



**PELAKSANAAN PEMASARAN AIR MINUM DALAM KEMASAN
(AMDK) PADA UNIT USAHA HAZORA PERUSAHAAN DAERAH AIR
MINUM (PDAM) KABUPATEN JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

OLEH :

NURHADI HANGGORO

NIM 150803101041

**PROGAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN JURUSAN
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2018



**Pelaksanaan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)
Pada Unit Usaha Hazora Perusahaan Daerah Air Minum
(PDAM) Kabupaten Jember**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar ahli madya (A.Md.)

Program Studi D3 Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jember

Oleh :

NURHADI HANGGORO

NIM 150803101041

PROGAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2018





**IMPLEMENTATION OF THE MARKETING OF DRINKING WATER IN
THE PACKAGING ON THE UNIT HAZORA EFFORT PERUSAHAAN
DAERAH AIR MINUM (PDAM) THE COUNTY JEMBER**

REAL WORK PRACTICE REPORT

A final report submitted as a partial fulfillment of the requirements for the
degree of Ahli Madya (A>Md), Major in Company Administration
In the Study Program of Company Administration
Departement of Management, Faculty of Economics and Business
Jember University

By :

NURHADI HANGGORO

150803101041

**STUDY PROGRAM OF COMPANY ADMINISTRATION
DEPARTEMEN OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
JEMBER UNIVERSITY**

2018

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

NAMA : NURHADI HANGGORO
NIM : 150803101041
FAKULTAS : EKONOMI dan BISNIS
PROGRAM STUDI : DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL LAPORAN : PELAKSANAAN PEMASARAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) PADA UNIT USAHA HAZORA
PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM)
KABUPATEN JEMBER

Jember, 22 Mei 2018

Mengetahui

Ketua Program Studi
Manajemen Perusahaan

Laporan Praktek Kerja Nyata
Telah disetujui Oleh Dosen
Pembimbing

Dr. Sudaryanto, MBA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1 001

Wiji Utami, S.E., M.Si.
NIP. 19740120 200012 2 001

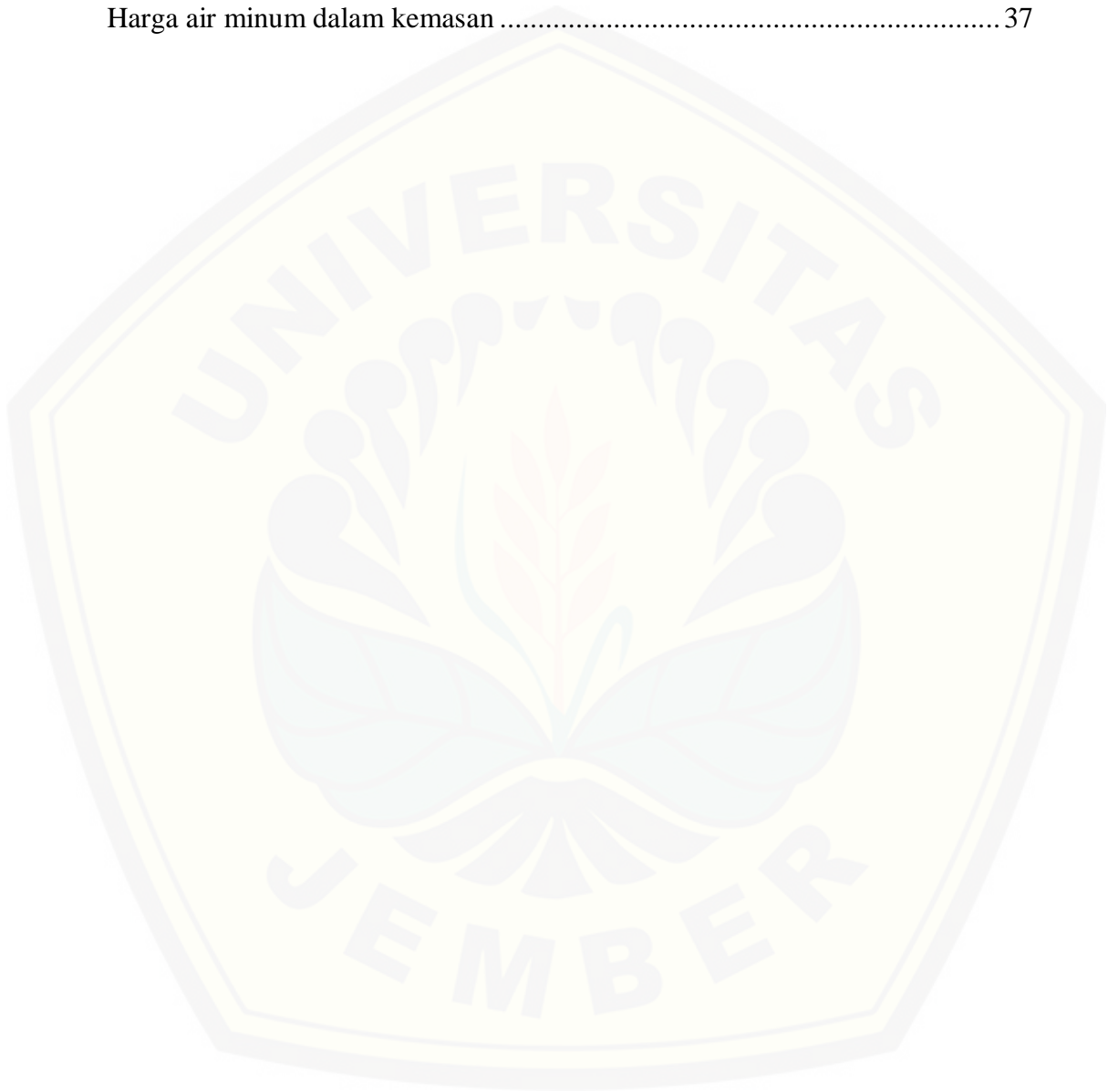
DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahaan.....	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Motto	v
Halaman persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Alasan Memilih Judul.....	1
1.2 Tujuan Kegunaan	2
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata	2
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata	3
1.3 Waktu Pelaksanaan Peraktek Kerja Nyata.....	4
1.3.1 Objek Praktek Kerja Nyata.....	4
1.3.2 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
1.4 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	5
Bab II Tinjauan Pustaka	6
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	7
2.1.5 Pengertian Sistem Pemasaran	8
2.1.6 Macam-macam Sistem Pemasaran	8
2.1.7 Bauran Pemasaran.....	9
2.2 Perilaku Konsumen	10
2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	10

2.2.2 Proses pengambilan keputusan	12
Bab III Gambaran Umum Perusahaan.....	13
3.1 Sejarah Berdirinya PDAM Kab. Jember.....	13
3.2 Struktur Organisasi.....	14
3.2.1 Tugas dan Tanggung Jawab	16
3.3 Kegiatan Pokok Perusahaan.....	29
3.4 Kegiatan Pemasaran AMDK.....	33
Bab IV Hasil Kegiatan Praktek Kerja Nyata	34
4.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	35
4.1.1 Membuat Perencanaan Pemasaran.....	36
4.1.2 Mempromosikan Produk	37
4.1.3 Menerima Pesanan	37
4.1.4 Mengisi Nota Penjualan	38
4.1.5 Mengirim Nota Penjualan	39
4.1.6 Mengirim Barang Kekonsumen.....	39
4.1.7 Merekap Hasil Penjualan.....	39
4.1.8 Melaporkan Hasil Penjualan.....	40
4.2 Kegiatan Selama PKN	41
4.3 Identifikasi Masalah dan Solusi	41
Bab V Kesimpulan	43
Daftar Pustaka	44
Lampiran.....	45

