

**STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN
PADA PDAM “TIRTA SATHIA” BANYUMAS**



IAIN PURWOKERTO


SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)**

Oleh:

YUNI WAHYUNINGSIH

NIM. 1323205001



**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

STRATEGI HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN PADA PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS

Yuni Wahyuningsih
NIM. 1323205001

E-mail: yuniwahyuningsih96@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Dalam menghadapi era globalisasi dalam bidang komunikasi dan bisnis, maka setiap perusahaan asing, nasional maupun negara masing-masing berusaha mengatur langkah dan strateginya untuk bisa memenangkan pasar yang menguntungkan baginya. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat atau tidak, disukainya produksi perusahaan itu oleh masyarakat atau tidak, semuanya tergantung pada hasil karya Humas. Dalam penelitian ini, masalah umum yang dikemukakan adalah bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas? Apa saja faktor penghambat dalam menangani komplain pelanggan?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan faktor penghambat Humas dalam menangani komplain pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDAM “Tirta Satria” Banyumas melakukan strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan dengan cara mengidentifikasi masalah, tidak memandang ringan masalah, menentukan target sasaran informasi, menentukan strategi dan evaluasi. PDAM “Tirta Satria” Banyumas juga mengalami faktor penghambat dalam menangani komplain tersebut, yaitu : keterbatasan SDM, kurangnya komunikasi, kendala teknis, dan kurangnya sarana dan prasarana.

Kata kunci: *Humas, Komplain Pelanggan*

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN HANDLING CUSTOMER
COMPLAINTS IN PDAM “TIRTA SATRIA” BANYUMAS**

Yuni Wahyuningsih
NIM. 1323205001

E-mail: yuniwahyuningsih96@gmail.com
Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Islamic Business
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

ABSTRACT

In facing the era of globalization in the field of communication and business, every foreign company, national or national, tries to organize its steps and strategies to win a profitable market for it. Whether a company is accepted by the community or not, whether the community likes the production of that company or not, it all depends on the work of Public Relations. In this research, the general problem raised is how is the Public Relations strategy in handling customer complaints on PDAM “Tirta Satria” Banyumas? What are the inhibiting factors in handling customer complaints? The purpose of this study was to determine the strategies and inhibiting factors of Public Relations in handling customer complaints.

This research uses descriptive qualitative research methods. In collecting data, the writer used observation, interview and documentation methods. For data analysis techniques using Miles and Huberman.

The results showed that PDAM "Tirta Satria" Banyumas implemented a PR strategy in dealing with customer complaints by identifying problems, not taking lightly the problems, determining target information targets, determining strategies and evaluating. PDAM "Tirta Satria" Banyumas also experienced inhibiting factors in handling these complaints, namely: limited human resources, lack of communication, technical constraints, and lack of facilities and infrastructure.

Keywords: *Public Relations, Customer Complaints*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITRASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Kegunaan	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Strategi Humas.....	19
1. Pengertian Strategi Humas.....	19
2. Fungsi dan Tugas Humas.....	21
B. Komplain Pelanggan.....	24
1. Pengertian Komplain Pelanggan.....	24
2. Karakter Pelanggan.....	26
3. Penyebab Keluhan (<i>Complaint</i>).....	28
4. Aspek Dalam Penanganan Keluhan (<i>Handling Complaint</i>)..	28

C. Pelayanan	29
1. Pengertian Pelayanan	29
2. Prinsip Pelayanan	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Sumber Data	33
C. Teknik Pengumpulan Data	34
D. Teknik Analisis Data	36
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	39
A. Gambaran Umum PDAM “Tirta Satria” Banyumas	39
1. Sejarah Singkat PDAM “Tirta Satria” Banyumas	39
2. Dasar Hukum Operasional	40
3. Tugas Pokok dan Fungsi	41
4. Visi, Misi dan Kebijakan Mutu Pusat PDAM “Tirta Satria” Banyumas	41
5. Struktur Organisasi PDAM “Tirta Satria” Banyumas	42
6. Produk Layanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas	44
B. Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas	44
C. Faktor Penghambat Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas	61
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komplain Pelanggan.....	6
Tabel 2 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	14



