

BAB II
EVALUASI PENYEDIAAN SMART WATER REFILL STATION
DI UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2.1. Visi dan Misi

2.1.1. Visi

Setiap organisasi atau perusahaan pastilah mempunyai sebuah visi untuk mencapai kesuksesannya. Visi adalah apa yang perusahaan inginkan di masa depan. Visi dapat memberikan aspirasi dan motivasi disamping memberikan panduan atau rambu-rambu dalam menyusun strategi perusahaan. Pernyataan visi yang efektif adalah menggambarkan secara jelas gambaran dari perusahaan yang ingin dikembangkan. Visi digunakan sebagai pemandu untuk merubah hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan. Visi menjelaskan pada karyawan kemana kita akan menuju.

Berikut ini dipaparkan definisi visi dari beberapa ahli di bidang organisasi : Menurut Wibisono (2006), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan *want to be* dari organisasi atau perusahaan. Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang.

Definisi visi menurut Aditya (2010) adalah sebagai berikut:

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang.

Berdasarkan beberapa definisi visi di atas dapat disimpulkan bahwa visi merupakan suatu pernyataan komprehensif tentang segala sesuatu yang diharapkan suatu organisasi pada masa yang akan datang dan dibuat sebagai pedoman atau arah tujuan jangka panjang organisasi.

2.1.2. Misi

Menurut Wibisono (2006) Misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Pernyataan misi merupakan sebuah kompas yang membantu untuk menemukan arah dan menunjukkan jalan yang tepat dalam rimba bisnis saat ini. Tujuan dari pernyataan misi adalah mengkomunikasikan kepada stakeholder, di dalam maupun luar organisasi, tentang alasan pendirian perusahaan dan ke arah mana perusahaan akan menuju. Oleh karena itu, rangkaian kalimat dalam misi sebaiknya dinyatakan dalam satu bahasa dan komitmen yang dapat dimengerti dan dirasakan relevansinya oleh semua pihak yang terkait. Misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek (biasanya 1 sampai 3 tahun). Sedangkan visi merupakan cara

pandang perusahaan di masa depan. Visi biasanya disusun untuk jangka panjang (biasanya 3 sampai 10 tahun).

2.2. Strategic Planning

Menurut Anthony dan Vijay Govindarajan (2007) *Strategic planning is the process of deciding on the programs that the organization will undertake and on the approximate amount of resources that will be allocated to each program over the next several years.* Proses perencanaan strategis inilah yang kemudian dikembangkan menjadi program-program kerja suatu perusahaan secara efektif dan efisien. Perencanaan strategis bersifat sistematis, ada proses perencanaan strategi tahunan, dengan prosedur dan jadwal tertentu.

2.2.1. Manfaat dan Keterbatasan Strategic Planning

Proses perencanaan strategis dapat memberi organisasi :

- 1. Framework for Developing the Budget*

Anggaran operasional dibuat untuk mengalokasi sumber daya untuk tahun kedepan; alokasi sumber daya ini penting dengan melihat apa yang akan dituju organisasi untuk beberapa tahun berikutnya. Rencana strategis menyediakan kerangka yang lebih luas. Jadi, manfaat penting dari persiapan rencana strategis adalah terdapat formula untuk anggaran operasional yang efektif.

2. *Management Development Tool*

Perencanaan strategis adalah alat pendidikan manajemen yang baik dan alat pelatihan yang menghasilkan manajer dengan proses berfikir untuk strategis dan pelaksanaannya.

3. *Mechanism for Forcing Management to Think Long term*

Para manajer cenderung lebih khawatir mengenai masalah – masalah taktis dan kesulitan bisnis saat ini dari pada memikirkan masa depan. Perencanaan strategis formal memaksa para manajer menyisihkan waktu untuk berfikir mengenai masalah-masalah jangka panjang.

4. *Means of Aligning Managers with Corporate Strategies*

Diskusi dan negosiasi yang terjadi selama proses perencanaan strategi korporasi, menyatukan para manajer untuk satu strategi, dan mengungkapkan implikasi dari strategi korporasi untuk masing-masing manajer.