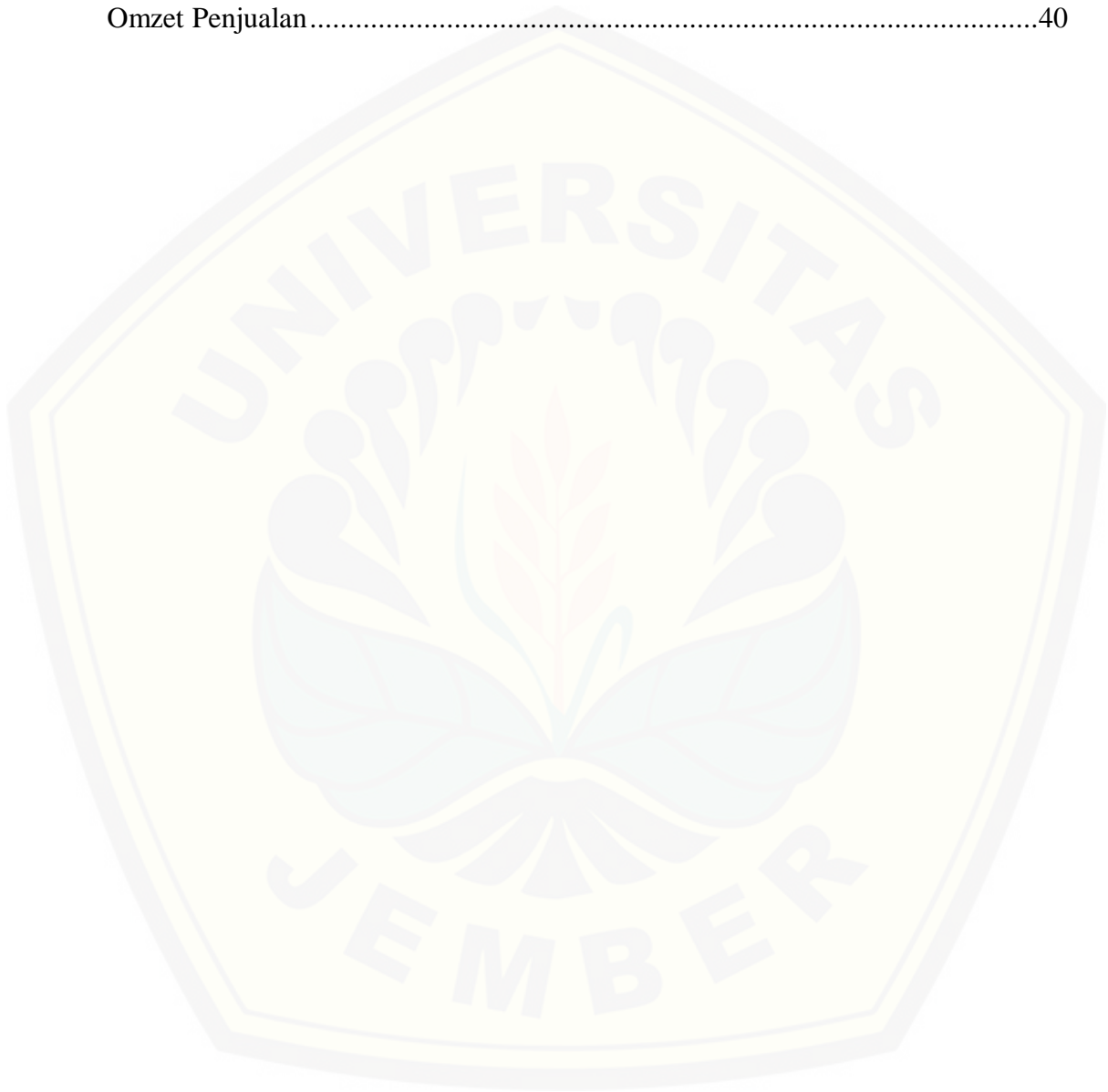
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Daftar Kegiatan Praktek Kerja Nyata	5
Kapasitas Produksi PDAM Jember.....	30
Harga air minum dalam kemasan	37



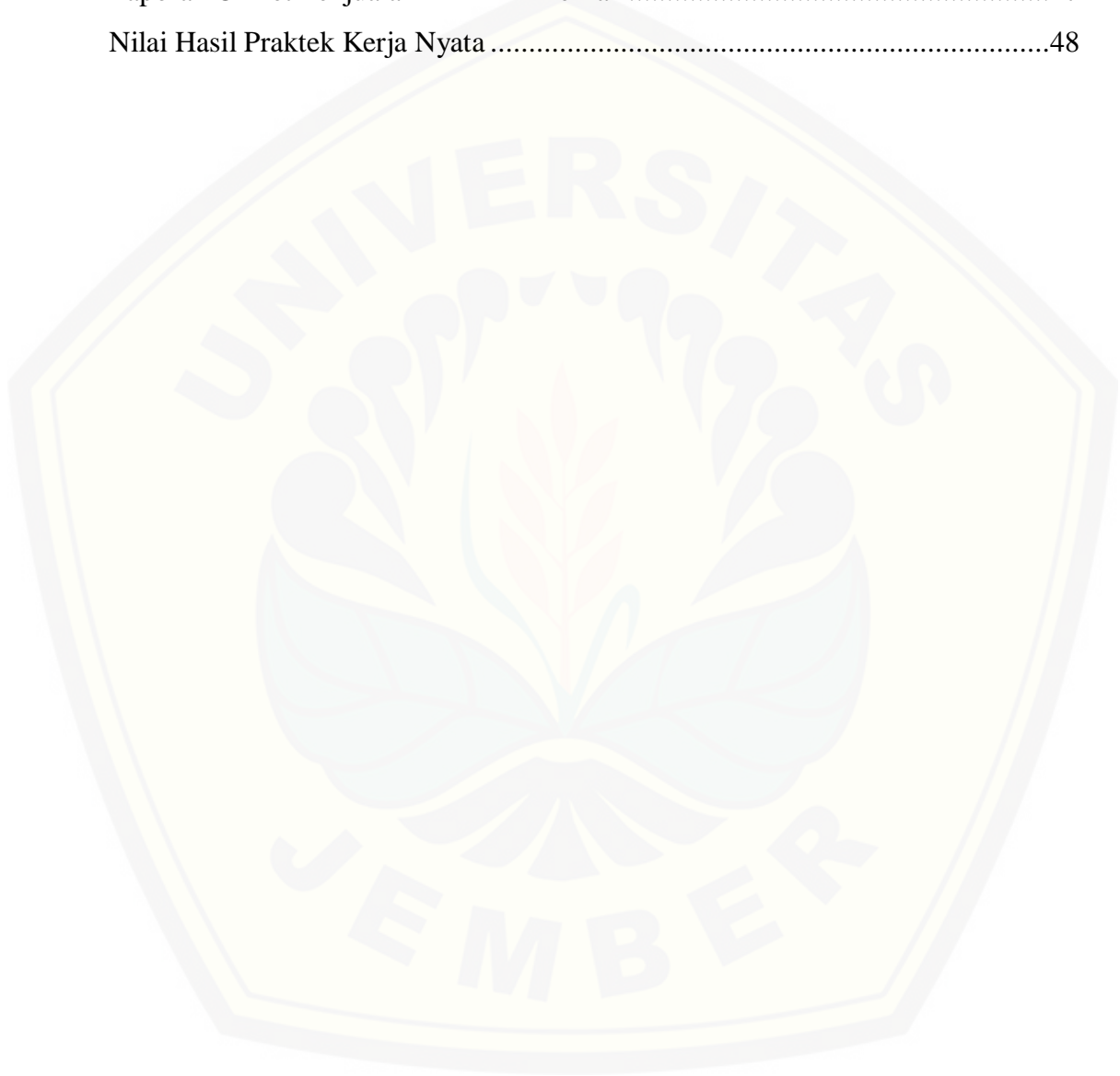
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Pelaksanaan Pemasaran.....	35
Nota Penjualan.....	38
Omzet Penjualan.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata	45
Persetujuan Praktek Kerja Nyata	46
Laporan Omzet Penjualan AMDAK Perhari.....	47
Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata	48



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Pada dasarnya tujuan mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Memasuki perdagangan bebas hampir semua organisasi bisnis menghadapi persaingan dan tantangan dalam suatu lingkungan yang sarat dengan perubahan. Agar berhasil dalam kondisi saat ini, diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi seluruh keinginan konsumen, mengatasi ancaman persaingan dan memperkuat keunggulan bersaing. Perubahan pola bersaing global tersebut mutlak memerlukan analisis terhadap segala kekuatan lingkungan yang mempengaruhi perubahan secara berkesinambungan.