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas.....	5
---	---



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan telah melakukan penelitian
2. Hasil Wawancara dengan Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas
3. Hasil Wawancara dengan Pelanggan Pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas
4. Dokumentasi dengan Pihak Humas Pelayanan PDAM “Tirta Satria” Banyumas
5. Dokumentasi dengan beberapa pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas
6. Aplikasi dan Form Pengaduan Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas
7. Data Komplain Pelanggan Tahun 2017-2019
8. Laporan Pengaduan dan tindak lanjut PDAM “Tirta Satria” Banyumas
9. Blangko/Kartu Bimbingan
10. Surat Keterangan Wakaf Buku
11. Surat Kesiapan Menjadi Pembimbing
12. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
13. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
14. Sertifikat-Sertifikat
15. Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya suatu negara selalu disertai dengan kemajuan perekonomian dan ditunjang oleh pesatnya perindustrian, yang sekaligus membawa perubahan-perubahan dan perkembangan dalam bidang perdagangan dan perniagaan. Dalam menghadapi era globalisasi dalam bidang komunikasi dan bisnis, maka setiap perusahaan swasta asing, nasional maupun negara masing-masing berusaha mengatur langkah dan strateginya untuk bisa memenangkan pasar yang menguntungkan baginya. Untuk itu berlomba dan berupaya memperoleh simpati dan dorongan akan kelancaran dan keabadian usahanya yang bisa menguntungkan pihaknya. Salah satu media dalam hal berkomunikasi adalah *Public Relations*. Istilah *Public Relations* atau disingkat PR diterjemahkan hubungan masyarakat atau disingkat menjadi humas. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat atau tidak, disukainya produksi perusahaan itu oleh masyarakat atau tidak, semuanya tergantung pada hasil karya Humas (*public relation*) dari perusahaan itu. Humas atau *Public Relations* senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan.

Selanjutnya menurut Rudi (2005) mengartikan humas adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/lembaga/perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak (publik), agar organisasi/lembaga/perusahaan memperoleh kepercayaan dan sokongan dari masyarakat (publik) baik internal maupun eksternal terutama dari publik di luar organisasi/lembaga/perusahaan itu. Tujuan Humas terdiri dari dua bagian yakni: secara positif dan *defensive*. Secara positif berusaha mendapatkan dan menambahkan penilaian serta jasa baik suatu organisasi atau perusahaan dan secara *defensive* berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar

padahal organisasi atau perusahaan itu tidak salah (terjadi kesalahpahaman). Karakteristik Humas menurut Effendi (1991) yakni berfungsi atau tidaknya Humas dalam organisasi, dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Berikut ini ciri-ciri Humas:

1. Adanya upaya komunikasi yang bersifat dua arah secara timbal balik.

Sebagai kegiatan komunikasi dalam organisasi, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik yaitu pada jalur pertama, komunikasi berbentuk penyebaran informasi oleh pimpinan organisasi kepada publik. Sedangkan jalur kedua, komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian tanggapan atau opini publik dari pihak publik kepada pimpinan organisasi tersebut.

2. Sasarannya adalah publik ekstern dan intern. Publik ekstern adalah masyarakat di luar suatu organisasi/lembaga, sedangkan publik intern adalah masyarakat di dalam suatu perusahaan/lembaga, misalnya karyawan.
3. Humas (*Public Relations*) merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. (Carmia Diahloka & Akhirul Aminulloh, 2011).

Public Relations yang ada dan dikenal pada saat sekarang ini, secara sederhana disebut Hubungan Masyarakat atau disingkat dengan Humas. Humas muncul karena adanya tuntutan kebutuhan. Artinya menjadi hal yang utama bagi humas untuk mampu menjalankan salah satu fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publik yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan. (Yerni Monita Kasenda, 2013)

Firda Kusumastuti (2002:17) mengungkapkan "Sasaran humas adalah publik, yakni sekelompok orang dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Dalam praktik publik dikelompokkan menjadi dua, yakni:

1. Publik internal yang meliputi : pemegang saham, pengelola dan karyawan. Dalam penelitian ini yang menjadi publik internal adalah pihak Kasubag Humas & Pelayanan.
2. Publik eksternal terdiri dari pihak-pihak yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Contohnya komunitas sejenis, investor, masyarakat luas dan pemerintah. Publik eksternal dalam penelitian ini adalah pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum. (Indhira Hari Kurnia, 2013)