Namun ada beberapa kesulitannya pula, seperti :

1. Kekhawatiran bahwa perencanaan hanya akan menjadi “isi formulir”, pelaksanaan birokrasi, tidak ada pemikiran strategis.
2. Sebuah organisasi bisa saja membuat departemen perencanaan strategis yang besar, namun mendelegasikan persiapan rencana strategis pada staff departemennya, sehingga menghilangkan input dari pihak manajemen serta isi pendidikan dari proses tersebut.

3. Perencanaan strategis itu boros waktu dan biaya. Pengeluaran yang paling penting adalah waktu yang dikorbankan para manajer senior dan para manajer lainnya disetiap level dalam organisasi.

2.2.2. Proses *Strategic Planning*

1. *Reviewing and Updating the Strategic Plan*

Selama satu tahun, keputusan yang dibuat mengubah rencana strategis; pihak manajemen memutuskan kapan pun perlu dikalkukan, bukan sebagai suatu yang direncanakan. Langkah pertama dalam proses perencanaan strategis tahunan adalah meninjau ulang serta mempengaruhi rencana strategis yang disetujui tahun lalu.

2. *Deciding on Assumptions and Guidelines*

Pembaruan rencana strategis menggabungkan asumsi-asumsi yang luas. Asumsi-asumsi ini diuji ulang, dan jika perlu diubah sesuai informasi yang baru. Hasil pembaharuan tidak harus dalam detail yang pasti.

3. *First Iteration of the Strategic Plan*

Dengan menggunakan asumsi, tujuan dan panduan, unit bisnis dan unit operasi melakukan “*first cut*” of the *strategic plan*

4. *Analysis*

Pengumpulan dalam keseluruhan dan rencana strategis dan melihat bagaimana realisasi penyesuaian dilapangan. Beberapa unit bisnis cenderung menurunkan perkiraan mereka, sehingga tujuan mereka dapat dicapai dengan mudah.

5. *Second iteration of the new strategic plan*

Analisis dari susunan awal mungkin akan membutuhkan revisi sebagai celah perencanaan. Beberapa perusahaan tidak membutuhkan revisi formal dari unit bisnis. Mereka bernegosiasi secara informal dan memasukkan hasilnya pada rencana di kantor pusat.

6. *Final review and approval*

Persetujuan harus dibuat sebelum awal proses penyusunan anggaran, karena rencana strategis merupakan masukan penting pada proses tersebut.

2.3. Pengambilan Keputusan

2.3.1. Definisi Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Keputusan itu sendiri merupakan unsur kegiatan yang sangat vital. Jiwa kepemimpinan seseorang itu dapat diketahui dari kemampuan mengatasi masalah dan mengambil keputusan yang tepat. Keputusan yang tepat adalah keputusan yang berbobot dan dapat diterima bawahan. Ini biasanya merupakan keseimbangan antara disiplin yang harus ditegakkan dan sikap manusiawi terhadap bawahan. Keputusan yang demikian ini juga dinamakan keputusan yang mendasarkan diri pada human relations.

Setelah pengertian keputusan disampaikan, kiranya perlu pula diikuti dengan pengertian tentang “pengambilan keputusan”. Ada beberapa definisi tentang

pengambilan keputusan, dalam hal ini arti pengambilan keputusan sama dengan pembuatan keputusan, misalnya G. R. Terry (2010) mendefinisikan pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih (tindakan pimpinan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam organisasi yang dipimpinnya dengan melalui pemilihan satu diantara alternatif-alternatif yang dimungkinkan). Menurut Siagian (1993) pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

Dari kedua pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan itu diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dan tidak boleh sembarangan. Masalahnya terlebih dahulu harus diketahui dan dirumuskan dengan jelas, sedangkan pemecahannya harus didasarkan pemilihan alternatif terbaik dari alternatif yang ada.

