

**ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI  
PENETAPAN HARGA PADA PERUSAHAN DAERAH AIR MINUM WAY  
RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh :**

**RAHMA FAMILY  
NPM 1816051030**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PENETAPAN HARGA PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM WAY RILAU WAY RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Rahma family**

Sejalan dengan perkembangan zaman, persoalan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan kualitas yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi penetapan harga yang digunakan perusahaan, dan apa saja keunggulan-keunggulan yang dimiliki perusahaan di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Kota Bandar Lampung. Jenis peniltian yang digunakan adalah deskriptif studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilaudan dokumentasi, wawancara dengan karyawan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga pada perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah keputusan yang dimiliki Wali kota Bandar Lampung dikarekan perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan ada empat indikator dalam penetapan harga perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Dan dalam proses keunggulan bersaing, keunggulan yang dimiliki perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah kualitas, kuantitas, kontinuitas. Hal tersebut yang mempertahankan keberlangsungan bisnis pada perusahan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

**Kata Kunci : strategi keunggulan bersaing, penetapan harga, PERUMDA**

## **ABSTRACT**

### **STRATEGY ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGE THROUGH PRICE SETTING IN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM WAY RILAU BANDAR LAMPUNG CITY**

**By**

**Rahma Family**

*In line with the times, the problems faced by the company in maintaining the quality of the company in the face of competitors. This study aims to explain how the pricing strategy used by the company, and what advantages the company has in PDAM Way Rilau, Bandar Lampung City. The type of research used is descriptive case study with a qualitative approach. Data analysis was carried out with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data collection techniques were carried out by means of observation at the Way Rilau PDAM company and documentation, interviews with company employees. The results of this study indicate that the pricing strategy of the PDAM company is a decision owned by the Mayor of Bandar Lampung because the PDAM company is one of the Regional Owned Enterprises (BUMD) and there are four indicators in determining the price of the PDAM company. And in the process of competitive advantage, the advantages possessed by PDAM companies are quality, quantity, continuity. This is what maintains business continuity at the PDAM company.*

**Keywords: competitive advantage strategy, pricing, PERUMDA**

**ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI  
PENETAPAN HARGA PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
WAY RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**RAHMA FAMILY**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

Judul Skripsi

: **ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING  
MELALUI PENETAPAN HARGA PADA  
PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM WAY  
RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Rahma Family**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1816051030**

Program Studi

: **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komisi Pembimbing

**Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B.**  
NIP 19800117 200312 1 002

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

**Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.**  
NIP 19740918 200112 1 001



**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B.**



**Penguji I : Dr. Maulana Agung, S.Sos., M.A.B.**



**Penguji II : Deddy Aprilani, S.A.N., M.A.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
**NIP 19610807 198703 2 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 November 2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung, maupun diperguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 30 November 2022  
Yang Membuat Pernyataan,



Rahma Family  
NPM 1816051063



## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rahma Family, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 27 April 1999, Putri ketiga dari pasangan Bapak Zunafiah dan Ibu Istianah. Penulis memiliki dua kakak perempuan dan satu adik perempuan dan satu adik laki-laki bernama Anggun Aprina Sari, Sindy Mallyanti, Afina Ulfami dan yang terakhir M. Baha Udin Ramadhan Syah. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 5 Gedung Air Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama SMP Wiyatama Bandar Lampung, Lulus pada tahun 2015, dan melanjutkan Sekolah Menengah Atas ke SMA Negeri 9 Bandar Lampung. Lulus pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada 2018 dalam program Strata Satu (S1) melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Hadi Mulyo Barat, Kota Metro Pusat, selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian ke masyarakat. Selama menempuh perkuliahan di Universitas Lampung penulis merupakan sekretaris Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis bidang Kreativitas dan Teknis pada tahun 2020-2021. Penulis juga mengikuti organisasi Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung sebagai anggota pada bidang usaha. Selanjutnya penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan MBKM di Perusahaan Derah Air Minum Way rilau Kota Bandar Lampung selama 6 bulan pada Agustus 2021 sampai Januari 2022.



## **MOTTO**

"Dia yang pergi untuk mencari ilmu pengetahuan, dianggap sedang berjuang di jalan Allah sampai dia kembali."

(HR. Tirmidzi)

"Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (nikmat) kepadamu, namun jika kamu mengingkari (nikmat-ku), maka sesungguhnya azab-ku sangatlah pedih."

(QS.Ibrahim:7)

"Kebaikan seorang ayah lebih tinggi dari pada gunung dan kebaikan seorang ibu lebih dalam dari laut"

(Unknown Person)

"Barang siapa yang melepaskan kesusahan seorang mukmin dari kesusahan-kesusahan dunia, maka Allah SWT akan melepaskan kesusahannya dari kesusahan-kesusahan akhirat"

(HR. Abu Hurairah)

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT, dan dengan segala ketulusan serta kerendahan hati,

Sebentuk karya kecil ini ku persembahkan kepada:

Kedua orang tuaku tercinta papah Alm Zunafiah dan mamah Istianah yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang terbaik, pelukan terhangat, cinta kasih terbesar, tetesan keringat, dan tenaga pikiran yang tiada henti kalian berikan kepadaku, dalam setiap perjalanan hidupku. Serta selalu setia menunggu kabar gembira akan keberhasilanku dan selalu memotivasi diriku agar menjadi anak yang terbaik. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan kepadaku secara ikhlas dan tulus tanpa mengharapkan balasan sedikitpun.

Kepada kakak perempuanku dan adik-adikku Mb Leni, Mas Andi, Mb Anggun, Mb Sindy, Alfina, M.baha udin serta sanak saudara tersayang. Kalian merupakan orang-orang tersayang yang selalu ada menemaniku dalam keadaan apapun. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan kepadaku.

Kepada teman seperjuanganku di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, semoga ilmu yang diperoleh bermanfaat untuk agama, nusa dan bangsa.

Serta

**Almamaterku Tercinta, Universitas Lampung**

## SANWACANA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PENETAPAN HARGA PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM WAY RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan umur panjang, kesehatan, serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Puji syukur selalu kuperpanjangkan atas limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta yaitu Papah Zunafiah dan Mamah Istianah. Mah terimakasih ya sudah membesarkan ama dengan segala perjuangan dan pengorbanan mamah selama ini ama tahu pasti gak mudah bagi mamah untuk bertahan sampai saat ini tanpa seorang papah yang selalu membimbing kita, makasih ya mah udah bertahan sampai sekarang. Mamah pasti sering kecewa sedih, kesel ataupun marah sama ama tapi mamah bisa liat sekarang mah mamah berhasil membesarkan salah satu anak mamah sampai tahap ini walaupun sendirian. Semoga nanti ketika ama lulus bisa mengurangi beban mamah selama ini ya mah. Terimakasih atas perjuangan mamah selama ini, sekarang tugas ama yang berusaha untuk membahagiakan mamah, ama gk pernah berhenti berdoa sama allah untuk mamah. Mah rahma cuman minta 2 permintaan jaga kesehatan dan panjang umur. Semoga allah selalu melindungi kita semua, diberikan umur yang panjang, kesehatan, rezeki untuk kita semua Amin ya Rabbalalamin. Selanjutnya untuk papah. Pah terimakasih ya pah udah membesarkan ama, terimakasih untuk segala perjuangan papah selama ini. jujur pah berat banget rasanya menjalani hidup tanpa seorang papah, padahal dari dulu papah selalu mengajari ama mandiri tapi rahma belum bisa apa-apa sampai sekarang. Tapi ama janji pah bakalan berusaha menjadi yang terbaik untuk kedepannya, maafin ama ya pah masih suka nangis kalo keinget papah

doain rahma ya pah supaya bisa jadi orang sukses bisa bahagia mama, jinggo, mba anggung, mb indi, fami semuaanya dan buat papah bangga disurga. karena papah ama bisa berpendidikan tinggi, Karena papah rahma bisa ngerasain dunia kampus sampai sarjana sekarang. Pah rahma bangga banget punya orang tua seperti papah. kalau ada kehidupan selanjutnya ama mau jadi anak papah lagi, dan ama berharap papah mau berjanji bahwa kebersamaan kita akan lebih lama dibanding sebelumnya dan Semoga kita bisa berkumpul lagi menjadi keluarga yang utuh disurga. Amin ya Rabbalalaamin.

3. Saudara kandungku kakakku yang paling aku sayangi yaitu Anggun Aprina dan Sindy Mallyanti, terimakasih selalu menjadi pelindung adek adeknya selalu kuatin satu sama lain. Terimakasih juga untuk adik-adikku Baha Udin dan alfina. Terimakasih ndo udah jadi sosok pengganti papah selalu ingetin mba ama kalo salah buat fina kurang kurangin ngelawan ya terima kasih telah menjadi patner saudara yang baik.. Terimakasih untuk saudara kandungku tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan dan motivasi kepadaku. Semoga kita sukses terus agar bisa membahagiakan papah dan mamah. Untuk mba Leni mas Andi terimakasih ya untuk cinta dan kasih sayangnyanya selama ini.
4. Ibu Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian
5. Bapak Dr. Deddy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.



9. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Pembimbing utama yang telah menerima saya sebagai mahasiswa bimbingan bapak serta terimakasih karena telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran, memberikan arahan terbaiknya agar saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin serta membuat saya semangat dan terus memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi. Semoga bapak selalu di berikan kesehatan.
10. Bapak Drs. Dian Komarsyah D, M.S yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga akhir dalam setiap urusan perkuliahan. Semoga bapak selalu diberi kesehatan.
11. Bapak Dr. Maulana Agung S.sos., M.A.B. selaku Dosen Penguji pertama yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis serta telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu memberikan saran, kritik, dan masukan sehingga skripsi saya dapat diperbaiki lebih baik lagi demi kesempurnaan skripsi ini hingga akhir. Semoga bapak selalu di berikan kesehatan
12. Bapak Deddy Aprilani, S.A.N., M.A, selaku Dosen Penguji kedua saya yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu memberikan saran, kritik, dan masukan sehingga skripsi saya dapat diperbaiki lebih baik lagi demi kesempurnaan skripsi ini hingga akhir. Semoga bapak selalu di berikan kesehatan
13. Bapak dan Ibu Dosen beserta *Staff* Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
14. Keluarga besar Papah dan Mamah Terimakasih Pak cik Wan, tante Heni Om wahid, bude kalim dsb telah menjadi keluarga yang terus memberikan support terbaik bagi penulis.
15. Sahabat penulis sekaligus teman seperjuangan dalam hidup penulis selama

masa kuliah yaitu Salsabila Annisa, Intan Herlina, Claricha Ignes, Indah Istiqamah, Donna Valepi, Sayidatul Izza. Terimakasih untuk rangkaian canda dan tawa yang telah dilewati bersama-sama di bangku perkuliahan, Terimakasih telah menemani, memberikan banyak bantuan dan memberikan waktu terbaik selama penulis berada di bangku perkuliahan. Terimakasih atas berbagai dukungan dan menjadi tempat berkeluh kesah. Terimakasih kalian sudah menjadi bagian memberikan memori terseru dan menyenangkan beberapa tahun terakhir ini. Tetap menjadi pribadi yang membahagiakan kalian. Makasi gais.