Tugas utama humas adalah sebagai alat manajemen organisasi untuk menjalin hubungan baik dengan publiknya dalam rangka mencapai rasa saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Dalam rangka menjalin hubungan yang baik dan upaya saling pengertian, suatu organisasi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik pada publiknya dengan melakukan strategi komunikasi yang terbaik melalui optimalisasi fungsi dan tugas humas. (Saleh, 2010: 77)

Dalam sebuah tindakan akan selalu menyediakan beragam kemungkinan respon publik, yaitu puas dan tidak puas. Bagi mereka yang puas berkemungkinan mereka akan berlanjut pada tingkat loyalitas sedangkan bagi mereka yang tidak puas berkemungkinan melakukan komplain atau bahkan menarik diri dari berhubungan dengan organisasi pelayanan tersebut. Pelanggan yang komplain oleh sebagian besar perusahaan masih dianggap sesuatu yang negatif. Perusahaan yang mendorong pelanggan untuk komplain, biasanya sudah mengalami pergeseran sikap terhadap komplain, sehingga komplain tidak dipersepsi sebagai sesuatu yang negatif, tetapi justru lebih banyak sisi positifnya.

Keluhan/komplain sering dipandang sebagai hal buruk bagi kehidupan organisasi, sehingga banyak pihak berusaha menutupi atau mengabaikannya. Padahal keluhan menjadi peringatan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas organisasi. Bahkan dengan kemampuan mengelola dan merespon keluhan/komplain dapat menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan, yaitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, bahkan dapat meningkatkan keuntungan. Keluhan/komplain dapat muncul karena adanya

perbedaan antara persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh pemberi layanan. (Saleh, 2010: 155)

Beberapa studi memperlihatkan bentuk-bentuk ketidakpuasan konsumen dan sebuah studi belum lama ini oleh Singh (1988) mengemukakan tiga kategori yang berbeda: (1) respons suara (misalnya meminta ganti rugi dari penjual), (2) respons pribadi (misalnya komunikasi lisan yang negatif), dan (3) respons pihak ketiga (misalnya mengambil tindak hukum) ketidakpuasan sering merupakan peramal yang buruk untuk perilaku mengeluh.

Model perilaku keluhan konsumen/pelanggan mengidentifikasi dua tujuan utama untuk mengeluh. Pertama, konsumen mengeluh untuk menutup kerugian ekonomi. Mereka mungkin berusaha menukar produk yang bermasalah dengan produk lain atau berusaha memperoleh uang mereka kembali, baik secara langsung dari perusahaan atau toko maupun secara tidak langsung melalui tuntutan hukum. Alasan kedua mengapa konsumen terlibat dalam perilaku keluhan adalah untuk membangun kembali citra diri pembeli sehingga bila produk kurang berhasil, citra diri pembeli menurun. Untuk memperbaiki citra diri, konsumen dapat menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut yang negatif, berhenti membeli karena melihat merk, mengeluh pada perusahaan atau mengambil tindakan hukum. (Sudaryono, 2016: 162-163)

Dalam aktivitasnya, Humas berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two-way communication*) antara perusahaan atau lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga yang bersangkutan. Kegiatan strategi Humas tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan publik. Sasaran kegiatan strategi Humas terbagi menjadi dua, yaitu :

1. *Internal Public Relations* adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga atau instansi keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.

2. Eksternal *Public Relations* adalah orang-orang yang ada diluar lembaga atau instansi yang ada hubungan dan diharapkan ada hubungannya. Contohnya, para pelanggan PDAM mulai dari pelanggan baru sampai pelanggan lama. (Rahutomo, 2013)

Mengingat air adalah kebutuhan pokok bagi kehidupan sehari-hari, air memiliki peranan yang sangat penting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Penyediaan distribusi air yang dilakukan oleh PDAM baik di daerah perkotaan maupun di pedesaan mempunyai tujuan untuk memberikan pelayanan pada masyarakat untuk mendapatkan air bersih yang sehat. PDAM “Tirta Satria” Banyumas sebagai salah satu perusahaan potensial negara yang juga merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Banyumas yang memberikan jasa air bersih. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) “Tirta Satria” Banyumas ini merupakan salah satu badan usaha milik Daerah yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa. PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengambil pasokan air bersih tersebut dari pegunungan, curug-curug dengan menggunakan alat-alat laboratorium sehingga air tersebut dapat di konsumsi oleh warga atau higienis. Berikut ini data pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas pada periode 2010-2019. (www.pdambanyumas.com).