Pengambilan keputusan yang efektif perlu dilakukan oleh seorang pemimpin dalam sebuah organisasi. Dalam pengambilan keputusan seorang pemimpin harus memperhatikan berbagai aspek, misalnya perlu memperhatikan situasi dan kondisi, memperhatikan berbagai model, gaya, proses dan tidak kalah pentingnya perlu memperhatikan metode serta tahapan-tahapan secara sistematis. Sebab proses pengambilan keputusan selalu terkait dengan proses memilih dari berbagai alternatif. Pengambilan keputusan yang efektif dapat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas organisasi yang dalam implementasinya bisa melalui variabel

perantara misalnya meingkatnya kinerja, semangat, kreativitas dari orang-orang yang dipimpinnya.

2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan

Setiap keputusan yang diambil itu merupakan perwujudan kebijakan yang telah digariskan. Oleh karena itu, analisis proses pengambilan keputusan pada hakikatnya sama saja dengan analisis proses kebijakan. Proses pengambilan keputusan meliputi :

1. Identifikasi masalah

Dalam hal ini pemimpin diharapkan mampu mengidentifikasi masalah yang ada di dalam suatu organisasi.

2. Pengumpulan dan penganalisis data

Pemimpin diharapkan dapat mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat membantu memecahkan masalah yang ada.

3. Pembuatan alternatif-alternatif kebijakan

Setelah masalah dirinci dengan tepat dan tersusun baik, maka perlu dipikirkan cara-cara pemecahannya. Cara pemecahan ini hendaknya selalu diusahakan adanya alternatif-alternatif beserta konsekuensinya, baik positif maupun negatif. Oleh sebab itu, seorang pimpinan harus dapat mengadakan perkiraan sebaik-baiknya. Untuk mengadakan perkiraan dibutuhkan adanya informasi yang secukupnya dan metode perkiraan yang baik. Perkiraan itu terdiri dari berbagai macam pengertian:

- Perkiraan dalam arti Proyeksi

Perkiraan yang mengarah pada kecenderungan dari data yang telah terkumpul dan tersusun secara kronologis.

- Perkiraan dalam arti prediksi

Perkiraan yang dilakukan dengan menggunakan analisis sebab akibat.

- Perkiraan dalam arti konjeksi

Perkiraan yang didasarkan pada kekuatan intuisi (perasaan). Intuisi disini sifatnya subjektif, artinya tergantung dari kemampuan seseorang untuk mengolah perasaan.

4. Pemilihan salah satu alternatif terbaik

Pemilihan satu alternatif yang dianggap paling tepat untuk memecahkan masalah tertentu dilakukan atas dasar pertimbangan yang matang atau rekomendasi. Dalam pemilihan satu alternatif dibutuhkan waktu yang lama karena hal ini menentukan alternative yang dipakai akan berhasil atau sebaliknya.

5. Pelaksanaan keputusan

Dalam pelaksanaan keputusan berarti seorang pemimpin harus mampu menerima dampak yang positif atau negatif. Ketika menerima dampak yang negatif, pemimpin harus juga mempunyai alternatif yang lain.

6. Pemantauan dan pengevaluasian hasil pelaksanaan

Setelah keputusan dijalankan seharusnya pimpinan dapat mengukur dampak dari keputusan yang telah dibuat.

2.3.3. Tipe Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan (*Decision making*) : adalah tindakan manajemen dalam pemilihan alternative untuk mencapai sasaran.

Keputusan dibagi dalam 3 tipe :

1. Keputusan terprogram/keputusan terstruktur

Keputusan yang berulang-ulang dan rutin, sehingga dapat diprogram. Keputusan terstruktur terjadi dan dilakukan terutama pada manajemen tingkat bawah.

2. Keputusan setengah terprogram / setengah terstruktur

Keputusan yang sebagian dapat diprogram, sebagian berulang-ulang dan rutin dan sebagian tidak terstruktur. Keputusan ini seringkali bersifat rumit dan membutuhkan perhitungan-perhitungan serta analisis yg terperinci.

