraskan tiga faktor yang sering menjadi pertikaian yaitu laba perusahaan, pemuasan keinginan konsumen, dan kepentingan publik.

Perceived quality atau kualitas yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk. *Perceived quality* dari air PAM oleh konsumen salah satunya mengenai parameter fisik (warna, rasa dan bau), apakah sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor : 907/MENKES/SK/VII/2002 atau tidak.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah ada perbedaan antara *perceived quality* atau kualitas yang dirasakan konsumen air PAM dengan kualitas air yang sebenarnya, agar tidak menimbulkan dampak negatif apabila terjadi perbedaan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan membandingkan analisis *perceived quality* dengan analisis uji laboratorium. Analisis *perceived quality* diperoleh dari kuesioner mengenai warna, rasa dan bau air PAM (parameter fisik) sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor : 907/MENKES/SK/VII/2002. Sedangkan analisis uji laboratorium diperoleh dari uji laboratorium mengenai warna, rasa dan bau air PAM (parameter fisik).

Dengan melakukan serangkaian pengolahan data, maka dari skor rata-rata kualitas air yang dirasakan diperoleh hasil bahwa warna, rasa dan bau air PAM (parameter fisik) menunjukkan bahwa konsumen air PAM (studi kasus pada Perum. PGRI Klipang) merasa kualitas warna, rasa dan bau air PAM yang selama ini mereka gunakan telah sesuai dengan standar kesehatan yang telah ditetapkan.

Sedangkan analisis uji laboratorium menunjukkan bahwa kualitas warna, rasa dan bau air PAM sangat baik, karena tidak berwarna, tidak berasa dan tidak berbau).

Setelah mengetahui hasil analisis , maka dapat disusun kesimpulan bahwa kualitas yang dirasakan oleh konsumen air PAM tidak ada perbedaan dengan kualitas yang sebenarnya. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti, agar PDAM Kotamadya Semarang tetap menjaga dan meningkatkan kualitas air PAM sesuai dengan standar kesehatan berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor : 907/MENKES/SK/VII/2002 .

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : ANALISIS PERBEDAAN KUALITAS AIR YANG DIRASAKAN KONSUMEN DENGAN KUALITAS AIR YANG SEBENARNYA MENURUT PARAMETER FISIK (WARNA, RASA, BAU) PADA AIR PAM SEMARANG (Studi kasus pada Perum. PGRI Klipang).

Maksud dari penulisan ini adalah untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata satu pada Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak J. Wijanto Hadipuro, SE, MT, selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulisan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Papa, Mama, dan kakak, serta Ian yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Ir. Ch Retnaningsih, M.TP, selaku koordinator laboratorium Ilmu Pangan yang telah memberikan ijin untuk melakukan uji air.

4. Semua pihak serta teman-temanku, Orient, Doni, Novi serta Elisa yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dapat menyajikan sebaik mungkin, namun keterbatasan penulis dalam pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki, maka penulisan skripsi ini tak lepas dari ada kekurangan maupun kelemahan. Untuk itu, segala kritik dan saran akan penulis terima dengan senang hati untuk perbaikan dan penyempurnaannya.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, Agustus 2003

Penulis

Rr. Ira Niken Astuti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial	9
2.1.3. Pengertian Pelanggan	10

2.1.4. Pengertian Kualitas	10
2.1.5. Jasa	12
2.1.6. Perceived Quality	14
2.1.7. Pengertian Persepsi	17
2.1.8. Pengertian Air	19
2.2. Kerangka Pikir Penelitian	23
2.3. Definisi Operasional	24
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	26
3.2. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1. Jenis Data Penelitian	26
3.2.2. Metode Pengumpulan Data	27
3.3. Teknik Sampling dan Populasi	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4. Ukuran Ordinal	28
3.5. Pengujian Validitas dan Realibilitas	29
3.5.1. Uji Validitas	29
3.5.2. Uji Reliabilitas	30
3.6. Metode Analisis Data	31
3.6.1. Analisis Kualitatif	31
3.6.2. Analisis Uji Laboratorium	32
3.6.3. Analisis Perceived Quality	32

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1. Sejarah Perusahaan	35
4.2. Analisis Hasil Penelitian	37
4.2.1. Analisis Uji Laboratorium	37
4.2.2. Analisis Perceived Quality	37

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran-saran	42

DAFTAR PUSTAKA	43
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1.1 The Value Of Perceived Quality	15
Gambar 2.01 Kerangka Pikir Penelitian	23
Tabel 1.1 Karakteristik Air Dari Berbagai Sumber	20
Tabel 3.01 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3.02 Hasil Uji Realibilitas	31
Tabel 3.03 Analisis Perceived Quality	33
Tabel 4.01 Hasil Uji Laboratorium	37
Tabel 4.02 Distribusi Frekuensi Warna	38
Tabel 4.03 Distribusi Frekuensi Rasa	38
Tabel 4.04 Distribusi Frekuensi Bau	39