Gambar. 1 Jumlah Pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas



*Data di ambil dari <http://www.pdambanyumas.com/index.php/jumlah-pelanggan>

Tabel data perkembangan jumlah pelanggan aktif per Desember periode tahun 2010-2019 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelanggan pengguna Perusahaan Air Minum di kabupaten Banyumas. Pengguna aktif Perusahaan Air Minum berasal dari 5 cabang PDAM di Banyumas. Cabang PDAM tersebut meliputi Cabang Purwokerto 1, Cabang Purwokerto 2, Cabang Banyumas, Cabang Wangon, Cabang Ajibarang. Naiknya jumlah pelanggan pada PDAM tersebut karena diadakannya program MBR (Masyarakat Berpenghasilan Rendah), menjadikan minat masyarakat terhadap pemakaian air bersih dari PDAM Banyumas dan meningkatkan cakupan pelayanan air minum perpipaan yang diprioritaskan bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka meningkatkan derajat kualitas kesehatan masyarakat.

Sebagai satu-satunya perusahaan yang menyediakan distribusi air bersih PDAM “Tirta Satria” Banyumas, pastinya tidak terlepas dari berbagai macam permasalahan yang di adukan/komplain yang diterima dari pelanggan atau pengguna jasa PDAM. Berikut jumlah data pengaduan Per tahun pada Perusahaan Daerah Air Minum “TIRTA SATRIA” Banyumas Periode Tahun 2017-2019.

Tabel.1 Komplain Pelanggan

JUMLAH KOMPLAIN PELANGGAN PDAM PERIODE 2017-2019			
URAIAN	2017	2018	2019
Angka Meter tidak sesuai	10	2	1
Lonjakan Pemakaian	1178	47	29
Bocor	7929	1208	686
Air Mati	4076	1189	1147
Air Kecil/Tidak Lancar	2082	59	251
Air Keruh	765	46	103
Meteran Rusak	505	19	32
Kerusakan ACC (stopkran, dll)	1251	16	21

Pindah Meter	109	2	4
Galian Pipa	75	14	22
Lain-lain	431	21	105
Jumlah	18411	2623	2401

*Data diambil dari PDAM “TIRTA SATRIA” Kabupaten Banyumas

Dari tabel.1 terlihat bahwa jumlah keluhan pelanggan di PDAM “Tirta Satria” Banyumas menurun dari tahun 2017 – 2019. Pada tahun 2017 keluhan pelanggan berjumlah 18411, tahun 2018 berjumlah 2623, tahun 2019 berjumlah 2401, keluhan pelanggan. Keluhan yang biasa di keluhkan oleh pelanggan adalah terjadinya kebocoran yang mengakibatkan air mati dan tidak bisa mengalir ke setiap rumah pelanggan tersebut. Dari tahun ke tahun jumlah pelanggan yang mengeluh menurun. Hal itu tidak terlepas oleh adanya seorang humas yang melakukan banyak cara dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. Contohnya ketika ada pelanggan mengeluh mengenai pipa bocor, pihak Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas langsung menanganinya dengan mengirim tim untuk menangani pipa bocor.

Dari data tersebut dapat dilihat juga bahwa pengaduan/komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Kabupaten Banyumas semakin menurun setiap tahunnya. Dapat dilihat pula, komplain yang paling banyak adalah bocor. Kebocoran yang terjadi karena adanya tekanan air pada pipa pengalirannya yang terlalu besar, sehingga mengakibatkan kebocoran dan menjadi penghambat untuk masyarakat yang menggunakan air tersebut. Adanya kejadian tersebut, masyarakat harus mengalami krisis air, karena untuk sementara waktu aliran air dimatikan sampai penanganan pipa bocor tersebut selesai diperbaiki, terkadang juga air yang mengalir menjadi keruh karena air yang tercampur oleh tanah karena galian perbaikan pipa pengaliran air bersih tersebut yang menjadikan masyarakat/pelanggan pengguna jasa PDAM “Tirta Satria” Banyumas menjadi tidak nyaman.

Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan publik atas suatu produk atau pelayanan. Namun tidak setiap ketidakpuasan akan diungkapkan dengan keluhan. Pelanggan akan mengungkapkan keluhan apabila merasa keluhan yang disampaikan mendapat tanggapan positif dan tidak menyita waktu dan biaya. Keluhan dapat muncul karena adanya perbedaan antara persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh pemberi layanan. (Saleh. 2010: 156-157)

Ada satu artikel yang menjelaskan tentang salah satu permasalahan yang di alami oleh Bupati Banyumas tentang masyarakat yang menyampaikan komplain tentang PDAM “Tirta Satria” Banyumas kepada Bupati Banyumas. Bupati Banyumas Achmad Husein meminta, permasalahan dan komplain pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumdam) “Tirta Satria” Banyumas dapat diselesaikan secara cepat. Beliau menilai, perlu terobosan terobosan baru, untuk meningkatkan pelayanan, agar saat terjadi masalah, mudah diselesaikan. "Segera cari cara, misalnya aplikasi, agar setiap aduan air masuk ke jajaran direksi," ujarnya.

Hal itu ditegaskan Bupati Husein saat puncak perayaan Hari Ulang Tahun (HUT) Perumdam “Tirta Satria” ke 45 tahun, di Instalasi Pengolahan Air Minum (IPA) di Gunung Tugel Purwokerto Selatan, Minggu (5/1) pagi. Orang nomor satu di Kabupaten Banyumas itu mengaku, selama ini banyak komplain dan aduan masuk ke nomor whatsApp miliknya. Diharapkan, jika ada aplikasi milik Perumdam Tirta Satria, maka penanganan masalah bisa segera teratasi.

Menurutnya, sebagai pelayanan publik, Perumdam “Tirta Satria” memang tidak akan bisa dipisahkan dengan adanya komplain dan masalah. "Komplain pelanggan tentu tidak berhenti, karena permasalahan pasti akan dihadapi. Saya meminta setelah meningkat dari perusahaan daerah menjadi perusahaan umum, seluruh jajaran direksi dan karyawan harus lebih optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan," ungkapnya.

Sementara itu, Direktur Perumdam “Tirta Satria” Banyumas, Agus Subali menyebutkan memang sepanjang 2019 banyak komplain masuk melalui whatsapp Bupati Banyumas, namun masalah itu sudah ditangani pihak Perumdam “Tirta Satria” Banyumas. Pihaknya mencatat, jumlah komplain ada 17 kasus. Dengan rincian dua masalah tagihan bengkak dan pencabutan, 14 air tidak mengalir dan satu air keruh. Dari 17 komplain yang ada, masing-masing terjadi pada Januari dua komplain, Maret tiga komplain, April, Mei dan Juli masing-masing satu komplain, September empat komplain, Oktober satu komplain dan November empat komplain. Untuk Februari, Juni, Agustus dan Desember tidak ada komplain. Rata-rata komplain yang masuk, yakni mengenai kondisi air PDAM (sekarang Perumdam) tidak mengalir ke sejumlah daerah di sejumlah wilayah Kabupaten Banyumas. (www.suaramerdeka.com)

Pelayanan terbaik adalah bertitik tolak pada konsep kepedulian kepada pelanggan untuk menciptakan kepuasan dan kemenangan dalam persaingan. Pelayanan terbaik berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan para pelanggan sehingga memungkinkan memberikan kepuasan yang optimal. (Saleh, 2010: 63). Upaya pelaksanaan pelayanan berkaitan erat dengan pengembangan komunikasi yang efektif ke dalam dan keluar organisasi. Maka dengan demikian, untuk mengembangkan budaya layanan di dalam suatu organisasi/perusahaan, maka humas dapat digunakan sebagai instrument yang paling efektif untuk memotivasi atau mengubah opini orang-orang/para pegawai. (Barata, 2003: 201).

Dengan demikian PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengaplikasikan bentuk layanan yang menurut Moenir terbagi menjadi tiga macam yaitu layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan berbentuk perbuatan. Karena informasi yang diberikan ini didasarkan pada persepsi dari hari ke hari, maka informasi tersebut menjadi alat analisis, refleksi, dan komunikasi penyesuaian yang sangat baik.