3. Keputusan tidak terprogram/ tidak terstruktur

Keputusan yang tidak terjadi berulang-ulang dan tidak selalu terjadi. Keputusan ini terjadi di manajemen tingkat atas. Informasi untuk pengambilan keputusan tidak terstruktur tidak mudah untuk didapatkan dan tidak mudah tersedia dan biasanya berasal dari

lingkungan luar. Pengalaman manajer merupakan hal yg sangat penting didalam pengambilan keputusan tidak terstruktur. Keputusan untuk bergabung dengan perusahaan lain adalah contoh keputusan tidak terstruktur yg jarang terjadi.

2.4. Akuntansi Manajemen

2.4.1 Definisi Akuntansi Manajemen

Akuntansi Manajemen Menurut Hansen dan Mowen (2013), akuntansi manajemen adalah: “Proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan.”

Menurut Henry Simamora (2012) adalah: “Proses pengidentifikasian, pengukuran penghimpunan, penganalisaan, penyusunan, penafsiran dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi dan mengendalikan kegiatan usaha di dalam sebuah organisasi, serta untuk memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.”

Menurut Mulyadi (2001), akuntansi manajemen dapat dipandang dari dua sudut, yaitu akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi dan akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe informasi. Akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi: “Merupakan suatu sistem informasi pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan

pemakai intern organisasi.” Sedangkan akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe informasi: “Merupakan tipe informasi kuantitatif yang menggunakan satuan ukuran yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan.”

Dari definisi tersebut, dapat diringkas bahwa akuntansi manajemen adalah seni atau keterampilan dalam memperoleh berbagai laporan atau transaksi keuangan yang diperlukan oleh pihak manajemen untuk dapat memberikan manajer umpan balik dalam penetapan pengambilan keputusan bisnis.

2.4.2. Fungsi-Fungsi Manajemen

Sebuah perusahaan akan berjalan dengan efektif dan efisien jika dikelola dengan cara yang tepat. Para pengelola perusahaan, yaitu dewan komisaris, dewan direktur, dan para manajer, tergabung ke dalam suatu kelompok yang disebut manajemen perusahaan. Manajemen inilah yang bertanggungjawab untuk menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Mulyadi (2001) proses manajemen dilakukan melalui aktivitas-aktivitas berikut ini:

1. Perencanaan (*planning*)

Manajemen organisasi menentukan tujuan serta mengidentifikasi strategi dan metode untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian meliputi pengaturan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan strategi yang ditetapkan, termasuk di dalamnya mengembangkan struktur perusahaan untuk membagi berbagai tanggungjawab, tugas dan wewenang pada masing-masing bagian.

3. Pengarahan dan Pemberian Motivasi (*directing/leading*)

Proses ini melibatkan aktivitas operasional dari hari ke hari untuk menjaga kelancaran aktivitas organisasi, antara lain melalui pemberian tugas kepada karyawan, penyelesaian masalah rutin, penyelesaian konflik dan komunikasi efektif.

4. Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian berfungsi untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi. Aktivitas manajerial ini memonitor implementasi suatu rencana dan melakukan tindakan koreksi yang diperlukan. Pengendalian biasanya dicapai dengan menggunakan umpan balik, yaitu informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi atau memperbaiki langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan rencana.

2.4.3 Tipe Akuntansi Manajemen

Menurut Mulyadi (2001), peran akuntansi manajemen sebagai suatu tipe, yang mana terbagi ke dalam dua tipe akuntansi manajemen, yaitu:

1. Tipe Akuntansi

Tipe yang mengubah informasi keuangan dalam perusahaan. Dibagi menjadi tiga tingkat perkembangan, yaitu:

- a. Pencatat skor (*score keeping*)
- b. Penarik perhatian (*attention directing*)
- c. Penyedia informasi untuk pemecahan masalah (*problem solving*)

2. Tipe Informasi

Informasi merupakan suatu fakta, data, pengamatan, persepsi atau sesuatu yang lain, yang menambah pengetahuan. Informasi diperlukan oleh seorang manajer untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen dibagi menjadi tiga tipe, yaitu:

- a. Informasi Akuntansi Penuh
- b. Informasi Akuntansi Differensial

Informasi akuntansi differensial mempunyai dua unsur pokok, yaitu:

- Merupakan informasi akuntansi masa yang akan datang dan berada di antara alternatif yang dihadapi oleh pengambilan keputusan. Informasi ini diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai alternatif tindakan yang terbaik di antara alternatif yang tersedia
- Informasi masa lalu.