16. Teman-teman Burons Squad yaitu Tessa, Linda, Indah syak, Diah, Dinda, Rezza. terimakasih selaku atas kebersamaan, canda tawa serta senyuman yang kalian berikan dalam masa perkuliahan ini. Terimakasih kita telah bersama-sama berposes dan memberikan semangat terbaik kita. Dengan kalian aku banyak belajar, pelajaran yang tidak aku dapatkan di bangku perkuliahan. Kita sama-sama mencapai tujuan kita hingga saat ini, dengan kalian aku tahu dunia pekerjaan magang selama 6 bulan lelah letih bersama-sama. Terimakasih kalian sudah menjadi bagian investasi memori terseru dan menyenangkan beberapa tahun terakhir ini. Tetap menjadi pribadi yang membahagiakan kalian. Semoga persahabatan kita tidak berakhir di masa kuliah. Sehat dan bahagia terus ya teman-teman hebatku. Kita tetap harus menjadi kaya raya yang baik hati lagi dermawan. Tetap menjadi orang-orang keren dan berubah menjadi yang terbaik dari diri kita masing-masing, dengan kalian aku selalu mendapatkan pencerahan ketika aku butuh saran, love you gais semoga kita bisa bertemu lagi dengan versi yang berbeda-beda.
17. Teman-teman seperjuangan, terimakasih, seluruh sobat ruang baca yaitu aa kium, Totok, aldy khfisar, Sarah, hafis, hapazah, dan seluruh keluarga besar jurusan ilmu administrasi bisnis angkatan 2018 atas hari-hari baik kita selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah menemani dan membersamai perjuangan untuk menempuh gelar sarjana, dimulai datang sepagi dan pulang seterakhir mungkin. Terimakasih atas lembaran cerita yang sudah kita lalui. Terimakasih sudah mau menemani dan meluangkan waktu untuk melakukan banyak hal

bersama-sama. Kita pasti akan bahagia dimasa depan dan menjadi pemilik usaha paling sukses di muka bumi ini.

18. Kepada teman-teman seperjuangan KKN yaitu tasya. Kak vando, mifta, riki, leo, ilma yang telah memberikan banyak pengalaman hidup dikampung orang lain belajar menjadi mandiri dan lebih bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah diberikan miss you gais, semoga kita di pertemukan lagi dengan versi yang terbaik.
19. Terimakasih kepada Teman rasa seperti keluarga yaitu Tessa. Terimakasih tes sudah memberikan motivasi saya untuk selalu bersemangat untuk mengerjakan apapun, terimakasih selalu ada saat dalam keadaan apapun. selalu berjuang bersama-sama walaupun kita sering betengkar tetapi sesungguhnya kita saling sayang, akhirnya kita bisa melewati masa-masa yang sulit sampai detik ini, semoga kita selalu menjadi patner yang terbaik dimuka bumi ini. kalau nanti saya tidak tinggal di Bandar Lampung lagi jangan rindu ya. Kamu tetap menjadi tujuan saya berkeluh kesah hehehe.
20. *My Biggest Happiness*, Song Jong-ki dan Ji-cang Wook sebagai pemberi kebahagiaan terbesar. Terimakasih untuk berbagi kebahagiaan bersama walaupun dilihat orang lain terkesan biasa saja. Tetapi peran yang kalian tampilkan mampu memiliki *impact* besar didalam hidup penulis. Terimakasih telah menemani penulis ketika lelah mengerjakan skripsi membuat mood membaik seketika dengan munculnya kalian
21. Terimakasih untuk patner ribut saya Dedi kurniawan terimakasih untuk segala perjuangannya selama ini atas suportnya walaupun tiap hari tak pernah berhenti dari kata ribut tetapi kita saling menyayangi semoga allah selalu mendengar doa baik-baik kita Amin.
22. Terimakasih untuk pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti. Terimakasih atas doa dan dukungannya hingga saat ini. Semoga Allah S.W.T membalas kebaikan kalian. Serta Almamaterku tercinta, Universitas Lampung yang telah memberikan banyak sekali pengalaman arti hidup yang sesungguhnya.

23. Terimakasih untuk diri sendiri yang telah bertahan sampai detik ini permasalahan dan cobaan bermacam-macam bisa di lalui sampai sekarang selalu merasa kuat untuk segala apapun. Terimakasih Rahma Family perjuangan paling keren dan pengorbanan sisi terbaik untuk tetap bertahan. Kamu layak mendapatkan seluruh kebahagiaan di muka bumi ini, harus selalu ingin belajar belajar dan belajar dalam segala hal agar selalu berguna untuk orang lain dan sekitar

Bandar lampung, 20 November 2022  
Penulis

Rahma Family



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Latar Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Latar Manfaat Penelitian.....	16
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Mengenai Strategi Harga .....	17
2.2 Metode Penetapan Harga .....	20
2.3 Strategi Penyesuaian Harga .....	21
2.4 Tinjauan Mengenai Penetapan Harga Mempengaruhi Penciptaan Keunggulan Bersaing.....	22
2.5 Penelitian Terdahulu .....	24
2.6 Kerangka Fikiran .....	29
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian .....	32
3.2 Sasaran Penelitian .....	33
3.3 Lokasi Penelitian .....	33
3.4 Sumber Data .....	34
3.5 Jenis Data.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	40
3.8 Teknik Analisis Data .....	40
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Hasil Analisis Data .....	52
4.3 Pembahasan .....	63
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Tarif Harga Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.....	4
Tabel 1.2 Tarif Harga Tengki Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau ...	5
Tabel 1.3 Tarif Harga Air Bersih Tanpa Tengki Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau .....	6
Tabel 1.4 Biaya Pemasangan Bor .....	8
Tabel 1.5 Biaya Pemasangan Sumur Bor .....	9
Tabel 1.6 Biaya Pemasangan Sumur Bor .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Narasumber Wawancara .....	37
Tabel 4.1 Tarif Harga Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau SR.....	53
Tabel 4.2 Harga Air Bersih Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.....	53
Tabel 4.3 Tarif Harga Air Bersih Tanpa Tengki Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau .....	54
Tabel 4.4 Tahapan Penyambungan Baru Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan .....	4
Gambar 2.1 Roda Strategi Bersaing .....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	43
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan .....	44
Gambar 4.3 Surat Keputusan Wali Kota Bandar Lampung .....	55
Gambar 4.4 Promosi Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.....	58
Gambar 4.5 Jumlah Sumbangan Aktif Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau .....	60
Gambar 4.6 Jumlah Pemakaian Air Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau .....	60

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

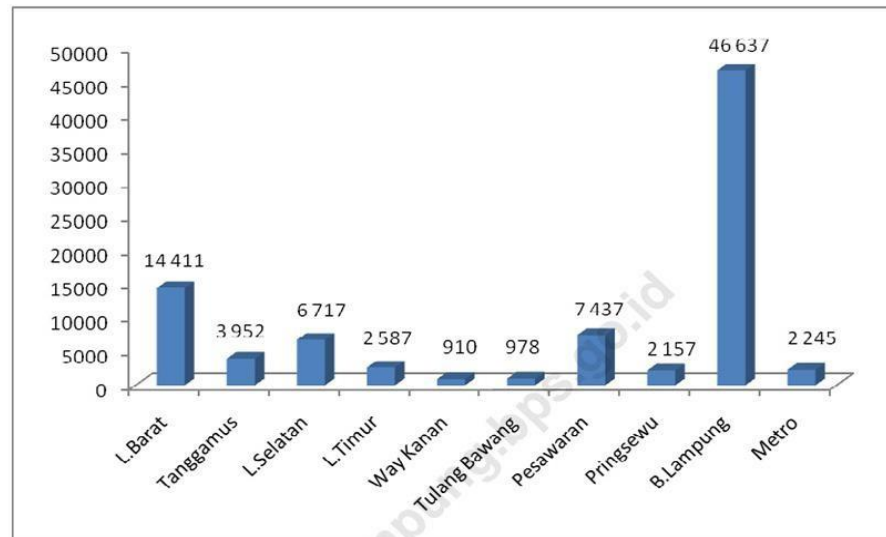
Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau kota Bandar Lampung merupakan perusahaan milik daerah yang bergerak bidang distribusi air yang tugas dan fungsinya salah satunya adalah pengadaan air bersih bagi masyarakat. Masyarakat membutuhkan air dan negara memfasilitasinya, dengan demikian maka terjadilah suatu hubungan hukum antara masyarakat yang memerlukan air dengan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Peristiwa tersebut adalah terjadinya hubungan jual beli antara keduanya yang bersangkutan yaitu masyarakat dan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau yang akan terwujudnya dalam layanan pengairan air ke rumah rumah penduduk.

Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau sudah berdiri sejak zaman pemerintahan belanda yaitu sejak tahun 1917, pada 11 Maret 1976 berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau dengan dikeluarkan peraturan daerah (PERDA) Nomor: 02 Tahun 1976, yang mengatur tentang pendirian Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Kotamadya daerah Tingkat II Tanjung Karang Teluk Betung dan merupakan salah satu badan usaha milik Daerah Kota Madya Tingkat II Tanjung Karang Teluk Betung.

Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau didirikan bertujuan untuk yaitu mewujudkan dan meningkatkan pelayanan umum dalam memenuhi kebutuhan air minum serta memperoleh pendapatan yang wajar agar perusahaan mampu mengembangkan diri sesuai dengan fungsinya, selain itu menyelenggarakan pemanfaatan umum yang dapat dirasakan oleh masyarakat Dengan tujuan tersebut Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau mempunyai jumlah pelanggan bawah



ini adalah jumlah masyarakat yang menggunakan air bersih di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.



**Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan**

*Sumber : Badan statistik provinsi lampung 2020*

Dapat di lihat pada tabel diatas jumlah pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau sendiri terbagi menjadi 3 kategori yaitu, rumah tangga, sosial, dan lainnya (instansi pemerintah, niaga, industri, Khusus). Tercatat 88.031 pelanggan dengan 991,92% adalah pelanggan rumah tangga dengan jumlah 80.920 pelanggan di tahun 2020. Dari total pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau, lebih dari 50% adalah pelanggan perusahaan air bersih di Kota Bandar Lampung yakni sebanyak 46.637 pelanggan, pelanggan perusahaan air kedua terbesar adalah di kabupaten lampung barat sebanyak 14.411 pelanggan atau sebanyak 16% lebih, sedangkan yang paling sedikit berada di kabupaten way kanan sebanyak 910 pelanggan atau sebesar 1,03%.

Jumlahnya air bersih yang disalurkan oleh perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau keseluruhan pelanggan pada tahun 2020 tercatat sebanyak 17,17 juta m<sup>3</sup> atau mengalami penurunan sekitar 1,01 juta m<sup>3</sup> atau sebanyak 5,56% jika dibandingkan dengan tahun 2019 yakni sebanyak 18,18 juta m<sup>3</sup>, hal ini

disebabkan adanya kebocoran pada pipa penyaluran air bersih lebih dari separuhnya (55,44%) disalurkan perusahaan air bersih di Kota Bandar Lampung.

Apabila dilihat menurut kategori pelanggan, air bersih yang disalurkan terbanyak adalah untuk pelanggan rumah tangga yang mencapai 14,48 juta m<sup>3</sup> atau 84,37%, jika dibandingkan dengan pelanggan rumah tangga yang berjumlah 80.920 maka rata-rata air minum yang disalurkan perusahaan air bersih tahun 2020 mencapai 178,98 m<sup>3</sup> per pelanggan rumah tangga, (Statistik & Lampung, n.d.).