Secara umum peningkatan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor dari dalam perusahaan dan faktor dari luar perusahaan. Inti utama dari kegiatan pemasaran yang dikenal luas adalah bauran pemasaran yang mencakup 4P (*produk, price, place, promotion*).

Keempat variabel tersebut merupakan kombinasi yang mempunyai peran yang sama dan merupakan satu kesatuan guna menunjang sukses perusahaan. Karena itu *product*, *price*, *place* dan *promotion* dapat digunakan oleh perusahaan yang bersangkutan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif. Pada pelaksanaan alat pemasaran (*marketing mix*) tersebut dilakukan secara berbeda-beda dan unik, tetapi tujuan akhirnya dari *marketing mix* tersebut adalah meningkatkan penjualan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan menghasilkan laba.

Laba bukan satu-satunya tujuan perusahaan didirikan, tetapi ia tidak boleh diabaikan begitu saja, sebab kelangsungan hidup perusahaan ditentukan seberapa besar sumbangan yang mampu diberikan dalam bentuk laba atas investasi-investasi yang dilakukan, pada suatu kegiatan usaha tertentu. Oleh karena itu pengelolaan yang baik terhadap semua aktivitas perusahaan terutama yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran.

Perusahaan yang cukup menarik untuk dianalisis adalah perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Jember, perusahaan tersebut terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan memunculkannya produk terbaru dari Perusahaan Air Minum Kabupaten Jember yaitu air minum dalam kemasan (AMDK). Air minum dalam kemasan (AMDK) adalah air baku yang telah melalui sebuah proses sterilisasi, dikemas dan aman untuk diminum. Beberapa tahun terakhir ini penjualan air minum dalam kemasan (AMDK) khususnya di Jember berkembang sangat pesat, sehingga banyak terjadi persaingan dalam memasarkan produk yang sama.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Untuk Mengetahui dan Memahami secara langsung Pelaksanaan Penjualan yang dilakukan oleh unit usaha Hazora Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember terhadap produk air dalam kemasan (AMDK).
- b. Untuk memperoleh pengalaman praktis di lapangan yang berkaitan dengan kegiatan Pelaksanaan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pada

Unit usaha Hazora Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember

1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

a. Bagi Mahasiswa

- a) Menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai dunia kerja Mencapai wahana untuk menerapkan ilmu yang di peroleh di bangku kuliah pada praktek Kerja Nyata yang sebenarnya.
- b) dalam bidang pemasaran produk
- c) Memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman praktis mengenai strategi pemasaran serta dapat mengetahui kenyataan di lapangan dan membandingkan teori serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam hal menyusun alternatif strategi pemasaran dalam menerapkan ilmu yang di peroleh.

b. Bagi Perguruan Tinggi

- a) Praktek Kerja Nyata merupakan alternatif program Praktek Kerja Nyata dalam dunia kampus yang membawa dampak positif bagi Universitas Jember dalam membantu meningkatkan kualitas mahasiswa agar menjadi sumber daya manusia yang handal
- b) Dapat menciptakan relasi yang baik antara Universitas Jember dengan instansi terkait. Hal ini akan membawa dampak positif bagi Universitas Jember dalam meningkatkan citranya dimata masyarakat.

c. Bagi Instansi/Lembaga yang bersangkutan

- a) Merupakan sarana untuk menjembatani anatara perusahaan atau instansi dengan lembaga pendidikan untuk bekerjasama lebih lanjut, baik bersifat akademis maupun non akademis.
- b) Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.
- c) Instansi/lembaga yang bersangkutan akan mendapatkan bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan praktek.

1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Objek Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember yang beralamatkan di jalan Trunojoyo No.73 Jember.

1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata pada tanggal 31 Januari – 28 Februari 2018, atau sesuai persyaratan yang di tentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yaitu kurang lebih 144 jam efektif.

Adapun jam kerja pada PDAM Kabupaten Jember, sebagai berikut:

Senin	: Pukul 07.30 - 16.00
Selasa	: Pukul 07.30 - 16.00
Rabu	: Pukul 07.30 - 16.00
Kamis	: Pukul 07.30 - 16.00
Jum'at	: Pukul 07.30 -11.00
Sabtu, Minggu	: Libur

Dengan adanya jadwal yang telah ditentukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Jember maka kedisiplinan masuk tepat waktu merupakan syarat utama bagi karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jember agar tercipta kedisiplinan juga pelayanan yang efektif untuk nasabah Perusahaan Daerah Air Minum Jember se Kabupaten Jember, mahasiswa yang magang juga harus mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Jember dengan menjaga kedisiplinan hadir tepat waktu dan pulang magang sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jember.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Adapun jadwal pelaksanaan Praktek Kerja Nyata pada adalah Perusahaan Daerah Air Minum Jember sebagai berikut:

Tabel 1.1 : Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

No	Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Minggu ke				
		1	2	3	4	5
1	Menyerahkan surat ijin Praktek Kerja Nyata dan observasi tempat Praktek Kerja Nyata	X				
2	Perkenalan dengan Koordinator, Manager, Staf Pemasaran dan Bagian produksi Air minum Hazora	X				
3	Menerima penjelasan mengenai kegiatan pokok Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember	X				
4	Pelaksanaan tugas-tugas yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember sesuai dengan judul Laporan Praktek Kerja Nyata	X	X	X	X	
5	Menyusun catatan-catatan penting sebagai bahan penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata			X	X	
6	Konsultasi dengan Dosen Pembimbing			X	X	
7	Menyusun Laporan Praktek Kerja Nyata					X

Sumber: data diolah,2018

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dengan kaitannya dengan pasar.

Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli :

- a. Pengertian pemasaran menurut Hasan (2013:4), Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.
- b. Pengertian pemasaran menurut Kotler (2009:5), Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi.
- c. Menurut Downey (2002:3), Pemasaran didefinisikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik dan ekonomi dari produsen melalui pedagang perantara sampai ke tangan konsumen.
- d. Menurut boynd (2000:4), Pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan suatu kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain.

Berdasarkan definisi tersebut, maka kegiatan bisnis harus berorientasi kepasar atau konsumen. Keinginan konsumen juga dipuaskan secara efektif. Agar pemasaran berhasil maka perusahaan harus memaksimalkan penjualan yang menghasilkan laba dalam jangka panjang.

2.1.2 Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

2.1.3 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

2.1.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

- a. Daur hidup produk yaitu Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.

- b. Posisi persaingan perusahaan di pasar Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
- c. Situasi ekonomi yaitu Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

2.1.5 Pengertian Sistem Pemasaran

Sistem adalah sekelompok item atau bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berkaitan secara tetap dalam membentuk satu kesatuan terpadu. Jadi dapat diartikan sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya..

Dalam pemasaran kelompok item yang saling berhubungan dan saling berkaitan itu mencakup :

- a. Gabungan organisasi yang melaksanakan kerja pemasaran.
- b. Produk, jasa, gagasan atau manusia yang dipasarkan.
- c. Target pasar.
- d. Perantara (pengecer, grosir, agen transportasi, lembaga keuangan).
- e. Kendala lingkungan.

Sistem pemasaran yang paling sederhana terdiri dari dua unsur yang saling berkaitan, yaitu organisasi pemasaran dan target pasarnya. Unsur-unsur dalam sebuah sistem pemasaran serupa dengan unsur-unsur yang ada pada sistem radio stereo. Bekerja secara terpisah, tetapi pada waktu dipertemukan secara tepat.