- c. Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban

Sedangkan menurut Ray H. Garisson (2012:3), akuntansi manajemen sebagai suatu tipe akuntansi tidak dapat dibandingkan dengan akuntansi keuangan karena mempunyai karakteristik yang berlainan yang disebabkan oleh perbedaan pemakai atau pengguna informasi keuangan. Akuntansi keuangan diperlukan untuk memenuhi informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, sedangkan akuntansi manajemen diperlukan untuk memenuhi keperluan manajemen (laporan yang berbeda untuk manajer yang berbeda) dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian perusahaan.

Informasi akuntansi manajemen tidak didistribusikan untuk pihak luar perusahaan. Oleh karena karakteristik keputusan yang dibuat oleh pihak luar berbeda dengan karakteristik keputusan yang dibuat oleh manajer, maka hal ini berdampak pada karakteristik sistem pengolahan informasi akuntansi yang menghasilkan informasi keuangan.

2.5. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Pengertian sistem informasi akuntansi manajemen menurut Hariadi (2002) adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (*output*) dengan menggunakan masukan (*input*) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu manajemen. Proses adalah inti dari suatu sistem informasi akuntansi manajemen dan dipergunakan untuk mengubah masukan menjadi keluaran yang memenuhi tujuan suatu sistem. Sistem akuntansi memiliki tiga tujuan umum, yaitu:

- a. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam penghitungan harga pokok jasa, produk, dan tujuan lain yang diinginkan manajemen.
- b. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
- c. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

2.6. Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat S. (1994) yang menyatakan bahwa : “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.” Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa : “Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya”. Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

2.6.1 Pendekatan yang Digunakan dalam Penilaian Efektivitas

Dalam menilai efektivitas program, Hidayat (1986) menjelaskan berbagai pendekatan evaluasi. Pendekatan-pendekatan tersebut yaitu:

a. Pendekatan eksperimental (*experimental approach*).

Pendekatan ini berasal dari kontrol eksperimen yang biasanya dilakukan dalam penelitian akademik. Tujuannya untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat umum tentang dampak suatu program tertentu dengan mengontrol sebanyak-banyaknya faktor dan mengisolasi pengaruh program.

b. Pendekatan yang berorientasi pada tujuan (*goal oriented approach*).

Pendekatan ini memakai tujuan program sebagai kriteria untuk menentukan keberhasilan. Pendekatan ini amat wajar dan praktis untuk desain pengembangan program. Pendekatan ini memberi petunjuk kepada pengembang program, menjelaskan hubungan antara kegiatan khusus yang ditawarkan dengan hasil yang akan dicapai.

c. Pendekatan yang berfokus pada keputusan (*the decision focused approach*).

Pendekatan ini menekankan pada peranan informasi yang sistematis untuk pengelola program dalam menjalankan tugasnya. Sesuai dengan pandangan ini informasi akan amat berguna apabila dapat membantu para pengelola program membuat keputusan. Oleh sebab itu, evaluasi harus direncanakan sesuai dengan kebutuhan untuk keputusan program.

d. Pendekatan yang berorientasi pada pemakai (*the user oriented approach*).

Pendekatan ini memfokuskan pada masalah utilisasi evaluasi dengan penekanan pada perluasan pemakaian informasi. Tujuan utamanya adalah pemakaian informasi yang potensial. Evaluator dalam hal ini menyadari sejumlah elemen yang cenderung akan mempengaruhi kegunaan evaluasi, seperti cara-cara pendekatan dengan klien, kepekaan, faktor kondisi, situasi seperti kondisi yang telah ada (*pre-existing condition*), keadaan organisasi dengan pengaruh masyarakat, serta situasi dimana evaluasi dilakukan dan dilaporkan. Dalam pendekatan ini, teknik analisis data, atau penjelasan tentang tujuan evaluasi memang penting, tetapi tidak sepenting usaha pemakai dan cara pemakaian informasi.

e. Pendekatan yang responsif (*the responsive approach*).