Dari data jumlah pelanggan diatas menjelaskan juga bahwa Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau mempunyai beberapa produk yang akan di berikan kepada masyarakat seperti air bersih reguler, air bersih KPBU, dan air bersih berbentuk tangki, air bersih regular adalah air bersih yang digunakan pelanggan untuk kebutuhan sehari hari berbeda dengan air bersih KPBU yaitu air bersih yang tersedia untuk langsung di minum tanpa di proses terdahulu, produk tersebut baru di terbitkan pada tahun 2018 tetapi di pasarkan oleh perusahaan pada tahun 2020 selain itu ada produk air bersih berbentuk tangki, tangki air adalah sebuah kontainer untuk menyetor air. Tangki-tangki air dipakai untuk menyediakan penyetor air untuk dipakai dalam banyak pemakaian air minum, pertanian irigasi, pemadaman api, dan kebutuhan rumah tangga ataupun reseller yang menjual air minum.

Dari berbagai macam produk yang di pasarkan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau tersebut pasti tentunya mempunyai Tarif harga yang berbeda-beda. Tarif harga air bersih di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilauditetapkan oleh Wali Kota Bandar Lampung Nomor: 36 Tanggal 07 tahun 2018 tentang penetapan tarif air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau, ada beberapa macam aspek aspek yang ditentukan dalam penentuan tarif harga di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau maka memungkinkan adanya perubahan pada penentuan harga dalam perubahan tersebut hanya bisa di lakukan oleh Wali kota Bandar Lampung. Berikut adalah tarif harga Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau sesuai dengan kelompok pelanggan

**Tabel 1.1 Tarif Harga Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau**

No	KELOMPOK PELANGGAN	KODE	TARIF AIR MINUM	
			(Rp.) 0 – 10 M3	> 10 M3
<b>A</b>	<b>KELOMPOK I</b>			
1	Sosial Umum (SU)	S1	1.500	3.700
2	Sosial Khusus (SKh)	S2	1.600	3.700
<b>B</b>	<b>KELOMPOK II</b>			
1	Rumah Sederhana (RS)	R1	3.700	5.100
2	Rumah Tangga Menengah (RTM)	R2	3.700	5.200
3	Kantor Instansi Pemerintah dan TNI/POLRI di tingkat Kecamatan dan Kelurahan di Tingkat I / Pusat dan Kabupaten Kota	KP	3.700	5.300
4	Niaga Kecil (NK)	N1	3.700	5.400
5	Niaga Khusus (Nkh)	N2	3.700	5.600
6	Industri Rumah Tangga (IRT)	I1	3.700	5.700
<b>C</b>	<b>KELOMPOK III</b>			
1	Rumah Mewah (RM) dan Zona Air Minum (ZAM)	R3	5.200	6.700
2	Niaga Besar (NB)	N3	5.200	7.500
3	Industri (I)	I2	5.200	7.600
<b>D</b>	<b>KELOMPOK KHUSUS</b>			
1	Tarif Berdasarkan Kesepakatan			

*Sumber: Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau*

Tabel 1.1 merupakan harga tarif Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau yang digunakan oleh konsumen yang berlangganan pemasangan air bersih sambungan rumah, niaga kecil, niaga besar dan social MBR dan KPBU. Walaupun Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau mempunyai beberapa kriteria golongan tertentu tetap saja volume air yang diberikan perusahaan kepada pelanggan tetap sama, namun yang membedakannya adalah melihat dari kriteria pelanggan dan juga jumlah kubik pemakaian air bersih yang digunakan oleh pelanggan. Tarif harga tersebut adalah tarif harga yang dikeluarkan oleh perusahaan yang diputuskan oleh Wali kota Bandar Lampung yang sebagai Pembina di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau, Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau

**Tabel 1.2 Biaya Administrasi Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau**

No	JUMLAH DIAMETER	TARIF HARGA ADMINISTRASI
1.	Diameter 0,5	Rp. 10.000,-
2.	Diameter 1	Rp. 58.000,-
3.	Diameter 2	Rp. 162.000,-
4.	Diameter 3	Rp. 184.000,-
5.	Diameter 4	Rp. 232.000,-
6.	Diameter 5	Rp. 397.000,-

*Sumber: Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau*

Tabel 1.2 merupakan harga tarif Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau yang dimulai dari diameter 0,5 dengan harga administrasi Rp.10.000, pada diameter 1 tarif harga Rp.58.000 dilanjut diameter 2 dengan harga Rp.162.000 pada diameter 3 diharga dengan Rp.184.000 diameter 4 harga Rp.232.000 dan terakhir diameter 5 seharga Rp.397.000, dari 6 diameter tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai diameter maka semakin tinggi harga biaya pengeluarannya. yang digunakan oleh konsumen yang berlangganan pemasangan air bersih pada perusahaan. selain harga tersebut perusahaan memiliki produk air bersih berbentuk tangki di bawah ini adalahh tarif harga tangki pada Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

**Tabel 1.3 Tarif Harga Tengki Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau**

NO	JARAK ANTAR	SOSIAL	RUMAH TANGGA	NIAGA KECIL	INDUSTRI/NIAGA BESAR
1.	RADIUS A	Rp. 85.000	Rp. 90.000	Rp. 110.000	Rp. 120.000
2.	RADIUS B	Rp. 95.000	Rp. 110.000	Rp. 125.000	Rp. 135.000
3.	RADIUS C	Rp. 110.000	Rp. 120.000	Rp. 135.000	Rp. 150.000
4.	RADIUS D	Rp. 120.000	Rp. 130.000	Rp.150.000	Rp. 170.000
5.	RADIUS E	Rp. 130.000	Rp. 140.000	Rp.160.000	Rp. 180.000
6.	RADIUS F	Rp. 140.000	Rp. 150.000	Rp. 170.000	Rp. 190.000

*Sumber:Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Way Rilau*

Tabel 1.3 merupakan tarif harga air tengki perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Bandar Lampung di keluarkan pada tanggal 12 febuari 2013 harga tersebut di putuskan juga oleh Wali kota Bandar Lampung, menghitung biaya tersebut dihitung dari jarak jauh dekat konsumen dan kantor Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Radius adalah bagian nama tempat atau wilayah seperti kelurahan. RADIUS A yaitu wilayah (kelurahan sumur putri, kelurahan sukrame, kelurahan gotong royong, kelurahan negeri ulok gading, kelurahan kuripan, kelurahan durian payung, kelurahan talang).

RADIUS B yaitu bagian wilayah (kelurahan ketugahan, kelurahan kota karang, kelurahan kangkung, kelurahan bumi waras, kelurahan pecoh raya, kelurahan sawah brebes, kelurahan kupang raya, kelurahan pahoman, kelurahan gunung sari,



kelurahan pasir gantung, kelurahan bakung, kelurahan tanjung raya, kelurahan perwata, kelurahan pesawahan, kelurahan kota baru) RADIUS C yaitu bagian wilayah ( kelurahan sukamaju, kelurahan garuntang, kelurahan sukaraja, kelurahan tanjung gading, kelurahan kedamaian, kelurahan gunung sulah, kelurahan tanjung baru, kelurahan jagabaya I, kelurahan jagabaya II).

RADIUS D yaitu di bagian wilayah (kelurahan sukabumi indah, kelurahan kedaton, kelurahan sepang jaya, kelurahan gedung meneng, kelurahan ketapang, kelurahan way luni, kelurahan kali balok, kelurahan labuhan ratu, RADIUS E yaitu di bagian wilayah (kelurahan way camp. Raya, kelurahan, way laga. Kelurahan sukabumi, kelurahan tanjung seneng, kelurahan labuhan dalam, kelurahan rajabasa jaya) RADIUS F bagian wilayah (kelurahan way laga, kelurahan panjang utara, kelurahan panjang selatan, kelurahan way kandis, kelurahan sukarama I, kelurahan harapan jaya) semakin jauh RADIUS maka semakin tinggi biaya yang akan di keluarkan oleh konsumen. Tidak hanya itu perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau juga menyediakan air bersih tanpa tangki dengan di kenakan biaya seperti berikut:

**Tabel 1.4 Tarif Harga Air Bersih Tanpa Tengki Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau**

No	KELOMPOK PELANGGAN	TARIF HARGA TAMPAN TENGKI
1.	Terminal Air Sosial	Rp. 10.000,-/M3
2.	Rumah Tangga	Rp. 15.000,-/M3
3.	Niaga Kecil	Rp. 20.000,-/M3
4.	Niaga Besar	Rp. 25.000,-/M3

*Sumber: Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau*

Tabel diatas merupakan tarif harga air bersih yang tidak menggunakan tengki jadi perusahaan hanya menyediakan air bersih, mobil tengki di disediakan oleh konsumen itu atau menggunakan kendaraan sendiri, air bersih tanpa tangki tersebut di bagi menjadi beberapa bagian yaitu seperti kelompok pelanggan terminal, rumah tangga, niaga kecil, niaga besar bagian-bagian tersebut

mempunyai harga yang berbeda-beda, air bersih tanpa tengki dihitung permeter kubik M3. Tarif harga tengki dan tanpa tengki itu sudah termasuk biaya pengiriman maka dari itu konsumen atau pelanggan tidak perlu membayar jasa ongkos kirim.

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur unsur lainnya menghasilkan biaya banyak . Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dengan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan Lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Ada beberapa faktor untuk mengetahui tentang menetapkan suatu harga gunakan nya untuk mengetahui situasi pasar, permintaan dan persaingan, biaya, strategi bauran pemasaran, harapan perantara, faktor faktor lingkungan makro (social, ekonomi, budaya, dan politik), dan aspek manajerial organisasi atau perusahaan.

Keunggulan bersaing adalah keunggulan mengenai bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijaksanaan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Ada dua strategi bersaing „generik“ untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu biaya rendah dan diferensiasi. Setiap perusahaan memiliki para-pesaing yang membuat perusahaan harus memiliki daya mempertahankan keunggulan bersaing tentang dengan mempertahankan tersebut berhubungan dengan kualitas produk dan pelayanan maka dari itu perusahaan harus mempunyai strategi bagaimana menghadapi para pesaing.

Berkaca pada kondisi dengan persaingan usaha yang sangat ketat dalam industry sumber daya air bersih di Bandar Lampung, hal ini secara langsung membuat Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau untuk menerapkan strategi bersaing yang tepat dalam pengelolaan bisnisnya. Strategi bersaing memandang perusahaan sebagai suatu rangkaian proses yang saling berkaitan serta mencoba menjelaskan bagaimana perusahaan tersebut dapat berkembang dan sukses

dalam menghadapi kondisi lingkungan saat ini. Konsep strategi akan memberikan petunjuk bagi para manager untuk menghadapi perubahan yang terjadi baik dalam lingkungan eksternal maupun internal perusahaan itu sendiri.

Melihat semakin tingginya persaingan dalam industry air bersih maka banyak faktor yang harus di tentukan oleh perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilausalah satunya dalam mempertimbangkan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat maka perusahaan harus bisa menentukan harga dengan melihat pesaing-pesaing yang ada , maka terjadilah pengaruh yang sangat besar untuk perusahaan mencapai memenagkan keunggulan bersaing melalui penentuan harga. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian. Analisis strategi keunggulan bersiang melalui penentuan harga pada perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilaukota Bandar Lampung.