2.1.6 Macam – Macam Sistem Pemasaran

- a. Sistem pemasaran dengan saluran vertikal Pada sistem ini produsen, grosir, dan pengecer bertindak dalam satu keterpaduan.
- b. Sistem pemasaran dengan saluran horizontal yaitu Pada sistem ini, ada suatu kerjasama antara dua atau lebih perusahaan yang bergabung untuk memanfaatkan peluang pemasaran yang muncul.

- c. Sistem pemasaran dengan saluran ganda yaitu Pada sistem ini beberapa gaya pengeceran dengan pengaturan fungsi distribusi dan manajemen digabungkan, kemudian dari belakang dipimpin secara sentral.

2.1.7 Bauran Pemasaran

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler (2012:23), Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P yaitu:

- a. Produk yaitu Produk merupakan sebuah barang yang ditunjukkan kepada konsumen melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini biasa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Produk merupakan semua yang di tawarkan kepasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.
- b. Harga yaitu Harga merupakan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.
- c. Promosi yaitu Promosi merupakan penggambaran berbagai macam cara yang ditempuh perusahaan dalam rangka menjual produk ke konsumen. Bauran promosi tersebut meliputi berbagai metode, yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka dan hubungan masyarakat. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

- d. Distribusi yaitu Saluran Distribusi merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Produk dari kedua di atas harus tahu mana tempat yang biasa digunakan untuk menjual produknya tersebut, mencari tempat yang letaknya strategis dan mempermudah akses penjualan sangat penting dilakukan.

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk, pelayanan dari sumber lainnya.

2.2.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2000), faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi sebagai berikut:

- a. Faktor Kebudayaan yaitu Faktor-faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.
- b. Faktor Sosial yaitu Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.
- c. Faktor Pribadi yaitu Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

- d. Faktor Psikologis yaitu Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Selain empat faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi (Kotler, 2000;34):

- a. Produk yaitu Kebijakan produk meliputi perencanaan dan pengembangan produk. Kegiatan ini penting terutama dalam lingkungan yang berubah-ubah. Oleh karenanya perusahaan dituntut untuk menghasilkan dan menawarkan produk yang bernilai dan sesuai dengan selera konsumen.
- b. Harga yaitu Harga suatu produk dapat dikatakan sebagai alat pemasaran yang cukup penting, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya. Hal ini disebabkan misalnya karena perubahan harga suatu produk akan mengakibatkan perubahan kebijakan saluran distribusi, dan promosi. Meskipun disangkal bahwa suatu tingkat harga harus dapat menutup biaya bauran pemasaran.
- c. Promosi yaitu Usaha untuk mendorong peningkatan volume penjualan yang tampak paling agresif adalah dengan cara promosi. Dasar pengembangan promosi adalah komunikasi.
- d. Saluran Distribusi yaitu Pendistribusian produk ke pasar merupakan sebagian dari proses pengembangan pemasaran, untuk mencapai pasar sasaran bagi perusahaan dan tujuan khususnya yang menyangkut perencanaan pemasaran strategis. Jauh sebelum produk selesai, manajemen harus menentukan metode apa yang akan didayagunakan untuk mengantarkan produk ke pasar.

2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan

Proses Pengambilan keputusan pembeli adalah sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya membeli suatu produk barang atau jasa. Proses pengambilan keputusan konsumen terdiri atas lima tahap yaitu :

- a. Pengenalan kebutuhan yaitu pembeli mengenali kebutuhan atau permasalahan. Mula-mula pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang dia inginkan. kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh *stimulus internal* saat salah satu kebutuhan normal naik ketingkat yang lebih tinggi sehingga menjadi sebuah pendorong.
- b. Pencarian informasi yaitu dimana konsumen melakukan pencarian informasi mengenai barang-barang atau jasa yang ia anggap dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
- c. Penilaian alternatif yaitu bagai mana cara konsumen memproses suatu informasi yang menghasilkan berbagai pilihan merek. Sikap konsumen pada beberapa merek tertentu terbentuk dengan melalui beberapa prosedur evaluasi. Cara konsumen memulia mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individual serta situasi pembelian tertentu.
- d. Keputusan pembelian yaitu umumnya keputusan pembelian konsumen akan jatuh pada merek yang paling disukai, namun terdapat dua faktor yang muncul di antara keputusan pembelian dan kecenderungan pembelian. Faktor yang pertama yaitu sikap orang lain. Sementara faktor kedua yaitu faktor situasi tak terduga.
- e. Perilaku setelah pembelian yaitu tingkah laku pasca pembelian tindak lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidaknya konsumen pada produk yang digunakannya.

3.2.1 Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian pada Perusahaan Daerah Air Minum Jember

1. Direktur Utama mempunyai Tugas:

- a. Memimpin Perusahaan Daerah Air Minum menurut wewenang berdasarkan Peraturan Daerah, menyangkut perencanaan, penguasaan pengurusan dan pengembangan Perusahaan Daerah Air Minum secara berhasil guna untuk mencapai tujuannya.
- b. Menetapkan rencana kerja Perusahaan Daerah Air Minum beserta pedoman pelaksanaan yang disetujui oleh Badan pengawas.
- c. Memimpin dan mengawasi penyelenggaraan Perusahaan Daerah Air Minum.
- d. Menetapkan kebijakan tentang pembinaan, pengurusan, penguasaan, dan pengembangan unit unit Perusahaan Daerah Air Minum.
- e. Menyampaikan laporan dan tanggung jawab pengelolaan Perusahaan Daerah Air Minum kepada Badan Pengawas.
- f. Membina keterampilan dan kesejahteraan para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum.
- g. Memelihara ketentraman dan keamanan dalam Perusahaan Daerah Air Minum.
- h. Bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban pembayaran dan pembangunan daerah.
- i. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas Direktur Bidang Umum dan Direktur Bidang Teknis
- j. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Badan Pengawas

2. Direktur Bidang Umum mempunyai Tugas :

- a. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan dibidang administrasi, keuangan, kepegawaian, dan kesekretarian.
- b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan peralatan perlengkapan.
- c. Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kelayakan perusahaan

- d. Mengendalikan uang pendapatan hasil pengalihan rekening pegguan air dari langganan.
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Utama.
- f. Dalam melaksanakan tugasnya Direktur Bidang Umum bertanggung jawab kepada Direktur Utama

3. Direktur Bidang Teknik Mempunyai Tugas :

- a. mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang perencanaan, teknik, produksi, distribusi, dan peralatan teknik.
- b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan pemeliharaan instansi produksi, sumber air, dan sumber mata air tanah.
- c. Mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan penguji peralatan teknik dan bahan-bahan kimia.
- d. Melaksanakan menjalankan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Utama.
- e. Dalam menjalankan tugasnya Direktur Bidang Teknik bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

4. Bagian Keuangan Mempunyai Tugas :

- a. Mengendalikan kegiatan-kegiatan bidang keuangan.
- b. Mengadakan program pendapatan dan pengetahuan keuangan.
- c. Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
- d. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Utama.

Bagian Keuangan dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang dalam menjalankan tugas bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

Bagian Keuangan terdiri dari :

- a) Sub Bagian Kas
- b) Sub Bagian Penagihan
- c) Sub Bagian Pembukuan
- d) Sub Bagian Rekening

1. Sub Bagian Kas Mempunyai Tugas :

- a) Menerima hasil penagihan dari penagih.
- b) Menyetorkan hasil penagihan ke bank Perusahaan paling lambat pada hari berikutnya.
- c) Melaksanakan pembayaran-pembayaran dan penerimaan berdasarkan bukti yang ada.
- d) Memeriksa kembali kelengkapan voucher-voucher dengan dokumen pendukungnya yang akan dibuatkan ceknya.
- e) Melaksanakan seluruh transaksi bank.
- f) Membuat cek untuk semua pengeluaran perusahaan, sesuai dengan cek voucher beserta dokumen pendukungnya yang telah di setujui Direktur Utama.
- g) Membuat cek untuk pengisian kembali kas kecil pada waktu saldo minimal 10%.
- h) Memberikan cap tanda lunas kepada semua voucher yang telah dibayar beserta dokumen-dokumen pendukungnya.
- i) Membukukan semua penerimaan dan pengeluaran kas.
- j) Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas.
- k) Memantau pengelolaan kas kecil.
- l) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Keuangan.

