

## ABSTRAK

**Rima Dyah Hayu Astuti. 211186. Analisis Kinerja PDAM Kudus dalam Mempertahankan Pelanggan Perspektif Ekonomi Syariah. Skripsi. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Program Studi Ekonomi Syariah (ES).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis analisis kinerja PDAM Kudus dalam mempertahankan pelanggan perspektif Ekonomi Syariah berdasarkan laporan hasil audit kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Kudus.

Jenis penelitian adalah penelitian *field research*, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Analisis kinerja PDAM kudus dalam mempertahankan pelanggan dapat dilihat menggunakan lima aspek. Pertama, *customer retention* yang menunjukkan sejauhmana perusahaan dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDAM Kudus cukup baik dalam mempertahankan pelanggannya, terbukti dari kenaikan jumlah pelanggan dan peningkatan jumlah pelanggan yang bertahan. Kedua, *customer acquisition*, hasil penelitian menunjukan bahwa *customer acquisition* PDAM Kudus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukan bahwa kinerja PDAM Kudus berhasil menarik pelanggan baru. Ketiga, pangsa pasar PDAM Kudus adalah warga yang kesulitan memperoleh sumber air minum di wilayahnya, Jumlah penduduk yang terlayani tahun 2015 sebanyak 185.504 jiwa atau 23,59% dari jumlah penduduk di wilayah administratif. Keempat, tingkat kepuasan konsumen, hubungan PDAM Kudus dengan pelanggan tergolong baik meskipun tidak menutup kemungkinan masih terdapat pelanggan yang belum puas terkait permasalahan misalnya rekening yang tiba-tiba tinggi, air yang kurang lancar dan lainnya. Kelima, Layanan purna jual PDAM Kudus yang merupakan kecepatan penanganan keluhan maupun pengaduan pelanggan serta sejauh mana perusahaan memberikan pelayanan purna jual kepada pelanggannya.

Kata Kunci : *Pengukuran Kinerja, Perspektif Pelanggan.*