

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan, maka penulis dapat membuat kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan bauran pemasaran 7P oleh PDAM Tirta Mayang terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan perluasan jangkauan distribusi. Dari aspek produk (product), PDAM mampu menawarkan air bersih yang telah memenuhi standar Kementerian Kesehatan dan melalui uji laboratorium berkala, sehingga menegaskan kualitas dan keamanan sebagai keunggulan kompetitif. Pada dimensi harga (price), tarif yang ditetapkan cenderung lebih ekonomis dibandingkan penyedia swasta, meskipun keterikatan pada regulasi pemerintah membatasi fleksibilitas dalam strategi harga. Dari sisi distribusi (place), layanan telah menjangkau 80% wilayah Kota Jambi, namun masih terkendala keterbatasan infrastruktur perpipaan yang membutuhkan investasi besar. Pada aspek promosi (promotion), strategi yang dijalankan cukup efektif melalui brosur, edukasi langsung, program diskon pada momen tertentu, serta rencana optimalisasi media sosial dan perekrutan tokoh masyarakat sebagai marketing freelance. Dimensi sumber daya manusia (people) menunjukkan peran penting staf dalam pemasaran door-to-door, meskipun peningkatan frekuensi dan kualitas pelatihan masih diperlukan. Dari segi proses (process), alur pelayanan relatif efisien dan sesuai SOP, tetapi konsistensi respon terhadap keluhan masih menjadi kelemahan. Sementara itu, bukti fisik (physical evidence) seperti aplikasi SI MAYANG menjadi inovasi penting dalam digitalisasi layanan, meskipun pemanfaatannya masih belum optimal di kalangan pelanggan;
2. Faktor utama yang mendukung peningkatan penjualan PDAM Tirta Mayang meliputi kualitas air yang memenuhi standar kesehatan, inovasi berbasis teknologi seperti aplikasi SI MAYANG dan nomor darurat, strategi promosi pada momen tertentu, kompetensi SDM yang terus ditingkatkan melalui pelatihan, rencana ekspansi distribusi hingga luar Kota Jambi, serta keterlibatan tokoh masyarakat dalam proses pemasaran. Faktor-faktor ini memperkuat daya

saing PDAM sekaligus menegaskan posisinya sebagai penyedia layanan publik yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat;

3. Di sisi lain, terdapat sejumlah kendala yang menghambat peningkatan penjualan, antara lain keterbatasan infrastruktur perpipaan di wilayah potensial, ketergantungan penuh terhadap regulasi pemerintah dalam penetapan tarif, ketidakkonsistenan dalam merespon keluhan pelanggan, promosi yang masih bersifat periodik, fluktuasi kualitas air terutama saat musim hujan atau perbaikan jaringan, serta rendahnya pemanfaatan layanan digital oleh sebagian pelanggan. Faktor-faktor penghambat ini berpotensi mengurangi kepuasan dan loyalitas pelanggan apabila tidak ditangani secara tepat dan berkelanjutan;
4. Pelanggan secara umum menyatakan cukup puas terhadap kualitas air dan pelayanan PDAM, namun mereka juga menaruh ekspektasi lebih tinggi seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern. Harapan tersebut mencakup konsistensi tekanan air terutama di jam sibuk, kecepatan dan keteraturan sistem notifikasi gangguan, peningkatan responsivitas dalam penanganan keluhan, serta penguatan layanan digital yang lebih user-friendly;
5. Secara keseluruhan, strategi pemasaran PDAM Tirta Mayang berbasis 7P telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan cakupan layanan. Namun, keberhasilan ini masih menghadapi tantangan signifikan terutama terkait keterbatasan infrastruktur, konsistensi pelayanan, dan digitalisasi layanan. Oleh karena itu, keberlanjutan pencapaian PDAM Tirta Mayang sangat bergantung pada sinergi antara manajemen internal, dukungan regulasi pemerintah daerah, serta partisipasi aktif masyarakat sebagai pengguna layanan. Kolaborasi ini diharapkan mampu memperkuat posisi PDAM Tirta Mayang sebagai BUMD yang tidak hanya menyediakan kebutuhan dasar masyarakat, tetapi juga menjadi institusi pelayanan publik yang profesional, inovatif, dan terpercaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran PDAM Tirta Mayang Kota Jambi melalui pendekatan bauran pemasaran

7P, dapat disampaikan beberapa saran yang bersifat konstruktif untuk pengembangan di masa mendatang. *Pertama*, bagi PDAM Tirta Mayang, diperlukan upaya yang lebih konsisten dalam menjaga kualitas air bersih dan stabilitas distribusinya. Hal ini perlu didukung dengan peningkatan infrastruktur perpipaan serta pemeliharaan sistem yang berkesinambungan. Selain itu, inovasi digital seperti aplikasi *SI MAYANG* perlu terus disempurnakan, baik dari sisi fitur maupun aksesibilitas, sehingga dapat memberikan kemudahan lebih besar bagi pelanggan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan rutin dalam bidang pelayanan pelanggan dan penguasaan teknologi juga menjadi langkah strategis agar perusahaan mampu menghadapi tuntutan era digital. *Kedua*, bagi Pemerintah Daerah Kota Jambi, dukungan regulasi yang adaptif sangat penting untuk memperkuat kinerja PDAM. Pemerintah daerah diharapkan tidak hanya berperan sebagai pengawas, tetapi juga sebagai fasilitator yang memberikan ruang fleksibilitas dalam kebijakan harga dan pembangunan jaringan distribusi. Kerja sama lintas sektor, termasuk dengan pihak swasta, dapat menjadi alternatif solusi dalam mengatasi keterbatasan modal dan mempercepat pembangunan infrastruktur air bersih.

Ketiga, bagi mitra strategis, seperti dunia usaha, lembaga pendidikan, maupun organisasi masyarakat, keterlibatan dalam program edukasi mengenai pentingnya konsumsi air bersih perlu lebih ditingkatkan. Dukungan dari berbagai pihak akan memperluas jangkauan promosi, menumbuhkan kesadaran masyarakat, sekaligus memperkuat citra PDAM sebagai penyedia layanan publik yang berkualitas. *Keempat*, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan ruang lingkup dan kedalaman analisis. Oleh karena itu, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan responden yang lebih beragam dari berbagai segmen pelanggan, serta menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih terukur, seperti analisis kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kajian komparatif dengan PDAM atau BUMD sejenis di daerah lain juga dapat dilakukan untuk menemukan praktik terbaik (*best practices*) yang relevan dan aplikatif bagi pengembangan strategi pemasaran di masa mendatang. Dengan adanya saran-saran tersebut, diharapkan PDAM Tirta Mayang mampu memperkuat

perannya sebagai penyedia layanan publik yang profesional, pemerintah daerah dapat meningkatkan dukungannya dalam penyediaan air bersih yang merata, mitra strategis dapat lebih aktif berkolaborasi, dan peneliti berikutnya dapat melanjutkan kajian yang lebih komprehensif untuk pengembangan ilmu pengetahuan sekaligus praktik manajerial di sektor pelayanan publik.