2. Sub Bagian Penagihan Mempunyai Tugas :

- a) Mengkoordinasikan penagihan rekening menurut jadwal dan wilayah dari masing-masing penagih.
- b) Menerima rekening yang akan di tagih.
- c) Mencocokkan laporan penagihan dengan keuangan yang akan disetor ke kas.
- d) Menyetorkan hasil penagihan ke Kas.
- e) Menyusulkan pemutusan sambungan langganan bagi para pelanggan yang menunggak pembayaran rekening airnya.
- f) Menyusun daftar saldo rekening.

- g) Membuat atau menyusun efisien penagihan
- h) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Keuangan.

3. Sub Bagian Pembukuan Mempunyai Tugas :

- a) Memimpin dan mengatur pembagian kerja untuk pemegang jurnal, pemegang Sub Buku Besar, pemegang Buku Bantu Biaya dan Pendapatan.
- b) Mengadakan verifikasi terhadap semua bukti-bukti yang akan dibukukan.
- c) Membuat cek voucher yang dilengkapi dengan bukti yang ada.
- d) Mengirimkan cek voucher yang siap dibayar/jatuh tempo ke Sub Bagian Kas.
- e) Memantau penutup/ rekapitulasi semua jurnal per akhir periode serta mencatat kedalam Buku Besar.
- f) Membuat rincian biaya/perkiraan terhadap RKK setiap ada peajuan/pengisian dana Kas Kecil.
- g) Menyusun rekonsiliasi Bank agar ada penyusuan jmlah RC Bank dengan Buku Bank Perusahaan.
- h) Menyusun penyajian laporan manajemen tentang operasional perusahaan tiap periode yang ditentukan.
- i) Memantau kesesuaian saldo Buku Bantu/Daftar saldo Buku Besar tiap akhir periode yang ditentukan.
- j) Menyusun dan menyajikan umur piutang yang telah disesuaikan dengan rekening opname tiap tahun untuk memudahkan dalam perhitungan pengisian piutang dan kondisi piutang yang ada.
- k) melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Keuangan

4. Sub Bagian Rekening Mempunyai Tugas :

- a) Melaksanakan pembuatan rekening tagihan bagi pelanggan.
- b) Mencatat jumlah tagihan pada para pelanggan, sesuai hasil pembacaan meter.

- c) Menyerahkan rekening air dan DPD (Daftar Rekening yang akan Ditagih) yang telah selesai kepada Direktur Bidang Utama melalui kepala Bagian Keuangan untuk dimintakan tanda tangan.
- d) Membuat laporan pelaksanaan tugas setiap periode yang telah ditentukan.
- e) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Keuangan.

5. Bagian Administrasi Umum dan Personalia Mempunyai Tugas :

- a. Merencanakan, mengkoordinir, mengawasi pekerjaan-pekerjaan yang telah dilaksanakan oleh Sub Bagian Tata Usaha Umum, Personalia, Gudang dan Pembelian.
- b. Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan dibidang kerumah tangganan, peralatan kantor dan perundang-undangan.
- c. Mengadakan pembelian barang-barang yang diperlukan perusahaan.
- d. Bagian Administrasi Umum dan Personalia dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang bertanggung jawab Kepala Direktur Bidang Umum.
- e. Bagian Administrasi Umum dan Personalia terdiri dari :
 - a) Sub Bagian Umum
 - b) Sub Bagian Personalia
 - c) Sub Bagian Pengadaan

1. Sub Bagian Umum Mempunyai Tugas :

- a) Memimpin Sub Bagian Umum.
- b) Mengkoordinir dan mengawasi pekerjaan yang dilaksanakan oleh pelaksanaan Sub Bagian Umum.
- c) Mengawasi dan bertanggung jawab atas pengetikan surat, mengagenda surat, pengelolaan perpustakaan.
- d) Mengkoordinir dan mengawasi penyajian data laporan kemajuan perusahaan.
- e) Mendistribusikan laporan manajemen ke stiap Bagian badan Pengawas, Instansi Pembinaan, Instansi terkait, dan sebagainya.

- f) Mengawasi persiapan rapat, pertemuan-pertemuan, upacara, peringatan-peringatan serta segala kelengkapannya yang dibutuhkan diadakan oleh perusahaan.
- g) Mengkoordinir pelaksanaan kegiatan olahraga, kesenian, dan kerohanian yang diselenggarakan oleh perusahaan.
- h) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Kepala Bagian Administrasi Umum dan Personalia.

2. Sub bagian Personalia Mempunyai Tugas :

- a) Memimpin Sub bagian Personalia.
- b) Mengkoordinir dan mengawasi pekerjaan yang dilaksanakan oleh pelaksana Sub Bagian Pengadaan
- c) Mengadakan pembelian alat-alat/barang-barang keperluan Perusahaan daerah agar tetap tersedia jika diminta.
- d) Meneliti syarat-syarat administrasi pembelian berupa surat pesanan, surat perintah kerja, surat pengiriman barang kontrak, dan faktur pajak.
- e) Menerima dan mengecek barang dari supplier/penjual dalam keadaan baik sesuai dengan surat pengiriman barang.
- f) Membuat laporan bulanan mengenai keadaan pada setiap akhir pembuatan buku bantu gudang.
- g) Membuat laporan bulanan mengenai keadaan barang pada setiap akhir bulan.
- h) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala bagian Administrasi Umum Personalia.

6. Bagian Langganan Mempunyai Tugas :

- a. Melakukan penyaluran meter air dan memeriksa data penggunaan air berdasarkan meter.
- b. Mengelenggarakan pemasangan, pelayanan langganan dan mengurus penagihan rekening langganan.
- c. Menyenggarakan fungsi-fungsi pelayanan, pengelolaan data pelanggan.
- d. Menyenggarakan fungsi pengawasan meter air, pengendalian meter air dan administrasi meter air

e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Utama.

Bagian langgana dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang bertanggung jawab kepada Direktur Bidang Umum.

Bagian Langganan Bidang Umum ;

- a) Sub bagian Pelayanan Langganan
- b) Sub Bagian Pembacaan meter

1. Sub Bagian Pelayanan Langganan Mempunyai tugas :

- a) Memberi penerangan kepada masyarakat tentang air bersih yang dikelola PDAM.
- b) Mengusahakan pengembangan pelanggan sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuan pelayanan PDAM
- c) Menerima dan memproses permohonan pelanggan dan setelah ada persetujuan dari Direktur Teknik, memanggil kembali calon pelanggan agar dimintai persetujuan
- d) Melaksanakan administrasi pelanggan secara tertib.
- e) Membuat laporan manajemen
- f) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Kepala Bagian Langganan.

2. Sub Bagian Meter Mempunyai Tugas:

- a) Mengkoordinir pelaksanaan pembacaan meter unit-unit IKK
- b) Menyusun rencana pembacaan meter menurut wilayah masing-masing, pelaksanaan tepat pada waktunya.
- c) Memeriksa hasil pembacaan meter kemudian memindahkan angka meter dari daftar stan meter langganan (DSML) ke rekapitulasi DSML.
- d) Meneruskan rekapitulasi DSML ke Sub Bagian Rekening untuk dibuatkan rekening air.
- e) Melakukan pengawas atas kebenaran pelayanan pembacaan meter
- f) Melaporkan meter air yang rusak, tidak terbaca, kabur serta hal lain yang berkenang dengan meter kepada bagian yang bersangkutan dengan perbaikan meter.
- g) Melaksanakan administrasi pelanggan sehubungan dengan tugas dan tanggung jawab Sub Bagian Pembacaan Meter.