Pendekatan responsive menekankan bahwa evaluasi yang berarti adalah evaluasi yang mencari pengertian suatu isu dari berbagai sudut pandang semua orang yang terlibat, berminat, dan berkepentingan dengan program (*stakeholder program*). Menghindari satu jawaban untuk suatu evaluasi program yang diperoleh dengan memakai tes, kuesioner, atau analisis statistik, sebab setiap orang yang dipengaruhi oleh program merasakannya secara unik.

2.7. Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

2.7.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Berbagai cara dilakukan peneliti untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Kotler, et al., (1996) :

- a. *Complaint and Suggestion Systems* (Sistim Keluhan dan Saran)
- b. *Customer Satisfaction Survey* (Survei Kepuasan Pelanggan)
- c. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)
- d. *Lost Customer Analysis* (Analisis Atas Pelanggan Yang Beralih)

2.8. Loyalitas

Definisi Loyalitas pelanggan menurut Sheth dan Mittal (2004) adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap

yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*Store Loyalty*).

2.9. Survey

2.9.1 Pengertian, Jenis, Tujuan, dan Kegunaan Survey

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/survei>) pengertian survei adalah suatu kondisi tertentu yang menghendaki kepastian informasi, terutama bagi orang – orang yang bertanggung jawab atau yang tertarik. Menurut Singarimbun dan Effendi (1998) survei yaitu “penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok”.

Dapat disimpulkan bahwa survei merupakan suatu aktivitas atau kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan suatu kepastian informasi (seperti: jumlah orang, persepsi atau pesan-pesan tertentu), dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.

Jenis survei, antara lain:

1. Jenis survei secara umum, ada 2 yaitu:
 - a. Survei yang lengkap, yaitu yang mencakup seluruh populasi atau elemen-elemen yang menjadi objek penelitian. Survei tipe ini disebut sensus.

- b. Survei yang hanya menggunakan sebagian kecil dari populasi, atau hanya menggunakan sampel dari populasi. Jenis ini sering disebut sebagai sample survey method.

2. Jenis survei secara ilmu penelitian, yaitu:

- a. Penelitian Exploratif (Penjajagan): Terbuka, mencari-cari, pengetahuan peneliti tentang masalah yang diteliti masih terbatas.
- b. Penelitian Deskriptif : Mempelajari masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi, sikap, pandangan, proses yang sedang berlangsung, pengaruh dari suatu fenomena; pengukuran yang cermat tentang fenomena dalam masyarakat. Peneliti mengembangkan konsep, menghimpun fakta, tapi tidak menguji hipotesis;
- c. Penelitian Evaluasi : mencari jawaban tentang pencapaian tujuan yang digariskan sebelumnya. Evaluasi disini mencakup formatif (melihat dan meneliti pelaksanaan program), Sumatif (dilaksanakan pada akhir program untuk mengukur pencapaian tujuan)
- d. Penelitian Eksplanasi (Penjelasan) : menggunakan data yang sama, menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis
- e. Penelitian Prediksi : Meramalkan fenomena atau keadaan tertentu;
- f. Penelitian Pengembangan Sosial : Dikembangkan berdasarkan survei yang dilakukan secara berkala *Tujuan Survei*, antara lain:

Menurut Singarimbun dan Effendi (1998) Tujuan dari survey adalah memaparkan data dari objek penelitian, dan menginterpretasikan dan menganalisisnya secara sistematis. Kebenaran informasi itu tergantung kepada metode yang digunakan dalam survei.

Kegunaan survei antara lain:

- (1) Untuk memperoleh fakta dari gejala yang ada;
- (2) Mencari keterangan secara faktual dari suatu kelompok, daerah dsb;
- (3) Melakukan evaluasi serta perbandingan terhadap hal yang telah dilakukan orang lain dalam menangani hal yang serupa;
- (4) Dilakukan terhadap sejumlah individu / unit baik secara sensus maupun secara sampel;
- (5) Hasilnya untuk pembuatan rencana dan pengambilan keputusan.