Adapun salah satu pesaing air bersih pada perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau yang lumayan di gunakan oleh masyarakat yaitu seperti sumur bor. Sumur bor adalah salah satu proses penggalian tanah yang dilakukan agar bisa mendapatkan sumber mata air yag berada dalam tanah. Dengan memanfaatkan sumur bor bisa mendapatkan sumber air sendiri di rumah Anda secara gratis tanpa harus membayar biaya penggunaan setiap bulannya. Biaya yang harus Anda keluarkan hanyalah biaya untuk menggali sumur di rumah Anda, biaya listrik pompa air setiap bulannya dan biaya perawatan pompa di rumah. Dibawah ini adalah rata-rata biaya pemasangan sumur bor belum termasuk dengan material atau properti lainny pada kota Bandar Lampung

**Tabel 1.5 Biaya Pemasangan Sumur Bor**

<b>Kedalaman</b>	<b>Diameter</b>	<b>Harga</b>
30 meter	4 ke 2 inch	Rp. 4.500.000
40 meter	4 ke 2 inch	Rp. 6.000.000
50 meter	4 ke 2 inch	Rp. 7.000.000
60 meter	4 ke 2 inch	Rp. 8.000.000

*Sumber: jasakeliling.com/2019/08.*

Keterangan diatas merupakan harga jasanya saja, material disediakan oleh customer. Lingkup pekerjaan mencakup pengeboran, pemasangan casing, dan instalasi pompa. Harga khusus Bandar Lampung, Gedong Tataan, Gading Rejo, Pringsewu, Kelebihan kedalaman dikenakan biaya Rp 150.000 per meter. Dibawah ini adalah rata-rata biaya pemasangan sumur bor yang sudah dalam paket di kota Bandar Lampung:

**Tabel 1.6 Biaya Pemasangan Sumur Bor**

<b>Kedalaman</b>	<b>Diameter</b>	<b>Harga</b>
30 meter	4 ke 2 inch	Rp. 8.000.000
40 meter	4 ke 2 inch	Rp. 11.000.000
50 meter	4 ke 2 inch	Rp. 13.350. 000
60 meter	4 ke 2 inch	Rp. 15.600.000

*Sumber: jasakeliling.com/2019/08.*

Keterangan Harga pada table diatas meliputi jasa dan material. Jasa meliputi : pengeboran, pemasangan casing, dan instalasi pompa. Material meliputi : jet pump 250 / 500 watt, pipa casing, pipa hisap, sock, dan knee. Pipa PVC menggunakan Wavin tipe AW. Jet pump menggunakan merek Wasser, Shimizu, atau yang setara. Tambah kedalaman dikenai biaya Rp 300.00 per meter. Dibawah ini adalah rata-rata biaya pemasangan sumur bor belum dengan pompa air di Way Rilau kota Bandar Lampung:

**Tabel 1.7 Biaya Pemasangan Sumur Bor**

<b>Diameter</b>	<b>Harga permeter</b>
4 inch	Rp. 150.000 – Rp. 250.000
5 inch	Rp. 350.000 – Rp. 500.000
6 inch	Rp. 600.000 – Rp 700.000

*Sumber: jasakeliling.com/2019/08.*

Keterangan tabel di atas Harga diatas belum termasuk pompa air seharga Rp 600 ribu – Rp 2 juta, pompa semi jet pump Rp 600-800 ribu, atau pompa jet pump dengan harga Rp 1,8 juta – Rp 2 juta. Dari table harga di atas menunjukkan bahwa tarif harga pemasangan sumur bor merupakan harga yang termasuk tinggi. Dibandingkan dengan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau, bahwa sumur bor memiliki harga tinggi di awal sedangkan di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki harga yang rendah tetapi bersifat angsuran perbulannya, dengan hal tersebut menjelaskan bahwa menggunakan air sumur cukup lumayan baik tetapi mengeluarkan banyak sekali biaya yang di keluarkan saat pembuatan sumur bor memakan banyak tenaga listrik, kelebihannya sumur ialah tidak membayar uang iuran untuk perbulannya sehingga pengguna merasa aman hanya melakukan pembayaran diawal. Tetapi dengan adanya pemasangan sumur bor memiliki bahaya-bahaya bagi pemasang sumur bor untuk jangka kedepannya

Bahaya nya pemasangan atau pembuatan sumur bor adalah eksplotasi yang besar dari tanah sehingga menimbulkan rongga besar dari perut bumi rongga ini terciptanya akibat kekurangan air pada tanah lebih cepat dan pengisian kembali. Melihat dari banyaknya kejadian yang saat ini terjadi mengenai air Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau dan sumur bor menurut pandangan peneliti bahwa setiap perusahaan memiliki keunggulannya dan kekurangan masing-masing tetapi dapat dilihat dari pengaruh kelebihannya lebih fokus perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki keunggulannya jangka pendek dan memiliki produk air bersih yang memiliki kualitas air yang jernih bersih dan memiliki produk air yang langsung siap minum dan dalam segi pelayanan perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau melakukan yang terbaik seperti ada keluhan tentang permasalahan meteran air perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau langsung memperbaiki masalah tersebut. Tidak perlu memikirkan ada akibat dan bahaya untuk kedepan nya yang akan terjadi seperti bahaya pada pemasangan sumur bor.

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur unsur lainnya menghasilkan biaya banyak . Harga adalah unsur bauran

pemasaran yang paling mudah disesuaikan dengan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan Lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Ada beberapa faktor untuk mengetahui tentang menetapkan suatu harga gunanya untuk mengetahui situasi pasar, permintaan dan persaingan, biaya, strategi bauran pemasaran, harapan perantara, faktor faktor lingkungan makro (social, ekonomi, budaya, dan politik), dan aspek manajerial organisasi atau perusahaan.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan harus menetapkan suatu harga yang secara normal agar seluruh masyarakat kalangan apapun bisa mendapat dan merasakan kebutuhan mereka. Sudut pandang pemasaran, harga merupakan ukuran atau nilai dari barang atau jasa yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Lane (2007) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga juga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011). Sedangkan Saladin (2007) menjelaskan harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan kekonsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya. Penentuan harga produk merupakan strategi kunci yang harus dilakukan setiap produsen, dan harga jual suatu produk mempengaruhi persaingan pasar, harga juga mempengaruhi pendapatan dan laba bersih sebuah usaha (Nikmah, 2021).

Strategi harus dirumuskan untuk merebut keuntungan promosi dari perubahan tingkat harga lama atau sebaliknya mencegah perubahan oleh para penjual lagi (resellers). Dalam proses penentuan harga, alat- alat analitis yang diambil dari

ilmu ekonomi dan akunting adalah sangat berguna, tetapi jika tidak berhasil, pertimbangan yang bijaksana, pengalaman dan intuisi adalah vital, karena penentuan harga ini lebih banyak merupakan seni dari pada ilmu (Stewart H. Rewold, 1991). Semetara itu dari sudut pandangan konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga atau dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{manfaat yang dirasakan}}{\text{Harga}}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Keunggulan bersaing adalah keunggulan mengenai bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijaksanaan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Ada dua strategi bersaing “generik” untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah ialah kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien dari pada pesaingnya. Diferensiasi kemampuan tersebut menyediakan nilai unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewaan atau ciri-ciri khusus atau layanan purna- jual. Strategi-strategi ini disebut generik karena perusahaan dengan jenis dan ukuran dan bahkan organisasi non profitpun dapat menggunakannya.

Keunggulan kompetitif adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan (Russel & Millar, 2014) dalam (Herman, 2018) Indikator keunggulan bersaing : Keunikan produk, Kualitas Produk, Harga Bersaing.

Ada dua strategi '*generik*' untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu: biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah adalah kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien dari pada pesaingnya. Diferensiasi, di lain pihak adalah kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewahan atau ciri-ciri khusus atau layanan purna jual. Strategi-strategi ini disebut generic karena perusahaan dengan jenis dan ukuran apapun bahkan organisasi non profit dapat menggunakannya.

Berawal dari ide yang diperoleh dari hasil pengamatan di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau merupakan salah satu perusahaan yang membangun keunggulan bersaing melalui strategi penetapan harga, walaupun perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah perusahaan Monopoli yang didukung penuh oleh pemerintah daerah yaitu Wali kota Bandar Lampung dikarenakan perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah salah satu perusahaan BUMD, meskipun perusahaan merupakan perusahaan Monopoli namun Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau harus tetap memiliki strategi bersaing karena tidak menutup kemungkinan kedepannya perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki pesaing dibidang yang sama.

Untuk mencegah adanya kesalahan persepsi di dalam memahami judul penelitian, maka perlu dijelaskan konsepsi teoritis tentang judul yang di angkat



dalam penelitian ini. keunggulan bersaing adalah keunggulan mengenai bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijaksanaan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. berdasarkan hasil observasi awal di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Bandar Lampung mengenai tentang tarif harga yang dipasarkan oleh perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau kepada masyarakat Bandar Lampung ada beberapa keluhan tentang tingginya tarif harga yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dari data permasalahan di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki kategori atau kelas untuk pelanggan yaitu Reguler, MBR dan KPBU. Reguler pun dapat terbagi menjadi tiga bagian yaitu R1,R2,R3. R1 dikategorikan dari keadaan rumah papan, R2 dapat di kategorikan keadaan rumah tangga dan usaha serta R3 dapat dikategorikan rumah mewah, MBR sendiri untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah, serta KPBU sebagai air dengan kualitas yang paling baik sesuai dengan kualitas yang didapat maka KPBU memiliki harga paling tinggi dari pada golongan lainnya. Hal ini dapat membantah atas pernyataan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki harga tinggi dengan faktanya perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau memiliki kategori tarif harga dari yang paling rendah atau murah dan yang paling tinggi sehingga semua golongan masyarakat Bandar Lampung dapat menggunakan produk Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

Dengan penjelasan diatas peneliti ingin fokus tentang bagaimana strategi perusahaan dalam penetapan harga pada harga tarif produk perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau dan apa saja keunggulan-keunggulan yang di miliki perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau untuk mempertahankan perusahaan dari para pesaing-pesaing yang menjual air bersih, Karena ada beberapa pesaing perusahaan-perusahaan swasta yang menjual air bersih berbentuk maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau dalam menghadapi permasalahan tersebut dan ingin mengetahui apa saja indikator dalam penetapan harga yang dilakukan perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

Biasanya konsumen yang akan membeli jasa atau barang yang di tawarkan pasti akan membanding-bandingkan harga, memilih layanan yang terbaik dan memilih penyedia jasa atau barang di lengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap dengan serta promosi yang memiliki kelebihan tersendiri. Melalui penelitian ini peneliti akan memperdalam lagi tinjauan mengenai bagaimana strategi perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau dalam menghadapi para pesaing melalui penetapan harga . Berdasarkan diatas , penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul : ***ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PENENTUAN HARGA PADA PERUSAHAAN DAERAH (PERUMDA) AIR MINUM WAY RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG.***

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi penetapan harga di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau?
2. Apa saja indikator yang dapat mempengaruhi penetapan harga pada Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui strategi perusahaan dalam melakukan penetapan harga terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan Daerah Air Minum (PERUMDA) Air Minum Way Rilau
2. Mengetahui indikator yang dapat mempengaruhi penetapan harga pada Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Way Rilau.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis:

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan dan memperluas kajian ilmu di bidang pemasaran, khususnya strategi pemasaran dalam keunggulan bersaing.

## 2. Manfaat Praktis:

Peneliti ini nanti hasilnya dapat:

### A. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami tentang harga dan kualitas pelayanan, serta sebagai bahan pertimbangan dalam rangka memperbaiki kelemahankelemahan yang ada.

### B. Bagi Pihak Terkait

Dapat menambah cakrawala keilmuan tentang Strategi penetapan harga. Dan Diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Mengenai Strategi Penetapan Harga

#### 2.1.1 Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu unsur dari pemasaran hampir semua perusahaan mendasarkan harga produk pada biaya produksi, tenaga kerja, iklan, kemudian menambahkan persentase tertentu agar mereka bisa memperoleh keuntungan, menurut (Mumuh Mulya *INA-Rxiv 2019*) harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran ( *marketing mix* ) harga merupakan salah satu unsur yang paling kritis dari strategi pemasaran suatu perusahaan. Harga penting bagi pemasar, karena dari hargalah pendapatan dan keuntungan perusahaan diperoleh sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat di pertahankan.

Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, karena elemen-elemen lainnya hanya menghasilkan biaya. Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel yang dapat cepat diubah. Harga produk tidak begitu saja dapat di tetapkan. Apabila harga ditetapkan terlalu tinggi , bisa jadi membuat jumlah penjualan menurun. Namun apabila harga ditetapkan terlalu rendah , bisa jadi tidak menutup sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Untuk itu dalam menentukan harga produk , pemasar memerlukan suatu strategi tertentu, langkah penentuan kebijakan harga, dimulai dengan pemilihan tujuan penetapan harga, mempekirakan demand/penawaran , mengestimasi biaya, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing, memilih metode harga, dan akhirnya memilih harga final.

### **2.1.2 Pentingnya Keputusan Harga**

Harga menjadi perhatian utama dari manajer pemasaran modern. Perhatian yang lebih besar barang kali ditujukan pada alat-alat bukan harga untuk memperoleh pembeli. Harga produk tidak begitu saja dapat di tetapkan. Apabila harga ditetapkan terlalu tinggi , bisa jadi membuat jumlah penjualan menurun. Namun apabila harga ditetapkan terlalu rendah, bisa jadi tidak menutup sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Untuk itu dalam menentukan harga produk, pemasar memerlukan suatu strategi tertentu, langkah penentuan kebijakan harga, dimulai dengan pemilihan tujuan penetapan harga, mempekirakan demand/penawaran, mengestimasi biaya, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing, memilih metode harga, dan akhirnya memilih harga final

### **2.1.3 Tujuan Penetapan Harga**

Setiap kemungkinan harga akan memiliki pengaruh yang berbeda pada berbagai tujuan seperti laba, pendapatan penjualan, dan pangsa pasar. Apabila bertujuan ingin memaksimalkan laba, perusahaan dapat menetapkan harga tinggi, namun jika ingin mendapatkan pangsa pasar yang cukup luas, perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah.

Sebuah perusahaan dapat menginginkan satu atau lebih dari beberapa tujuan berikut melalui kebijakan penetapan harganya:

1. Mempertahankan kelangsungan hidup (*survival*). Apabila perusahaan menemui masalah kelebihan kapasitas produksi, tingkat persaingan yang semakin tinggi, atau perubahan keinginan konsumen, maka cenderung akan menentukan harga rendah. Perusahaan menetapkan harga dengan mempertimbangkan pengeluaran biaya dan laba yang diinginkan. Sepanjang harga masih bisa menutup sejumlah biaya tetap dan variable telah yang dikeluarkan, maka perusahaan akan tetap dapat bertahan.
2. Mengejar keuntungan (*profit oriented*). Perusahaan dapat menentukan harga yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

3. Pertumbuhan penjualan yang maksimum. Perusahaan perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah pada pasar sasaran untuk meningkatkan jumlah penjualannya.
4. Merebut pangsa pasar (*market share*). Perusahaan dapat menentukan harga yang rendah untuk menarik lebih banyak konsumen dan merebut pangsa pasar pesaing.
5. Mendapatkan *return on investment* (ROI) atau pengembalian atas modal. Perusahaan dapat menentukan harga yang tinggi jika ingin menutup biaya investasi dengan cepat.
6. Kepemimpinan kualitas produk (*product quality leadership*). Perusahaan yang ingin menjadi pemimpin kualitas produk dipasar, dapat menetapkan harga akan kualitas produknya dengan menggunakan slogan '*it's a Sony*', berani menetapkan harga yang tinggi pada produknya
7. Tujuan social. Organisasi nir-laba dan organisasi public mengadopsi sejumlah penetapan harga yang lain. Sebuah lembaga pendidikan yang berusaha menutup sebagian biaya tetap mengandalkan sumbangan dari publik untuk menutup sebagian biaya lainnya.

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, tujuan-tujuan diatas memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang di tempuh perusahaan dalam menetapkan posisi relatifnya dalam persaingan. Misalnya, pemilihan tujuan laba mengandung makna bahwa perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing.

Pilihan ini dapat di terapkan dalam 3 kondisi, yaitu:

- a) Tidak ada pesaing
- b) Perusahaan beroperasi pada kapasitas produksi maksimum.
- c) Harga bukanlah merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

Berbeda dengan tujuan laba, pemilihan tujuan volume dilandaskan pada strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan. Sedangkan tujuan strabilisasi didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan, dalam tujuan volume dan strabilisasi perusahaan harus dapat menilai tindakan pesaing-

pesaingnya. Tujuan berorientasi pada citra, perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau dengan jalan melayani segmen pasar khusus.

## **2.2 Metode Penetapan Harga**

Menurut Fandy tjiptono 2014 secara garis besar metode penetapan harga dapat dikelompokkan empat kategori, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba dan berbasis persaingan.

### **2.2.1 Penetapan Harga Berbasis Permintaan**

Metode ini lebih menekankan harga pada fakto-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka/tidak suka dari konsumen. Metode ini mengabaikan faktor-faktor yang biasanya mempengaruhi permintaan seperti biaya, laba dan persaingan, permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya. 1. Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), 2. Kemauan pembeli untuk membeli, 3. Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, 4. Manfaat produk bagi konsumen.

### **2.2.2 Penetapan Harga Berbasis Biaya**

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan, harga di tentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu, sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba. Metode ini terdiri dari:

1. *Standard markup pricing* (standard imbuhan harga) adalah harga ditentukan dengan jalan menambahkan presentasi tertentu dari biaya pada semua item dalam sebuah kelas produk.
2. *Cost plus percentage of cost pricing* (tambahan presentase biaya dari harga biaya) banyak perusahaan manufaktur, arsitektural menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi.

### 2.2.3 Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Metode ini terdiri dari:

- 1) *Target profit pricing* (penetapan harga laba) umumnya berupa ketetapan atas besarnya target laba tahunan yang dinyatakan secara spesifik.
- 2) *Target return on sales pricing* (penetapan target pengembalian dari penjual) dalam metode ini, perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu terhadap volume penjualan.

### 2.2.4 Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari:

- 1) *Costumory pricing* (harga biasa) metode ini digunakan untuk produk yang harganya ditentukan oleh faktor seperti tradisi, saluran distribusi, atau faktor persaingan lainnya.
- 2) *Loss leader pricing* (penetapan harga penglaris) metode ini perusahaan menjual harga produk dibawah biayanya. Produk penglaris biasanya dijual dengan dasar persediaan terbatas, misalnya hanya berlaku selama persediaan masih ada.
- 3) *Sealed bid pricing* (harga penawaran tertutup) metode ini menggunakan sistem penawaran harga dan biasanya melibatkan agen pembelian.

Dalam model tersebut dibahas 1) berbagai pengaruh dan kendala yang perlu di perhitungkan dalam penetapan harga dan 2) langkah-langkah proses penetapan harga.

## 2.3 Strategi Penyesuaian Harga

Perusahaan biasanya menyesuaikan harga dasar mereka untuk memperhitungkan perbedaan pelanggan dan perubahan situasi, Menurut Uswatun Hasanah 2016 strategi penyesuaian harga terhadap kualitas produk strategi harga dan kualitas digunakan sebagai strategi menghadapi pesaing dalam pasar. Keseimbangan akan

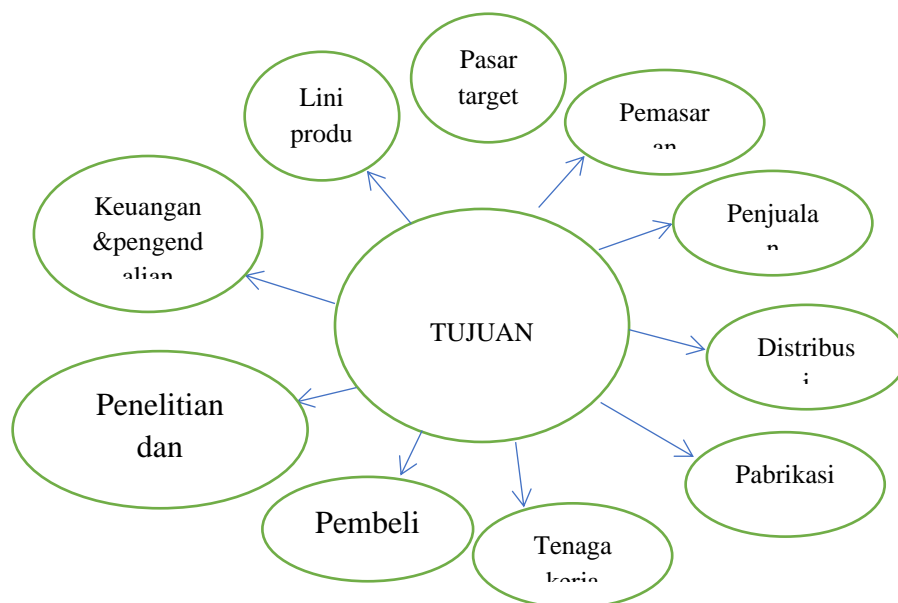


terjadi bila harga dan kualitas sama dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika berbisnis agar tidak ada pihak yang dirugikan. Oleh karena itu mekanisme pasar harus diciptakan sedemikian rupa agar tidak menimbulkan malapetaka.

## **2.4 Tinjauan Mengenai Penetapan Harga Mempengaruhi Penciptaan Keunggulan Bersaing**

### **2.4.1 Strategi Bersaing**

Menurut Muhammad Bukhori Dalimunthe (2017:20) keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor. Adapun indikator keunggulan bersaing dikembangkan dari beberapa ahli, yaitu harga bersaing, kemampuan manajemen, keuntungan, posisi dan tempat strategis. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan sampai mencapai tujuannya. Perusahaan-perusahaan mempunyai istilah yang berbeda untuk beberapa konsep yang digambarkan. Sebagai contoh perusahaan menggunakan istilah seperti “misi” atau “sasaran” sebagai pengganti istilah “tujuan” dan beberapa perusahaan menggunakan “taktik” sebagai pengganti “operasi” atau “kebijaksanaan fungsional”.



**Gambar 2.1 Roda Strategi Bersaing**

*Sumber:* Stewart H. Rewold, Strategi Harga Dalam Pemasaran.

Roda strategi bersaing, adalah suatu alat untuk menggambarkan aspek aspek pokok dari strategi persaingan perusahaan dalam satu halaman. Dipusat roda adalah adalah tujuan-tujuan perusahaan, yang merupakan definisi secara luas mengenai bagaimana perusahaan ini ingin bersaing serta sasaran-sasaran ekonomis dan ekonomisnyayang spesifik. Jari-jari roda adalah kebijakan-kebijakan operasi pokok dengan mana perusahaan berusaha mencapai tujuan-tujuan perusahaan tersebut. Di bawah tiap-tiap judul pada roda tercantum suatu pernyataan ringkas mengenai kebijakan operasi kunci dalam fungsional tersebut yang harus diturunkan dari kegiatan-kegiatan perusahaan.