- h) Memberi pelayanan yang baik kepada masyarakat mengenai pengaduan kerusakan meter dan hak lain yang berkenang dengan air.
- i) Membuat laporan manajemen pembaca meter.
- j) Melaksanakan tugas-tugas lain dibidang yang diberikan oleh Kepala Bagian Langgan.

7. Bagian Produksi Mempunyai Tugas :

- a. Menyelenggarakan pengendalian atas kualitas dan kuantitas produksi air, termasuk rencana kebutuhan material produksi.
- b. Mengatur, menyelenggarakan fungsi-fungsi mekanik mesin ketenagaan, kualitas serta laboratorium.
- c. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Direktur Bidang Teknik.

Bagian produksi dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab pada Direktur Bidang Teknik.

Bagian produksi terdiri dari :

- a) Sub Bagian Pengolahan dan Operasi.
- b) Sub Bagian Laboratorium.

1. Sub Bagian Pengolahan dan Operasi Mempunyai Tugas :

- a) Mengatur jadwal kegiatan dan operasi instansi pengolahan air dan mengawasi pelaksanaannya sesuai dengan produksi yang dibutuhkan.
- b) Menentukan jadwal-jadwal pemompaan dan operasi pengolahan air untuk operator yang dilaksanakan secara bergilir.
- c) Memberikan laporan dengan segera kepada Sub Bagian Pemeliharaan bila terjadi gangguan atau kerusakan pada mesin pompa genset, bangunan instansi dan peralatan agar segera diperbaiki.
- d) mengawasi penggunaan dan pencampuran bahan-bahan kimia.
- e) Memelihara administrasi atas kegiatan yang dilakukan dan catatan data produksi air, dan membuat laporan yang ditentukan.
- f) Memonitor pelaksanaan pekerjaan instalasi pengolahan dan sumber air.
- g) Menjaga agar persediaan bahan untuk keperluan pengolahan selalu dalam keadaan cukup hingga tidak mengganggu kelancaran produksi.

h) Melaksanakan tugas-tugas lain dibidang yang diberikan oleh Kepala Bagian Produksi.

2. Sub Bagian Laboratorium Mempunyai tugas :

- a) Mengkoordinir pekerjaan-pekerjaan petugas laboratorium.
- b) Mengadakan kegiatan penelitian dan analisa kimia terhadap kualitas air dan sumber-sumber air sebelum dan sesudah diolah.
- c) Menentukan dan mengawasi pemakaian bahan untuk air yang diproduksi.
- d) Mengetest bahwa kualitas air yang diolah sudah sesuai dengan syarat-syarat yang ditentukan oleh Dinas Kesehatan atau lembaga lainnya.
- e) Memelihara dan menyimpan catatan-catatan air.
- f) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Kepala Bagian Produksi.

8. Bagian Transaksi dan Distribusi mempunyai Tugas :

- a. Mengawasi pemasangan dan memelihara pipa-pipa distribusi dan rangka pembagian secara merata dan terus menerus serta melayani perbaikan akibat gangguan
- b. Mengatur, menyelenggarakan fungsi pipa/jaringan, pipa pompa tekan dan pelayanan gangguan.
- c. Mengkoordinir dan melaksanakan pemasangan sambungan baru untuk pelanggan.
- d. Meneliti sambungan=sambungan pipa yang resmi.
- e. Mengatur dan mengkoordinir pengujian meter air yang baru.
- f. Menyusun rencana penggantian meter yang rusak serta pemeliharanya.
- g. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Bidang Teknik

Bagian transmisi dan distribusi dipimpin oleh seorang Kepala bagian yang dalam melaksanakan tugas tanggung jawab langsung Direktur Bidang Teknik.

Bagian Transmisi dan Distribusi terdiri dari :

1. Sub Bagian Transmisi dan Distribusi
2. Sub Bagian Meter

1. Sub Bagian Transmisi dan Distribusi Mempunyai Tugas :

- a) Melaksanakan pengoprasian dan memeriksa jaringan pipa transmisi distribusi agar berjalan dengan baik sehingga pendistribusian air berjalan lancar sampai langganan.
- b) Mengerjakan dan memelihara jaringan-jaringan pipac transmisi distribusi dan pipa-pipa lainnya
- c) Mengkoordinir dan melaksanakan sambungan baru untuk pelanggan.
- d) Mencari, meneliti tempat-tempat kebocoran serta penyebabnya dan membuat laporan untuk perbaikannya.
- e) Melaksanakan pemutusan sambungan dinas atau menyambung kembali sambungan dinas berdasarkan surat Perintah kerja dari Direktur Bidang Teknik.
- f) memeriksa jalur-jalur transmisi distribusi dan sambungan dinas secara periodic.
- g) Mengontrol jalannya distribusi air, masuk dan keluar dari resevier, tekanannya cukup baik dan mereta keseluruhan wilayah.
- h) Mengendalikan material yang tidak terpakai atau kelebihan ke Gudang perusahaan.
- i) Mengatur dan mengkoordinir pembersihan resevier secara periodic.
- j) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Transmisi dan Distribusi.

2. Sub Bagian Segel Mempunyai Tugas :

- a) Menguji dan memeriksa meter air yang akan dipasang pada sambungan langganan dan memperbaiki seluruh meter air yang rusak.
- b) Memasang segel pada seluruh meter air langganan, baik yang dipasang maupun tidak diadakan perbaikan.
- c) Melaksanakan informasi perbaikan, pemeliharaan dan perawatan seluruh meter air.
- d) membuat jadwal kegiatan pengecekan saluran meter air menurut wilayah masing-masing pelanggan.
- e) Menerima laporan hasil pengecekan dan segera mengadakan perbaikan atau mengambil tindakan yang tepat.

- f) Menerima surat keputusan sambungan langganan air minum dari bagian Hubungan Langgana berdasarkan data-data pengolahan rekening.
- g) melaksanakan tugas-tugas lain dalam bidang yang diberikan oleh Kepala Bagian transmisi dan Distribusi

9. Bagian Perencanaan dan Pemeliharaan Teknik Mempunyai Tugas :

- a. Mengadakan persediaan cadangan air minum guna keperluan distribusi.
- b. Merencanakan pengadaan teknik bangunan air minum serta mengendalikan kualitas dan kuantitas termasuk menjamin rencana kebutuhan.
- c. Mengadakan penyediaan sarana air minum untuk program-program pengembangan dan pengawasan distribusi.
- d. Membantu dan mengajukan saran-saran pertimbiangan kepada Direksi.
- e. Mengurus perbekalan material dan peralatan teknik
- f. Mengetest, meneliti peralatan teknik sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Bidang Teknik.

Bagian perencanaan dan pemeliharaan teknik dipimpin oleh Kepala Bagian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Direktur Bidang Teknik.

- a) Sub Bagian Perencanaan
- b) Sub Bagian Pengawasan
- c) Sub Bagian Pemeliharaan

1. Sub Bagian perencanaan Mempunyai Tugas :

- a) Mengatur pembagian pekerjaan untuk pelaksanaan-pelaksanaan dalam Sub Bagian ini.
- b) Mengkoordinir, mengawasi pembuatan gambar-gambar oleh juru gambar seperti gedung-gedung kantor, jaringan pipa, pipa dinas, sambungan baru dan gambaran-gambaran lainnya yang diperlukan oleh perusahaan.
- c) Menentukan jumlah keperluan untuk pelaksanaan seluruh macam pekerjaan dan kualitas barang-barang serta bahan-bahan yang diperlukan.

- d) Mengikuti perkembangan pembangunan proyek yang sedang dikerjakan baik yang dikerjakan oleh perusahaan maupun yang diserahkan pada kantor.
- e) Menyimpan semua gambaran-gambaran bangunan umum, bangunan instalasi dan seluruh jaringan perpipaan.
- f) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Perencanaan dan Pemeliharaan Teknik.