Dari uraian di atas, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada bagaimana **Strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada**

PDAM “Tirta Satria” Banyumas. Kemudian, yang melatarbelakangi pemilihan lokasi ini adalah karena PDAM “Tirta Satria” merupakan perusahaan bidang jasa dan pelayanan yang memberikan jasa air bersih di Banyumas.

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian.

Adapun istilah yang perlu ditekankan adalah:

1. Strategi Humas

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. (Muljono: 2012: 15). DeFleur dan Dennis (1988:297) mengutip Scott Cutlip dan Allan Center dalam mendefinisikan humas sebagai upaya terencana guna mempengaruhi opini public melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak.(Iriantara, 2004: 43).

2. Komplain Pelanggan

Komplain pelanggan adalah bentuk ketidakpuasan pelanggan terhadap produk maupun jasa perusahaan yang bersifat tertulis maupun lisan.

3. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2004 : 2). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1999 : 571). (Saleh, 2010: 100).

4. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM “Tirta Satria”) Purwokerto

PDAM atau Perusahaan Daerah Air Minum merupakan salah satu unit usaha milik daerah, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislative daerah. PDAM memberikan jasa pelayanan dan menyelenggarakan kemanfaatan di bidang air minum. Aktifitas PDAM antara lain mengumpulkan, mengolah, dan menjernihkan sampai mendistribusikan air kepada para masyarakat/ pelanggan PDAM Banyumas. (www.pdambanyumas.com).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas ?
2. Bagaimana faktor penghambat Humas dalam menangani komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah : untuk mengetahui bagaimana strategi Humas dalam menangani komplain pada pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti: hasil penelitian ini sebagai sarana pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh selama kuliah dengan prakteknya di lapangan.
- b. Bagi Akademis: memberikan sumbangan karya ilmiah untuk mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan bagi perpustakaan IAIN Purwokerto

- c. Bagi Pihak Instansi: sebagai informasi untuk memahami pelayanan dalam menangani komplain pelanggan pada perusahaan .

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, beberapa literatur pustaka menjadi rujukan untuk mendasari beberapa dasar pijakan berpikir.

Ridho Aldhily (2017), menjelaskan bahwa Humas (*Public Relations*) menyangkut kepentingan setiap organisasi yang bersifat komersial maupun non-komersial. Menurut (British) Institute of *Public Relations* (IPR), Humas (*Public Relations*) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*Goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Sedangkan menurut Frank Jefkins Humas (*Public Relation*) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Aldhily, 2017: 12-13).

Rosady Ruslan (2003), menjelaskan bahwa tugas Humas meliputi *publik internal* dan *publik eksternal*. Dalam *publik internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. Selanjutnya dalam *publik eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (Ruslan, 2003: 23-24).

Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto (2017), menjelaskan bahwa *Public Relations* menurut Fraser P.Seitel merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap

opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan. (Soemirat dkk, 2017: 13).

Atep Adya Barata (2003) menjelaskan bahwa humas (*Public Relations*) merupakan instrument efektif untuk mengembangkan pelayanan prima melalui dua cara yaitu internal dan eksternal. Internal adalah mereka yang bekerja pada suatu organisasi/perusahaan. Sedangkan eksternal adalah keseluruhan pelanggan baik perorangan, kelompok, maupun institusi yang dilayani oleh organisasi/perusahaan. (Barata, 2003: 201-203).

Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2005) menjelaskan bahwa menurut Gronroos pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. (Ratminto dkk, 2005: 2).

Akh. Muwafik Saleh (2010) menjelaskan bahwa keluhan/komplain pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan. Ekspresi ketidakpuasan seseorang atau pelanggan atas beragam aspek yang disediakan oleh perusahaan. Jadi komplain adalah wujud ekspresi ketidakpuasan dari pelanggan atau penerima layanan atas tindakan layanan yang diberikan oleh pemberi layanan.

Aspek dalam menangani keluhan (*Handling Complaint*) :

1. *Good Will*, yaitu adanya niat baik pimpinan organisasi atau perusahaan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.
2. *Mekanisme*, yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.
3. *Infrastruktur*, yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik,

misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, *questioner* atau *form complaint*, saran, web, *hotline* dan sebagainya.