Dalam hal tersebut tergantung pada sifat bisnisnya, manajemen dapat lebih atau kurang spesifik alam menegaskan kebijakan-kebijakan operasi pokok ini, sekali disebutkan, konsep strategi kemudian dapat digunakan untuk menuntun perilaku keseluruhan dari perusahaan. Seperti roda, jari-jari (kebijakan) harus memancar dan mencerminkan pusatnya (tujuan), dan jari-jari harus di hubungan satu sama lain karena jika tidak, roda tidak akan berputar. roda bersaing harus berputar sesuai tujuannya agar suatu perusahaan dapat mengembangkan dan memajukan tujuan dan sasaran tersebut.

### **2.4.2 Dimensi-dimensi strategi bersaing**

Strategi perusahaan untuk bersaing dalam suatu industry dapat berbeda-beda dalam berbagai macam cara. Tetapi dimensi-dimensi strategi dibawah dibawah ini umumnya meliputi perbedaan-perbedaan yang mungkin ada diantara pilihan strategis suatu perusahaan dalam suatu industry tertentu yaitu: spesialisasi, identifikasi *merk*, dorong versus tarik, seleksi saluran, mutu produk, kepeloporan teknologis, *integrasinya vertikal*, posisi biaya, pelayanan, kebijaksanaan harga, daya kekuatan, hubungannya dengan perusahaan induk, hubungannya dengan pemerintah sendiri dan asing. Pokok perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. Walaupun lingkungan yang relevan sangat luas meliputi kekuatan-kekuatan sosial sebagaimana juga kekuatan-kekuatan ekonomi, aspek utama dari lingkungan perusahaan adalah industri atau industry-industri dalam mana perusahaan tersebut bersaing.

### **2.4.3 Strategi penetapan harga untuk membentuk pangsa pasar**

Strategi ini dilaksanakan dengan jalan menetapkan harga rendah untuk produk baru. Tujuannya adalah untuk meraih pangsa pasar yang besar, sehingga perusahaan mampu memiliki keunggulan biaya dan pasarnya tidak dapat dikuasai oleh pesaing, dasar pemikiran strategi ini adalah asumsi mengenai ampak pangsa pasar terhadap strategi penetapan harga. Pangsa pasar yang semakin besar atau pengalaman yang semakin banyak mengarah pada biaya yang semakin rendah. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengupayakan agar produk-produknya ini mungkin bisa meraih pangsa pasar yang besar. Persyaratan yang perlu dipenuhi dalam strategi adalah:

- 1) Sumber daya yang cukup untuk bertahan pada kerugian operasi awal yang akan ditutupi kemudian melalui skala ekonomis.
- 2) Pasar yang *sensitive* terhadap harga
- 3) Pasar luas
- 4) Elastisitas permintaan tinggi

#### 2.4.4 Keunggulan Biaya

Menurut Enog 2018: posisi biaya yang lebih rendah biasanya menetapkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi produk atau jasa pengganti, sehingga posisi biaya rendah dapat melindungi perusahaan dari lima kekuatan persaingan karena kekuatan tawar-menawar hanya akan terus mengikis laba sampai para pesaing mengalah. Dalam strategi keunggulan biaya, perusahaan berusaha menjadi produsen berbiaya rendah dalam industrinya. Perusahaan mempunyai cakupan pasar yang luas dan melayani banyak segmen industri, bahkan mungkin beroperasi dalam sejumlah industri yang berkaitan. Cakupan pasar yang luas sering kali penting untuk mencapai keunggulan bersaing dengan demikian, sumber utama nilai yang ditawarkan kepada konsumen melalui penerapan strategi ini adalah biaya rendah dari produk perusahaan tersebut.

#### 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu merupakan elemen penting dalam sebuah penelitian, agar dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki tujuan yang sama sehingga mempermudah penelitian yang bersangkutan, berikut tabel penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
1	Ningsih Kurniawati (2011)	Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Strategi Penetapan Harga di Resto Bakwan Bondowoso Surabaya	Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan

			<p>dapat pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai- nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. dijelaskan juga bahwasanya penetapan harga adalah proses yang dilakukan sebuah proses dalam menentukan seberapa besar income (pendapatan) yang akan diperoleh oleh perusahaan dari produk atau jasa yang</p> <p>Dihasilkan</p>
2	Hapsawati Taan 2017	Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing	Harga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran, selain

			<p>produk, distribusi, dan promosi, yang juga mempunyai peranan sangat penting bagi pemasaran untuk menjangkau pasar sasaran atau untuk menarik pembeli. Harga bermakna sesuatu bagi konsumendan bermakna sesuatu yang lain bagi penjual. Bagi konsumen, hal ini merupakan ongkos atau pengorbanan sesuatu. Bagi penjual, hal ini merupakan pendapatan, sumber utama laba. Persoalan kompleks selalu dihadapi oleh pemasar dalam upaya meetapkan harga untuk produknya</p>
3	Rahma Ngaisah (2020)	Analisis Penerapan Strategi Harga dan Diferefsiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing di Sekolah Alam Purwarkarta	<p>Hasil penelitian ini menjelaskan Keunggulan bersaing adalah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki</p>

			<p>perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik ialah kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan unggul dalam penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia dan sulit untuk diiru oleh pesaingnya.</p>
4	Hendri Herman 2021	Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Harga Pada UKM Kota Batam	<p>Hasi penelitian ini berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik. Semua bagian yang ada dalam</p>

			<p>organsiasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktifitas, dapat menjadi keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat dilanjutkan melalui penegakan halangan untuk masuk oleh pesaing potensial, seperti skala dan cakupan ekonomi, pengaruh kurva pengalaman atau pembelajaran, diferensiasi produk, persyaratan modal, dan biaya karena berpindahnya pembeli</p>
--	--	--	---

Ada beberapa peneliti yang mengakat judul tentang khusus strategi penentuan harga terhadap keunggulan bersaing dari sekian para penelitian yang mengakat judul tersebut peneliti hanya mengambil empat penelitian terdahulu sebagai acuan untuk mewakili hasil dari penelitian-penelitian tersebut yang sudah ada, jika bisa di lihat dari kesimpulan diatas strategi penentuan harga sangat berpengaruh dalam keunggulan bersaing, dan mendasari itu semua adalah perusahaan harus memberikan kualitas dan layanan dengan harga yang sesuai untuk para konsumen.

Dari peneliti peneliti yang sudah di uji kebanyakan dari mereka berfokus pada seberapa besar laba yang di dapatkan pada perusahaan, namun ada beberapa perbedaan pada peneliti di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi

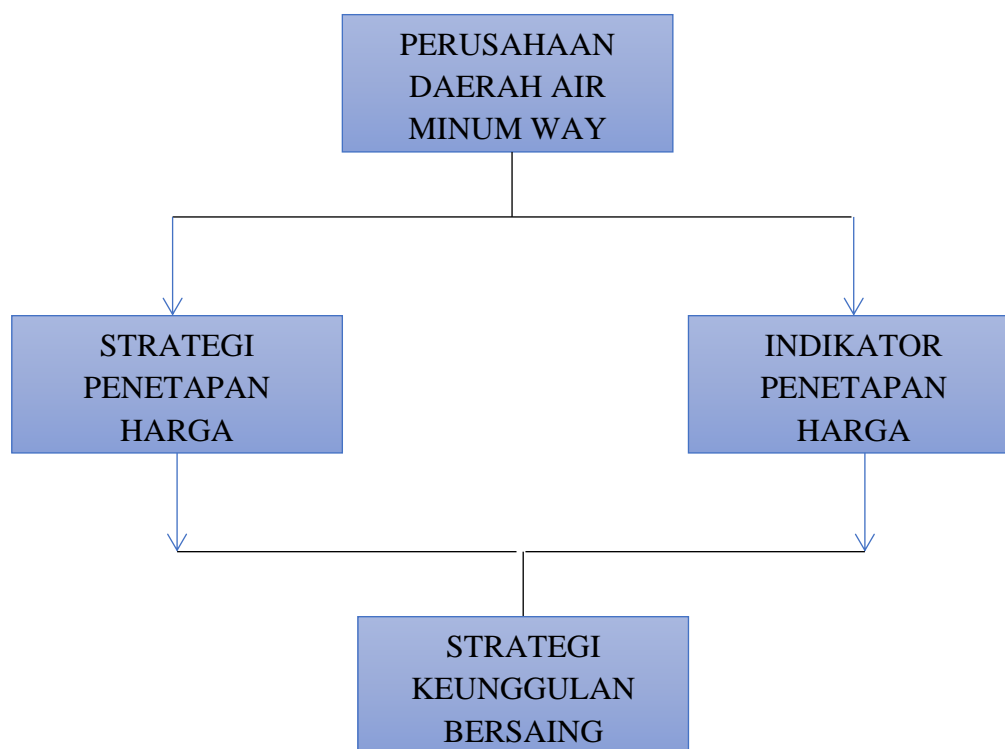


perusahaan dalam penentuan harga terhadap keunggulan bersaing walaupun perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau terkenal dengan harga yang lumayan tinggi tetapi perusahaan menjadikan produk yang sangat berkualitas dan menimbulkan banyaknya manfaat bagi para konsumen sehingga membuat konsumen merasa puas dengan mengeluarkan harga yang sesuai.

## **2.6 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran diterapkan sebagai dasar dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan untuk dalam penelitian ini. Dalam kerangka berfikir ini akan di jelaskan mengenai alur berpikir yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan ada banyaknya pesaing dalam mengembangkan bisnis perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang baik dalam melakukan bisnisnya strategi penentuan harga berkaitan dengan keunggulan bersaing, dengan begitu perusahaan wajib membuat bagaimana konsep atau gambaran dalam melakukan strategi yang baik dalam menentukan suatu harga agar membuat para konsumen puas akan menggunakan produk perusahaan maka dari itu akan timbul nama brand perusahaan yang baik.

Setiap perusahaan ingin selalu berkembang, perkembangan tersebut didukung dengan adanya strategi pemasaran yang modern teknologi yang canggih. Berdasarkan judul yang diteliti yaitu strategi penetapan harga terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi penetapan, harga, metode dan tujuan strategi keunggulan bersaing.



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**

*Sumber: diolah peneliti 2022*

Berdasarkan uraian gambar 2.1 Kerangka Pemikiran dapat dimunculkan proposisi penelitian yaitu objek penelitian dan subjek penelitian yang berkaitan dengan Metode Penentuan Harga Di Perusahaan Daerah Air Minum. Kerangka Pemikiran berawal dari adanya Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau sebagai objek penelitian, lalu dilanjutkan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yaitu tentang berbicara keunggulan bersaing dalam memiliki sumber daya yang beranekaragam, kualitas, dan persediaan/*volume* air yang cukup banyak, sehingga akan memperoleh keunggulan bersaing, berdasarkan sumber daya yang ada akan memenangkan persaingan. karena air yang segar dan bersih serta harga yang terjangkau akan lebih mudah terjual. Metode penentuan harga menggunakan metode gabungan *frivat value* dan *common value* hal ini selaras sebagai subjek dan landasan teori. Oleh karena itu, dalam kerangka pemikiran berupaya menggambarkan bagaimana proses penentuan harga dalam proses bisnis di tempat

Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Berdasarkan landasan teori yang telah disampaikan, fokus penelitian ini adalah untuk menemukan proses metode penentuan harga di tempat Perusahaan Daerah Air Minum Way RilauBetung Bandar Lampung melalui strategi keunggulan bersaing

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 , Tipe Penelitian**

##### **3.1.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari metode metode penelitian, ilmu tentang alat penelitian. Di lingkungan filsafat, logika, dikenali sebagai ilmu tentang alat untuk mencari kebenaran (Noeng Muhadjir,1991). Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain (Lexy J. Moleong, 2008).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini lebih bertujuan analisisnya terhadap fenomena yang akan diamati dengan menggunakan cara berfikir formal dan argumentatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dengan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya tentang obyek yang peneliti pada suatu masa atau saat tertentu sehingga lebih mudah menyajikan dan menganalisis secara sistematis dan akhirnya dapat dipahami dan disimpulkan (7 M. Manulang, 1999).