2. Sub Bagian Pengawas Mempunyai Tugas :

- a) Mengatur pembagian kerja untuk pengawas lapangan atau pengawas konstruksi
- b) Mengkoordinir pengawasan semua kegiatan konstruksi dan pelaksanaan pekerjaan yang ditangani langsung oleh perusahaan dan pihak lain.
- c) Melakukan pengawasan terhadap setiap tahap-tahap pekerjaan sesuai dengan rencana dan gambaran spesifikasi material.
- d) Melaporkan atau membuat laporan-laporan yang diperlukan.
- e) Melakukan pemeriksaan teknik atas semua penyambungan-penyambungan yang telah dikerjakan untuk mencegah penyambungan-penyambungan liar.
- f) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Perencanaan dan Pemeliharaan Teknik

3. Sub Bagian Pemeliharaan Mempunyai Tugas :

- a) Melaksanakan pemeliharaan gedung-gedung, halaman kantor, kendaraan dan seluruh peralatan perusahaan.
- b) Memeriksa dan merevisi kendaraan-kendaraan perusahaan.
- c) Mengumpulkan dan mencatat peralatan-peralatan pada waktu perbaikan pada masing-masing Sub Bagian.
- d) Mengatur jadwal pemeriksaan berkala terhadap kemungkinan kerusakan yang terjadi.
- e) Bekerja dengan Bagian/sub Bagian lain mengenai pemeliharaan dari gedung-gedung, halaman kantor, kendaraan, fasilitas produksi transmisi dan Direksi penyambungan serta peralatan perbaikan.

10. Satuan Pengawas Intern Mempunyai Tugas :

- a. Membantu Direktur Utama dalam mengadakan penilaian atas sistem pengendalian dan mengelolahan manajemen, pelaksanaan serta memberikan saran perbaikannya.
- b. Melakukan autiding internal.
- c. Menyusun laporan audit.

Dalam melakukan tugasnya, Kepala satuan Pengawas intern dibantu oleh :

- a) Pemeriksa/pengawas keuangan.
- b) Pemeriksa/pengawas Personalia.
- c) Pemeriksa/pengawas Teknik.

Pemeriksa/pengawas Personalia membantu Kepala Satuan pengawas Intern di bidang :

- a) Melakukan inventarisasi terhadap peraturan perundang-undangan dan kebijakan Direktur Utama, kepala daerah dan Instansi lebih atas dibidang personalia.
- b) Mengadakan pengawasan terhadap penyelenggaraan tata kerja organisasi di Kantor Pusat dan Cabang menurut ketentuan-ketentuan yang berlaku.
- c) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Pimpinan.

Pemeriksa/pengawas teknik membantu kepala satuan pengawas Intern dibidang :

- a) Pengawas terhadap pelaksanaan pengadaan dan pendistribusian barang perlatan/perlengkapan teknik sesuai dengan pengaturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Pengawas terhadap pelaksana proyek-proyek pembangunan fisik perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pemeriksa/pengawas keuangan membantu Kepala satuan intern dibidang :

- a) Pengawas audit atas administrasi keuangan dan pengelolaan keuangan dan pengelolaan penggunaan seluruh kekayaan perusahaan.
- b) Pengadaan pengawas atas anggaran pendapatan dan belanja perusahaan.
- c) Melakukan inventarisasi terhadap peraturan perundang-undangan dan kebijakan Direktur Utama, Kepala daerah dan Instansi lebih diatas bidang keuangan.
- d) Mengawasi dan mengikuti kegiatan operasional perusahaan dan pemberian penilaian dan pembahasan secara periodik/berkelas.
- e) Menguji dan menilai laporan keuangan.
- f) Mengusun laporan atas hasil audit/pengawasan keuangan.
- g) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Pimpinan.

11. Cabang Perusahaan Daerah Air Minum

- a. Cabang Perusahaan Daerah Air Minum adalah satuan kerja diwilayah yang mempunyai tugas memantu Direktur Utama dalam menyelenggarakan Perusahaan, didaerah kerja masing-masing, serta melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur utama.
- b. Cabang Perusahaan Daerah dipimpin oleh kepala cabang yang dalam pelaksaaan tugasnya bertanggung jawab pada Direktur Utama.
- c. Melaksanakan tugas-tugas lain dibidang yang diberikan oleh kepala bagian perencanaan dan pemeliharaan teknik .

3.3 Kegiatan Pokok Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jember

Perusahaan Daerah Air Minum adalah merupakan salah satu Perusahaan daerah yang dimiliki Kabupaten Jember dengan kegiatan pokok yaitu melayani dan menyediakan air bersih kepada masyarakat melalui sistem perpipaan. Perusahaan Daerah Air Minum Jember didirikan berdasarkan peraturan daerah nomor 27 tahun 1992. Tujuan Perusahaan Daerah Air Minum Jember sesuai dengan pasal 5 Peraturan Daerah Pendirian dinyatakan bahwa disamping menyediakan dan melayani air bersih juga turut serta melaksanakan :

- a. Menambah penghasilan daerah.

- b. pembangunan daerah khusus.
- c. Pembangunan Ekonomi Nasional umumnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan memenuhi kebutuhan rakyat serta ketenangan kerja dalam perusahaan menuju masyarakat adil makmur berdasarkan Pancasila.

Selain tujuan tersebut, PDAM mempunyai 2 fungsi yaitu fungsi sosial, merupakan kewajiban memberikan pelayanan kepada seluruh lapisan masyarakat tanpa memerhatikan strata sosialnya. Fungsi Ekonomi, merupakan suatu tuntutan dalam pengolaannya agar menganut prinsip-prinsip ekonomi yakni mendapat keuntungan guna menunjang kelangsungan hidup dan pelayanan serta perluasan area pelayanan.

Kemampuan produksi Perusahaan Daerah Air Minum Jember relative terbatas jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang membutuhkan pelayanan air minum, berdasarkan pemantauan terhadap rata-rata pemakaian persambungan, diperkirakan kebutuhan air setiap individu di Kabupaten Jember rata-rata berkisar antara 125 liter sampai 175 liter per jiwa per hari.

Sementara itu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan digunakan sebanyak 26 unit produksi yang terbesar di Kabupaten Jember, terdiri dari :

- a. Water Treatment Process (WTP) 1 unit
- b. Sumbu pompa 16 unit
- c. Mata air pompa 2 unit
- d. Sumber mata air 7 unit

Table 3.1 Unit, Jenis dan Kapasitas Produksi PDAM Jember

No	Unit Produksi	Jenis produksi	Debit (liter/detik)
1	Sumber Talas	Mata Air Gravitasi	27
2	Sumber Taman	Mata Air Gravitasi	36
3	Sumber bor P.1	Sumber Bor Dalam (Deep well)	4,5
4	Sumber bor P.2	Sumber Bor Dalam (Deep well)	16
5	Sumber bor P.3	Sumber Bor Dalam (Deep well)	4,2

6	Sumber bor P.4	Sumber Bor Dalam (Deep well)	3,5
7	Sumber bor P.5	Sumber Bor Dalam (Deep well)	-
8	Sumber bor P.6	Sumber Bor Dalam (Deep well)	33
9	Sumber bor P.7	Sumber Bor Dalam (Deep well)	4
10	Sumber bor P.8	Sumber Bor Dalam (Deep well)	2,5
11	Sumber bor P.9	Sumber Bor Dalam (Deep well)	5,6
12	Sumber bor P.10	Sumber Bor Dalam (Deep well)	2,3
13	Sumber bor P.11	Sumber Bor Dalam (Deep well)	-
14	Sumber bor P.12	Sumber Bor Dalam (Deep well)	7,7
15	Sumber bor P.13	Sumber Bor Dalam (Deep well)	1,5
16	Sumber bor P.14	Sumber Bor Dalam (Deep well)	1,5
17	Sumber bor P.15	Sumber Bor Dalam (Deep well)	6
18	Sumber Kepel	Mata Air Pompa (MAP)	5,8
19	Sumber bor wirolegi	Sumber Bor Dalam (Deep well)	1,2
20	WTP Rambipujo	Pengolahan Lengkap (WTP)	16
21	Sumber bor Mangli	Mata Air Gravitasi	-
22	Sumber Panjang umur	Mata Air Pompa (MAP)	3,5
23	Sumber Mumbulsari	Sumber Bor Dalam (Deep well)	6,7
24	Sumber bor Puger I	Sumber Bor Dalam (Deep well)	6
25	Sumber bor Puger II	Mata Air Gravitasi	12,8
26	Sumber Jelbuk	Mata Air Gravitasi	5
27	Jurang Lemes	Mata Air Gravitasi	11
28	Sumber Legung	Mata Air Gravitasi	20
29	Watu Remuk	Mata Air Gravitasi	5,5