4. *Attitude*, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan. (Saleh, 2010: 156)

Tabel.2 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Nama & Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Carmia Diahloka & Akhirul Aminulloh Program Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Humas (<i>Public Relations</i>) Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan Produk (Studi Pada Plasa Telkom Malang)”	Strategi <i>Public Relation</i> di Plasa Telkom Malang dalam menangani komplain pelanggan menanggapi secara cepat, meningkatkan pelayanan <i>Customer Service/Customer Care</i> dan Satpam Plasa sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing, dan menyediakan <i>Public Relation</i> seperti tv, surat kabar, brosur dan informasi mengenai produk Telkom.	Membahas tentang Strategi Humas dalam Menangani Komplain Pelanggan	Penelitian Saudara/i Carmia & Akhirul meneliti pada Plasa Telkom Malang. Sedangkan penulis meneliti pada Perusahaan Daerah Air Minum Banyumas.

2.	Yerni Monita Kasenda yang berjudul “Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura	Humas di PDAM Jayapura mengangkat citra perusahaan dengan cara menanamkan kepercayaan kepada pelanggan melalui memberikan pelayanan yang profesional.	Membahas Humas	Penelitian Saudara/i Yerni menjelaskan peran humas dalam menyelesaikan masalah untuk membangun citra PDAM. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi <i>Public Relations</i> dalam menangani komplain pelanggan.
3.	Agnes Datuela yang berjudul “Strategi <i>Public Relations</i> PT.Telkomsel <i>Branch</i> Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.	Strategi <i>Public Relations</i> yang dilakukan PT. Telkomsel <i>branch</i> Manado dalam mempertahankan citra di mata masyarakat ialah dengan mengkoordinasi masalah yang ada dengan pihak Pusat (Jakarta) dan pihak area (Makassar).	Membahas Humas	Penelitian Saudara/i Agnes menjelaskan strategi <i>Public Relations</i> PT. Telkomsel <i>branch</i> Manado dalam membangun citra perusahaan. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi <i>Public Relations</i> dalam menangani komplain pelanggan.
4.	T.E. Ardoyo yang berjudul “Peran Dan Strategi Humas (<i>Public Relations</i>) Dalam	Strategi Humas efektif dalam mempromosikan produk perusahaan	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian Saudara/i menjelaskan Strategi Humas (<i>Public</i>

	Mempromosikan Produk Perusahaan”	melalui kegiatan-kegiatan antara lain : publisitas, pameran, sponsorship dan lain sebagainya.		<i>Relations</i>) dalam mempromosikan produk perusahaan. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas (<i>Public Relations</i>) dalam menangani komplain pelanggan.
5.	Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso dan Andre Rahmanto yang berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)”	Pihak sekolah yang diwakili oleh wakasek humas menyikapi saran dan kritik melalui peningkatan prestasi sekolah dengan pembinaan intensif serta meningkatkan sarana prasarana sesuai prioritas.	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian Saudara/i menjelaskan Strategi Humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas (<i>Public Relations</i>) dalam menangani komplain pelanggan.
6.	SS Maulida, IA Ratnamulyani, Agustini yang berjudul “Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Dalam Pelayanan Prima Kepada Pelanggan”	Strategi Humas yang dilakukan Humas PDAM Ciomas dapat memberikan pelayanan prima, dalam kebutuhan air bersih dan sehat kepada pelanggan,	Membahas tentang Strategi Humas	Penelitian saudara/i menjelaskan Strategi Humas dilakukan dalam memberikan pelayanan untuk meyakinkan kepada pelanggan

		sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan.		dalam kebutuhan air bersih. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Humas dalam menangani komplain pelanggan.
--	--	---	--	---

F. Sistematika Pembahasan

Secara umum gambaran sistematika Pembahasan terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bagian ini memaparkan teori yang terkait dengan Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

Bab IV : Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas

Bab ini merupakan penjelasan hasil penelitian mengenai Strategi Humas Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas.