Didasari dengan permasalahan yang menarik, maka penelitian deskriptif kualitatif menjabarkan dan menggambarkan fenomena yang ada dalam perusahaan dengan maksud upaya yang telah ditata dengan metode ini akan dapat dengan mudah menjabarkan dan mendeskripsikan analitik sehingga menghasilkan bentuk laporan secara menyeluruh.

Cara tersebut merupakan upaya untuk menjabarkan secara meluas fenomena-fenomena terkait dengan upaya yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum

Way Rilau dalam membangun keunggulan bersaing melalui strategi penetapan harga. Data adalah kenyataan atau keterangan atau bahan dasar yang dipergunakan untuk menyusun hipotesa atau segala sesuatu yang akan diteliti. Dalam hal ini data yang diperoleh ialah profil Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilaulangkah- langkah strategi penetapan harga mempengaruhi keunggulan bersaing di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau.

### **3.2 Sasaran Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif adalah fokus penelitian atau fokus soal yang hendak di teliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi- dimensi apa yang hendak dijadikan bahan penelitian. Memfokuskan dan membatasi pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang akan dijawab dengan adanya pemfokusan dapat menghindari penyimpangan pengumpulan data dan hadirnya data yang sangat banyak.

Dengan adanya pembatasan dalam penelitian juga akan sangat membantu peneliti dalam mempercepat penelitian tanpa harus memilah data tidak penting yang cenderung sangat banyak apabila tidak dilakukannya pembatasan data, ini juga menjadi salah satu cara yang sangat baik dalam memfokuskan diri pada data yang ingin diteliti. Penelitian ini akan difokuskan untuk mengambil data berdasarkan dimensi strategi penentuan harga terhadap keunggulan bersaing. Jenis penelitian ini berupa penggambaran atas kejadian atau fenomena sesuai apa yang terjadi di lapangan atau perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis mengenai metode strategi keunggulan bersaing pada penentuan harga di perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau saat ini.

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian tempat dimana kita akan melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari obyek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Dengan penentuan lokasi penelitian yang di pikirkan

dengan baik dengan mempertimbangkan aspek subyektif dan obyektif dari sebuah data, tujuan serta manfaat ketika kita akan melakukan penelitian ini. Dan juga perlu memperhitungkan kesanggupan dalam keterbatasan geografis, biaya dan waktu yang akan dikeluarkan hal ini menjadi sangat penting dalam membantu peneliti mempercepat penelitiannya jika tidak ada kendala dalam segi aspek diatas. Peneliti memilih lokasi penelitian di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Bandar Lampung, peneliti memilih lokasi ini dikarenakan lokasi yang tidak terlalu jauh yang masih dalam jangkauan bandar lampung serta merupakan salah satu BUMD yang sangat tertarik untuk diteliti Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Way Rilau. Jln. P. Emir Moh. Noer No 11a. Sumur Putri, Kec. Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung)

### **3.4 Sumber Data**

Data merupakan suatu kumpulan yang terdiri dari fakta-fakta untuk memberikan gambaran yang luas terkait dengan suatu keadaan. Dan menurut para ahli data adalah kenyataan dan keterangan atau bahan dasar yang dipergunakan untuk menyusun hipotesa atau segala sesuatu yang akan akan diteliti (Pius A. Partanto, 1994). data penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai data-data yang hadir atau dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkapan narasi, dan gambar (Sutama, 2016:198).

### **3.5 Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2017) jenis data kualitatif adalah data yang berbentuk kata kalimat atau gambar. Dan data berdasarkan jenisnya dibagi menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

#### **3.5.1 Data primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran angket. Sasaran data pada data primer yaitu data yang ditemukan langsung oleh peneliti di lapangan (Sugiyono (2016: 225). Dalam khusus ini data yang akan di ambil adalah bagaimana strategi penetapan harga mempengaruhi terhadap keunggulan bersaing di perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way

Rilau dan apa saja dampak positif dan dampak negatif dari strategi penetapan harga di perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Data ini dapat diperoleh dengan melalui meminta keterangan- keterangan atau informasi kepada pihak yang bersangkutan yaitu kasubag HBL (hubungan langganan) dan kasubag perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau data tersebut merupakan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan melalui wawancara secara langsung.

### **3.5.2 Data skunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang akan diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. maka Hal tersebut berarti bahwa peneliti berperan sebagai pihak kedua, karena tidak didapatkan secara langsung. Menurut para ahli data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.( Sugiyono (2016: 225) Dalam kasus ini data yang dikumpulkan adalah metode yang di gunakan dengan perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Data yang dilakukan dari pihak lain. Tidak diperoleh peneliti dari subyek penelitian dan biasanya dari dokumentasi.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan bagian yang sangat urgen dari penelitian itu sendiri. Menurut Lofland dalam Moleong (2011) mengatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain lain. Berkaitan dengan hal ini jenis data di bagi jenis data di bagi kedalam kata- kata, tindakan sumber data tertulis, foto, dan lainnya. Data adalah bahan keterangan dalam suatu objek penelitian yang di peroleh. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan subyek yang diteliti. Ia harus mampu mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks sesungguhnya, harus dapat memfoto fenomena,

simbol tanda yang terjadi, dan dapat dapat merekam dialog yang terjadi. Peneliti tidak akan mengakhiri fase pengumpulan data sebelum ia yakin bahwa data yang terkumpul dari berbagai sumber yang berbeda dan terfokus pada situasi sosial yang diteliti telah menjawab tujuan penelitian dalam hal ini validitas, reliabilitas, dan triangulasi telah dilakukan dengan benar, sehingga ketepatan dan kredibilitas tidak diragukan lagi oleh siapapun, beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif sebagai berikut :

### **3.6.1 Metode Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah , artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang di wawancara. Menurut Hopkins, wawancara adalah suatu cara untuk mengetahui situasi tertentu di dalam kelas dilihat dari sudut pandang yang lain. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya- jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata- kata secara verbal. Teknik wawancara tau interview merupakan carayang digunakan untuk mendapatkan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan informen. Wawancara (Interview) yaitu melakukan tanya jawab atau mengkonfirmasi kepada sample peneliti dengan sistematis (struktur).

#### **1. Faktor-Fakor Yang Mempengaruhi Wawancara**

Ada empat faktor (Warwick-lininger, 1975) yang menentukan keberhasilan dalam perrcakapan tatap muka maupun percakapan melalui media, terlebih lagi jika percakapan tersebut menyangkut nilai dan moral, berikut keempat faktor dari wawancara:

##### **a. Pewawancara**

Beberapa karakteristik yang perlu dimiliki pewawancara iyalah, kemampuan dan keterampilan wawancara sebagai sumber informasi, kemampuan memahami dan menerima serta merekam hasil wawancara yang telah dilakukan, karakteristik



sosial pewawancara, rasa percaya diri dan motivasi yang tinggi, dan rasa aman yang dimiliki.

#### **b. Sumber Informasi**

Beberapa hal yang diperlukan dari sumber informasi yaitu, kemampuan memahami/menangkap pertanyaan dan mengolah jawaban dari pertanyaan yang diajukan pewawancara, karakteristik sosial, kemampuan untuk menyatakan pendapat, dan rasa aman.

#### **c. Materi Pertanyaan**

Pewawancara perlu menghayati berbagai faktor yang terdapat didalam materi pertanyaan sehingga memungkinkan wawancara berjalan dengan baik, berikut merupakan faktor yang penting dalam memahami isi/materi pertanyaan yaitu, materi pertanyaan hendaklah dalam ruang lingkup kemampuan sumber informasi, peneliti hendaklah menyadari sejak dini hal-hal yang menyangkut moral, agama, ras atau kedirian tiap sumber informasi yang mengandung sensitivitas keengganan untuk memberikan jawaban, oleh sebab itu jati diri, kemampuan, dan keterampilan peneliti diuji dan sangat diperlukan dalam membuat pertanyaan sehingga akan menghindari hal-hal yang akan menyinggung kedirian seseorang maupun orang lain

#### **d. Situasi Wawancara**

Dalam wawancara setidaknya ada empat kondisi yang perlu di perhatikan yaitu, waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan, keadaan lingkungan, dan sikap masyarakat. Keempat komponen tersebut saling berpengaruh dan berinteraksi, sehingga akan menunjang atau mungkin menghambat pencapaian tujuan wawancara.

**Tabel 3.1 Narasumber wawancara**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN</b>
1.	Yurita Sari S.sos	Kasubbag, hubungan langganan
2.	Ridho	Staf hubungan langganan
3.	Dwi aprilianti	Kasubbag administrasi perencanaan

*Sumber: data diolah oleh peneliti*

### 3.6.2 Observasi

Jika dilihat dari teknik pengumpulan data sebelumnya, data yang diambil hanyalah data yang mengungkapkan tingkah laku verbal (verbal behavior), tetapi kurang mampu mengungkap tingkah laku nonverbal. Salah satu teknik yang dapat dipergunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Apabila mengacu pada fungsi pengamatan dalam kelompok kegiatan, maka observasi dapat dibedakan dalam dua bentuk, yaitu:

- a. *participation observe*, yaitu bentuk observasi dimana pengamatan secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati.
- b. *Non-participation observe*, yaitu suatu bentuk observasi dimana pengamatan tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok, atau dapat juga dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamati.

Kunci keberhasilan observasi sebagai teknik pengumpulan data sangat ditentukan oleh pengamat sendiri, karena pengamat melihat, mendengar, mencium, atau mendengar suatu obyek penelitian atau kemudian menyimpulkan dari apa yang diamati. Apabila yang diamati ialah tingkah laku individu maka di perlukan pertimbangan manakah yang akan menjadi fokus dalam observasi tersebut. Simon dan Bayer mengemukakan kelas tingkah lakusebagai berikut :

- a. Afektif, berkaitan dengan aspek emosional dalam berkomunikasi, menerima, dan mempertimbangkan ide seseorang.
- b. Kognitif, berkaitan dengan komponensial, intelektual, dan berkomunikasi, salah satu kategori utama dalam tingkah laku kognitif adalah memberi data, meminta data, menjelaskan, merumuskan, dan memberikan pendapat.
- c. Psikomotor, difokuskan pada tingkah laku orang yang berkomunikasi, bukan pada kata-kata yang digunakan.
- d. Prosedur, rutinitas, dan kontrol, kategori difokuskan pada apa yang dibicarakan atau orang sedang membicarakan apa. Apakah individu itu siap bekerja, siap ikut serta, dan bagaimana dengan isi yang dibicarakannya.

- e. Lingkungan fisik observasi, dalam hal ini berkaitan dengan ruangan dimana observasi itu berlangsung serta tempat mencatat material spesifik yang digunakan.
- f. Struktur sosiologis, struktur ini di fokuskan pada “siapa sedang bicara kepada siapa”, yang diamati iyalah umur, jenis kelamin, ras, kepada apa dia tertarik dan sebagainya.
- g. Aktivitas, ketegori ini di fokuskan pada aktivitas dimana orang tertarik atau terikat, seperti membaca, melihat film, dan sebagainya.