Sumber : Laporan produksi 2018

Pelayanan kepada pelanggan melalui jaringan perpipaan dari unit produksi menuju tempat pelanggan dengan penghantar pipa berdiameter 25mm hingga 350mm, serta jenis pipa beraneka ragam diantaranya DCI, ACP, CIP dan PVC. Selain itu pada distribusi pelayanan diwilayah kotatiff didukung 4 unit Reservoir dengan kapasitas masing-masing :

- a. 2 unit berkapasitas 1.500 m
- b. 1 unit berkapasitas 750 m
- c. 1 unit berkapasitas 300 m

Sistem pelayanan langsung kepada masyarakat dilakukan dengan sistem sambungan (*service connection/SC*) adapun cakupan pelayanan hingga saat ini baru meliputi wilayah Jember Kota, kecamatan Rambipuji-Mangli, Wirolegi, Tanggul, Puger, Mumbulsari dan Jelbuk.

Modal awal perusahaan berasal dari modal Pemerintah Daerah yang dipisahkan kemudian secara bertahap menerima tambahan modal berupa asset yang berasal dari pinjaman Bank Dunia dan pemerintah Pusat melalui program P3KT. Sumber penerimaannya adalah penjualan air kepada pelanggan.

Pendapatan berupa dari :

- a. Pendapatan usaha.
 - a) Penjualan air adalah hasil penjualan pembacaan meter.
 - b) Penjualan air adalah hasil penjualan air mineral kemasan dan gallon dengan merek HAZORA
 - c) Penjualan Non-air adalah biaya pemasangan sambungan baru.
- b. Pendapatan diluar usaha.
 - a) Jasa giro.
 - b) Denda dll.

Dengan asumsi distribusi kepada pelanggan berjalan normal, tinggi rendahnya penjualan air sangat berpengaruh oleh 2 faktor yaitu :

- a. Besarnya tarif yang diberlakukan kepada masyarakat pelanggan.
- b. Besarnya pemakaian oleh pelanggan.

3.4 Kegiatan Pemasaran AMDK

Bagian pemasaran dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting. Bidang pemasaran dituntut untuk memuaskan konsumen dimana konsumen merupakan sumber keuntungan perusahaan. Tugas pemasaran secara umum memanglah bertujuan untuk memastikan bahwa keinginan pelanggan terpenuhi, adapun tugas-tugas bagian pemasaran yang harus dilakukan antara lain:

- a. Membuat perencanaan.
- b. Mempromosikan produk
- c. Menerima pesanan dari konsumen
- d. Mengisi nota penjualan
- e. Mengirim nota penjualan kebagian gudang.
- f. Mengirim barang kekonsumen.
- g. Merekap hasil penjualan.
- h. Melaporkan hasil penjualan.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Jember

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jember merupakan salah satu perusahaan daerah Kabupaten Jember dengan kegiatan pokok yaitu melayani dan menyediakan air bersih kepada masyarakat melalui sistem perpipaan. Perusahaan Daerah Air Minum didirikan melalui tahap proses yang panjang dimana awal mula pendiriannya pertama kali pada tahun 1930. Sarana yang dibangun meliputi :

- a. 1 Menara Air Pasar Tanjung.
- b. 2 Sumber Bor dengan Kapasitas 1,05 It/detik dan 2,35 It/detik.
- c. 1 Pompa Listrik.
- d. Pelanggan yang ada sekitar 500 sambungan.

Pengusaha penyediaan Air Minum waktu itu diberi nama *Water Leiding Bedrijt TeDjember*. Pada tahun 1945 setelah perang kemerdekaan, pengusaha sarana Air Minum beralih kepada Pemerintah Republik Indonesia (PEMDA Jember), oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Jember diberi nama PERUSAHAAN SALURAN AIR MINUM (PSAM).

Pada tahun 1946 dibangun *Bround Captring* untuk menampung mata air dikeluarkan Kebon Agung. Sehingga dapat mensupply air 40It/detik pada musim huajn dan 30It/detik pada musim kemarau, sumber tersebut diberi nama Sumber Telas.

Pada tahun 1972 Pemerintah Daerah membentuk Sub Direktorat Pendapatan Daerah Jember yang menyatakan PSAM berada dibawahnya. Pada tahun 1975, berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) No.4 tahun 1975 didirikan Perusahaan Daerah Air Minum Jember. Sebagai kelanjutan dari Perda Pendirian, pada tahun 1980 dilakukan pemisahan kekayaan pemerintah daerah senilai Rp. 454.630.950.00 berupa :

- a. Sumber Bor diwilayah Kotib (Jl. A.Yani, Jl. Trunojoyo, Jl. kenanga, Sumur Bor Condro, Sumur Bor Kaliwates).
- b. Water Touren dipasar tanjung 12.

- c. Sumur Bor dipasar Mangli.
- d. Sumur Bor dipasar Balung.
- e. Sumur Bor di Tanggul.
- f. Sumur Bor di Bangsalsari.
- g. Sumur Bor di Rambipuji.
- h. Sumber Mata Air.
- i. Jaringan Pipa Pelayanan.
- j. Pelanggan 1.883 Sambungan.

3.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahaan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan di kerjakan. Organisasi sendiri adalah sekelompok orang (dua atau lebih) yang secara formal dipersatukan dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Struktur organisasi pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jember sudah di tetapkan pemerintah struktur organisasi “Garis” atau “Line”. Struktur organisasi “Garis” atau “Line” adalah setiap pegawai hanya mempunyai dan bertanggung jawab kepada satu orang atasan secara langsung. Rantai pemerintah yang ada dalam struktur organisasi garis line dan mengalir kebawah melalui tingkatan-tingkatan manajerial. Struktur organisasi PDAM dapat dilihat pada bagan struktur organisasi PDAM Jember.

BAB V

KESIMPULAN

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini merupakan salah satu model untuk mendekatkan ketertarikan antara pengetahuan dengan kebutuhan lapangan pekerjaan. Praktek Kerja Nyata merupakan alternatif dalam menerapkan kurikulum nasional sebagai mata kuliah yang bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang profesional dalam bidangnya. Praktek Kerja Nyata adalah kegiatan yang dilakukan di perusahaan maupun instansi untuk mengaplikasikan ilmu yang di peroleh dan melihat relevansinya di dunia kerja serta mendapat umpan balik dari berkembangnya ilmu pengetahuan perusahaan ataupun instansi melalui jalur pengembangan diri dan mendalami ilmu tertentu dan aplikasinya.

Berdasarkan pengalaman yang saya terima selama Praktek kerja Nyata di Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Jember, tentang pelaksanaan Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Mulai dari perencanaan pemasaran, mempromosikan Produk ke masyarakat. Membantu menerima pesanan dari konsumen melalui telepon atau langsung datang ke toko Hazora. Membantu mengirim pesanan konsumen sampai ketangan konsumen. Kendala yang dihadapi Hazora adalah masalah kurang mempromosikannya produk Hazora kemasyarakat, sehingga masyarakat kurang banyak mengetahui produk tersebut. Harga yang kurang bersaing di pasaran sehingga banyak masyarakat memilih produk yang lain yang lebih terkenal dan harga relatif lebih murah.

DAFTAR PUSTAKA

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Jember.

Hasan, Ali. 2013 . Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: Caps

Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga

David Downey, 2002, Manajemen Agribis, buku keempat. Jakarta: Erlangga

Boyn , 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga

Kotler, 2000, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.