Bab V : Penutup

Bab ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dilihat dari uraian hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan di PDAM “Tirta Satria” Banyumas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sasaran utama kegiatan Humas terbagi menjadi dua, yaitu pihak Internal dan pihak Eksternal. Strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas dengan menerapkan langkah-langkah pemecahan masalah yang pertama yaitu: Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas mengidentifikasi masalah apa yang sedang terjadi, Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas tidak pernah memandang ringan masalah yang diterima, kemudian Humas PDAM “Tirta Satria” Banyumas menentukan target dari sasaran informasi yang akan disampaikan, selanjutnya humas menentukan strategi untuk mengatasi keluhan pelanggan humas berkomunikasi secara langsung kepada pelanggan, hal tersebut humas lakukan agar pelanggan merasa diperhatikan dan tidak diabaikan keluhannya, apabila keluhan itu bersifat teknis, maka partisipasi humas akan segera menghubungi bagian teknis supaya turun langsung kelokasi untuk melakukan perbaikan terhadap keluhan yang terjadi pada pelanggan, langkah terakhir evaluasi strategi.
2. Keluhan pelanggan PDAM “Tirta Satria” Banyumas ada beberapa aspek dalam menanganinya, yaitu : 1)Good Will, 2)Mekanisme, 3)Infrastruktur, 4)Attitude. Dan adapun metode penyampaian komplain pelanggan pada PDAM “Tirta Satria” Banyumas yaitu melalui Telepon, Whatsap, Website, Email, Lapak Aduan Banyumas, Portal dan Info Perumdan Tirta Satria (Aplikasi khusus pengaduan/komplain dan info PDAM “Tirta Satria” lainnya).
3. Faktor penghambat strategi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan PDAM. 1) Keterbatasan SDM, 2) Kurangnya komunikasi antara

pelanggan dengan perusahaan, 3) kendala teknis, 4) kurangnya sarana dan prasarana. 5) ketidakpuasan pelanggan.

B. Saran

1. Untuk PDAM “Tirta Satria” Banyumas agar lebih memberikan informasi lebih lengkap lagi atau selalu mengupdate informasi terbaru kepada para pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas pada media-media yang sudah di sediakan oleh pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas, agar lebih memudahkan pelanggan untuk mengetahui informasinya tersebut. Dan di harapkan agar pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas selalu memberi informasi kepada pelanggan pengguna PDAM “Tirta Satria” Banyumas yang belum mengetahui media aplikasi pengaduan yang sudah disediakan pihak PDAM “Tirta Satria” Banyumas kepada pelanggan lainnya guna memudahkan para pelanggan melakukan pengaduan/komplain secara cepat.
2. Jika ada penelitian yang hampir mirip atau sama dengan lokasi penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti berikutnya harap bisa lebih baik dan lebih konsisten dari peneliti sekarang, sehingga bisa membuat para pihak-pihak lain bisa mengetahui dan bisa lebih memahami lagi dengan penelitiannya.
3. Skripsi ini setidaknya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk PDAM “Tirta Satria” Banyumas. ☺

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Aldily, Ridhlo. 2017. *101 Amazing Public Relation Ideas*. Yogyakarta: Quadrant.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2014. Bandung: PT SIGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Diahloka, Carmia & Akhirul Aminulloh. 2011. *Strategi Humas (Public Relations) Dalam Menangani Komplain Pelanggan Pada Pelayanan Produk (Studi Pada Plasa Telkom Malang)*
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasenda, Yerni Monita. 2013. *Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura*.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Kurnia, Indhira Hari, dkk. 2013. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*. Jupe UNS. Vol 1. No.2.
- Margono, S. 2003. *Meode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-ruz media
- Nasution. 2014. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurtjahjani, Fullchis & Shinta Maharani T. 2018. *Public Relations Citra & Praktek*. Malang: Polinema Press.

- Rahutomo, Adi Nugroho. 2013. Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT PLN (PERSERO) Rayon di Samarinda.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto & Atik Septi W. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Roslan, Rusady. 2003. *Manajemen Public Relations & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saleh, Akh Muwafik. 2010. *Public Service Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik*. Malang: UMM Press.
- Soehadna, Moh. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif*. Yogyakarta: SUKA PRESS UIN Sunan Kalijaga.
- Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Surakhmad, Winamo. 1994. *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik, Ed 7*. Bandung: Tarsito.
- Suryabrata. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tika, Moh Pabunda. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Press.
- www.pdambanyumas.com
- www.suaramerdeka.com
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.