Sistem khusus lainnya, mencangkup tingkah laku nonverbal, tingkah laku linguistik, tingkah laku khusus dalam dalam hubungan dengan keadaan disekitar individu, dan tingkah laku ekstra linguistik seperti kecepatan percakapan, kerasnya percakapan atau ejaan yang digunakan.

### **3.6.3 Dokumentasi**

Menurut Herdiansyah (2012) dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang tidak didapatkan dari proses wawancara, laporan kegiatan, panduan pelaksanaan, arsip-arsip, foto-foto, dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian. Data yang dikumpulkan dari dokumentasi merupakan data yang mendukung data sekunder dengan cara mengumpulkan data yang bersumber pada data-data tertulis, arsip maupun gambar yang berkaitan dengan penentuan harga dalam perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau

### **3.7 Teknik Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data dibutuhkan pemeriksaan keabsahan data, teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

Triangulasi dengan sumber. Denzim dalam (Moleong, 2011) membedakan tiga macam triangulasi yaitu:

1. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu merupakan triangulasi yang sering mempengaruhi kredibilitas data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu triangulasi dengan cara melakukan pengecekan data dari beberapa sumber lain dengan melakukan wawancara ke beberapa informan yakni dari pegawai Perusahaan daerah air minum Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau. Observasi yang dilakukan pada saat peneliti turun lapangan serta dokumentasi yang didapat perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses sistematis melacak dan mengatur catatan lapangan yang dikumpulkan dari wawancara observasi, dan sumber lain untuk memungkinkan penelitian melaporkan temuan mereka. Analisis data dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang dan Analisis data dilakukan selama proses pengumpulan dan setelah seluruh data data terkumpul dalam penelitian kualitatif, tahapan analisis data meliputi antara lain:

#### **1. Reduksi data (*Reduction Data*)**

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian, pada penyederhana, pengabstrakan dan informasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan. Dalam penelitian ini, penelitian melakukan reduksi data dengan cara data yang diperoleh dari lokasi penelitian kemudian akan dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan rinci. Laporan lapangan selanjutnya dirangkumkan, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

## 2. **Penyajian data (*Data Display*)**

Penyajian dilakukan untuk memudahkan bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini penyajian data diwujudkan dalam bentuk uraian, dan foto atau gambar sejenisnya.

## 3. **Penarikan kesimpulan (*concluting Drawing*)**

Dalam hal ini akan berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif. Akan tetapi dengan bertam.bahnya data melalui proses verifikasi secara terus-menerus maka akan diperoleh kesimpulan yang bersifat “grounded”, dengan kata lain setiap kesimpulan senantiasa terus dilakukan verifikasi selama penelitian berlangsung.

Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Penelitian ini penarikan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi, wawancara serta dokumentasi hasil penelitian. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian kualitatif analisis strategi keunggulan bersaing melalui penetapan harga pada perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau bahwa Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau bahwa dapat peneliti simpulkan bahwa keputusan penetapan harga ada padan Wali kota Bandar Lampung Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau . Dapat disimpulkan dibawah ini:

1. Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau berkomitmen kepada aturan aturan di berlakukan dengan memberikan produk yang berkualitas melalui uji lab dan uji lab dan uji standar perusahaan, memberikan perawatan dan pergantian peralatan jika terjadi kerusakan (disebabkan oleh alam) serta melakukan kegiatan yang melibatkan konsumennya secara langsung mulai dari bantuan kesehatan.
2. Indikator yang mempengaruhi penetapan harga di Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah memiliki harga yang keterjangkauan untuk para pelanggan, memiliki kesesuaian harga dengankualitas produk, memeiliki kesesuaian harga dengan manfaat,memiliki harga sesuai kemampuan atau daya saing.
3. Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan adalah yang bertanggung jawab Wali Kota Bandar Lampung dikarenakan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah milik BUMD yang di kelola oleh wali Kota Bandar Lampung, direksi perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum

Way Rilau hanya melakukan observasi tentang volume air yang disalurkan kepada pelanggan yang berhubungan dengan tarif harga setiap tahunnya, jika direksi Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau ingin merubah tarif harga perusahaan direksi harus membuat laporan kepada Wali Kota Bandar Lampung distujui atau tidaknya keputusan tersebut hanya Wali Kota Bandar Lampung yang dapat penetapan harga tersebut.

4. Walaupun Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau adalah salah satu Perusahaan Monopoli tetapi menurut perusahaan, perusahaan memiliki keunggulan-keunggulan yang belum tentu perusahaan lain bisa miliki dan perusahaan selalu yakin bahwa produk yang mereka berikan memiliki kualitas yang terjamin maka perusahaan selalu percaya bahwa mereka tidak memiliki pesaing.
5. Pada pembahasan dapat di simpulkan bahwa tarif harga sumur bor dan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Kota Bandar Lampung lebih rendah sumur bor tetapi bor memiliki kendala yaitu bahayanya pemasangan sumur dan jika terjadi kendala kerusakan sedikit saja maka akan terjadi menambahkan biaya

## **5.2 Saran**

Meskipun strategi yang di berikan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau sudah baik perusahaan tidak bisa santai dalam menghadapi pesaing-pesaing air bersih tersebut. Berdasarkan kesimpulan yang telah di jelaskan pada bagian sebelumnya, ada beberapa saran yang di berikan kepada perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Kota Bandar Lampung mengenai analisis strategi keunggulan bersaing dalam penetapan harga .

1. Perusahaan harus memperbaiki pelayanan terhadap konsumen, jika terjadi keluhan kepada konsumen Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau harus membuat pelayanan sebaik mungkin kalau terjadi keluhan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau harus mempunyai inisiatif atau kreativitas dalam memecahkan permasalahan tersebut, atas keluhan tersebut

pelanggan harus mendatangi kekantor terdahulu, pada zaman sekarang adalah zaman teknologi yang canggih bisa melalui smartphone untuk menghubungi pihak kantor Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau jika terjadi keluhan atau permasalahan perusahaan harus mempunyai sistem tentang pengaduan keluhan konsumen kepada perusahaan atau seperti aplikasi yang mempermudah pelanggan jika terjadi kendala pelanggan langsung melalui aplikasi tersebut tidak harus datang kekantor.

2. Walaupun Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau bisa di katakana aman dari pesaing. Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau harus memiliki strategi yang lebih kuat untuk menghadapi para pesaing karena semakin lama zaman berkembang maka semakin banyak pesaing-pesaing yang memiliki kreatifitas tak terduga. Maka dari itu perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau harus memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi agar selalu lebih unggul dari para pesaing-pesaing yang ada karena kita tidak tahu apakah kedepannya ada pesaing perusahaan yang memiliki usaha pada bidang yang sama.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikuntu.2016.Https://www.google.com/search?client=firefoxd&q=Menurut+Ari  
konto+%282012%29+subyek+penelitian+adalah. Diakses pada tanggal 19  
September 2019. Pukul 08.00
- Assuari. 2011. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Barner. 2011 *penerapan konsep resources based view (RBV)*. Jurnal ilmu  
administrasi.
- Chaninda. 2017. *Potensi Perikanan di Kotaagung*. Diterbitkan pada Tanggal 14  
Agustus 2017. Pukul 23:26 WIB. [https://kumparan.com/ranggie-annisaa-  
chaninda/potensi-perikanan-di-kotaagung-meningkat-pesat](https://kumparan.com/ranggie-annisaa-chaninda/potensi-perikanan-di-kotaagung-meningkat-pesat).
- Departemen Kelautan dan Perikanan. 2007. *Kajian Oprasional Tempat  
Pelelangan Ikan dan Kesejahteraan Nelayan*. Junal. ISSN (P) 1412-2200  
E-ISSN 2548-1851.
- Dewantoro. 2015. *Strategi Penetapan Harga pada PT Madubaru Bantul*. Jurnal.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tanggamus, 2018. *Produksi Kelautan  
dan Perikanan Tangkap Kabupaten Tanggamus Tahun 2013-2017*. Dinas  
Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tanggamus. Kabupaten Tanggamus
- Farid. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Ferreira. 2011. *Teori Resource Based View Pada ritel Minimarket terhadap  
Strategi dan Keunggulan Bersaing*. Jurnal riset ekonomi dan manajemen.
- Gallegati *et al.* 2011. *Buyer and seller behavior in fish markets organized as  
Dutch auctions: Evidence from a wholesale fish market in Southern Europe*.  
*Departament d'Economia*: jurnal Universitat de Girona, Facultat de  
Ciències Econòmic.
- Guntur. 2010. *Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamia  
Di Kota Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen
- Herdiansyah. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Herman, H. (2021). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Harga Pada Ukm Kota Batam. *Postgraduate Management Journal*, 1(1), 53-58.
- Kamaruddin. 2013. *penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sinar sakti*. Universitas ratulangi sam manado: Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis .
- Khotimah. 2014. *Pandangan Berbasis Sumber Daya (RBV) Dalam Pembahasan Organisasi Ekonomi*. Jurnal Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis.
- Kkp. 2018. *Produktifitas Perikanan Indonesia Pada Forum Merdeka Barat Kementrian Informasi Dan Informatika*. Jakarta: Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia
- Kotler & Amstrong. 2014. *Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamia Di Kota Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen
- Kotler dan Keller. 2009. *Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sinar sakti*. Universitas ratulangi sam manado: Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis.
- Machfoed. 2010. *Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamia Di Kota Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen
- Moleong. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Moray *et al.* 2014. *Penetapan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing pada UD Gladys Bakery*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Mulyadi. 2012. *Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sinar sakti*. Universitas ratulangi sam manado: Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis.
- Ningsih, K. (2011). *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Strategi Penetapan Harga Di Resto Bakwan Bondowoso Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)*.
- Ngaisah, R., Nurhayati, R., & Nurbaeti, A. (2020). Analisis Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 4(1), 11-21.
- Primyastanto. 2015. *Analisis pengaruh modal umur, jam kerja, pengalaman kerja, dan penddidikan terhadap pendapatan nelayan di kedongan: jurnal*

Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Rahmawati. 2009. *Ekonomi Makro Islam*. DIPA STAIN Kudus.

Rengkung. 2015. *Keuntungan Kompetitif Organisasi Dalam Perspektif Resources Based View (RBV)*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Sebelas Maret.

Satria. 2016. *Analisis pengaruh modal umur, jam kerja, pengalaman kerja, dan pendidikan terhadap pendapatan nelayan di kedongan*: jurnal Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Setiawan dan Fadila. 2012. *Tinjauan Atas Penetapan Harga Produk Peralatan Kesehatan Pada PT. Riva Utama*. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesehatan.

Soei et al. 2014. *Penentuan Harga Jual Prodak dengan menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada Ud. Sinar Sakti*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Sugiono.2012.<https://www.google.com/search?client=firefoxd&q=Menurut+Sugiyono+%282012%29+objek+penelitian+adalah>. Diakses pada tanggal 19 September 2019. Pukul 08:00

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha. 2010. *Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sinar sakti*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Taan, H. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 6(2).

Teniwut. 2016. *Analisis pengaruh modal umur, jam kerja, pengalaman kerja, dan pendidikan terhadap pendapatan nelayan di kedongan*: Jurnal Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Tresiana. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandar Lampung: Penerbit Lembaga Penelitian Universitas Lampung.

Wikipedia. 2019. *Pengertian Tempat Pelelangan Ikan (TPI)*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Tempat\\_pelelangan\\_ikan](https://id.wikipedia.org/wiki/Tempat_pelelangan_ikan). Diakses Pada  
Tanggal 10 September 2019.

Yudha, I. G. 2009. *Pemanfaatan pesisir dan laut untuk kegiatan budidaya perikanan berbasis ekosistem dan masyarakat*. Aquatic reasoursce.