

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

## Promosi Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru di Kanwil Pelayanan IV PDAM Kota Makassar

Eljihad Akbari Syukriah Mathory<sup>a</sup> dan Filsa Mutia Ikhwan<sup>b</sup>

<sup>a,b</sup> Politeknik STIA LAN Makassar

e-mail : <sup>a</sup> eljihad.asm@stialanmakassar.ac.id, <sup>b</sup> filsamutia2205@gmail.com

### Abstrak

Perumda Air Minum Kota Makassar melakukan promosi kepada masyarakat terkait layanan air bersih agar masyarakat lebih mengetahui kualitas serta manfaat yang diberikan, tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum berlangganan air bersih dikarenakan penghasilan rendah yang diperoleh masyarakat sehingga PDAM Kota Makassar mengeluarkan program cicilan pemasangan baru. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran model 4c sebagai solusi promosi program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV PDAM Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif ini menggunakan pengumpulan data melalui wawancara terstruktur, penyebaran kuisisioner, observasi dan dokumentasi kepada beberapa pihak yang terkait yang dapat membantu peneliti dalam proses penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan keempat unsur 4C yang digunakan yaitu *Customer*, *Cost*, *Convinience*, *Communication* bisa menjadi variabel tambahan dalam melaksanakan pengukuran promosi program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar karena keempat variabel memberikan dampak positif dalam hal ini melalui video promosi edukasi. Diharapkan program ini lebih sering dijalankan agar informasi yang dibutuhkan masyarakat bisa tersampaikan serta program cicilan pemasangan meteran baru juga bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

**Kata Kunci:** *Marketing 4C*, Video Promosi.

## *Promotion of New Meter Installation Program at PDAM Makassar City Regional Service IV Office*

### *Abstract*

*Makassar City Water Supply Perumda conducts promotions to the community regarding clean water services so that people are more aware of the quality and benefits provided, but there are still many people who have not subscribed to clean water due to the low income the community earns so that the Makassar City PDAM issued a new installation installment program. This study aims to provide an overview of the 4c model as a promotional solution for the installment program for the installation of a new meter at Regional Office Service IV PDAM Makassar City. The research method used in this research is descriptive qualitative. This qualitative descriptive approach uses data collection through structured interviews, distribution of questionnaires, observation and documentation to several related parties that can assist researchers in the research process. The results of this study indicate that the four 4C elements used, namely Customer, Cost, Convenience, Communication, can be additional variables in carrying out promotional measurements for the installation of a new meter installment program at the Regional Service Office IV of Perumda Water Supply, Makassar City because the four variables have a positive*

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

*impact in this case via video, educational promotion. It is hoped that this program will be carried out more frequently so that the information needed by the community can be conveyed and the installment program for installing new meters can also be better known by the wider community and can become a reference for further research.*

**Keywords:** *Marketing 4C, promotional videos.*

## A. PENDAHULUAN

Tiap daerah masing-masing memiliki perusahaan yang menangani layanan air bersih. Khususnya di Kota Makassar yang hanya memiliki satu perusahaan penyedia air bersih yang membuat kebutuhan masyarakat akan air bersih belum terpenuhi. Maka dari itu perusahaan air bersih di Kota Makassar selalu berusaha setiap harinya untuk memperbaiki layanan yang tersedia serta bisa menjangkau seluruh masyarakat untuk mendapatkan layanan air bersih. Perumda Air Minum Kota Makassar merupakan perusahaan daerah yang bertugas sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislatif daerah. Hal ini menjadikan peran maupun fungsi dari Perumda Air Minum Kota Makassar menjadi sangat penting terhadap kehidupan masyarakat.

Selain berlangganan air bersih, terdapat beberapa produk yang ada pada Kanwil Pelayanan IV yang beberapa diantaranya yakni melayani administrasi Buka Kembali, Tutup Langganan, Balik Nama, Ganti Meter, Perubahan Status, Pindah Aliran, Pelanggaran, Melakukan survei lapangan lokasi dan pengawasan pemasangan baru, memverifikasi kelengkapan berkas form PB sebelum diserahkan ke petugas survei PB, Pembuatan voucher pemasangan baru tunai & cicilan, menginput hasil survei PB dan mengurus administrasi atau keuangan pelaksanaan operasional lapangan PB, menghubungi calon pelanggan PB, menerima dan menginput form PB, mendistribusikan SPK (Surat Perintah Kerja)/ BA (Berita Acara) survei PB ke petugas survei PB, membuat laporan hasil Pemasangan Sambungan Baru.

Perumda Air Minum Kota Makassar umumnya juga memiliki kesulitan tersendiri

terkait biaya administrasi pemasangan meteran baru bagi calon pelanggan menengah kebawah. Dari beberapa kesulitan yang umumnya masih terjadi pada Perumda Air Minum Kota Makassar dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk berlangganan air bersih dan menjadi pertimbangan bagi calon pelanggan. Tetapi Perumda Air Minum Kota Makassar terus berusaha mengatasi kesulitan-kesulitan yang terjadi serta memperbaiki pelayanan produk yang ada. Salah satunya dengan adanya program cicilan pemasangan meteran baru bagi calon pelanggan menengah kebawah yang dimana program ini dapat memberikan kemudahan bagi calon pelanggan dalam biaya administrasi untuk berlangganan air bersih.

Dalam program promo penyicilan atau angsuran biaya administrasi pemasangan meteran baru masih ada beberapa hambatan, yakni cicilan ini bisa berlaku sesuai dengan SK yang berlaku dan pada saat HUT PDAM ataupun HUT Kota Makassar. Masih banyak masyarakat yang belum berlangganan juga dikarenakan tidak tersedianya jaringan pipa distribusi di lokasi masyarakat dalam hal ini masyarakat bisa menyurat melalui RT/RW setempat, kelurahan, dan pimpinan kecamatan serta pihak yang bersangkutan bermohon untuk permohonan pemasangan pipa distribusi. Permohonan ditujukan langsung kepada Direksi, lalu Direktur Utama disposisi ke bagian Rencana Teknik untuk dibuatkan anggaran pipa distribusi dan Tim Rentek akan mensurvei lokasi yang telah digambar. Selain itu hambatan dikarenakan kurangnya pasokan air, dan terkendala pada biaya. Dalam hal ini Direksi mengeluarkan SK terkait promo penyicilan/angsuran biaya administrasi pemasangan sambungan baru guna masyarakat menengah ke bawah yang belum berlangganan dapat berlangganan dengan biaya yang sudah bisa dicicil akan

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

memudahkan masyarakat untuk berlangganan air bersih. Dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut, pihak PDAM mengatakan bahwasanya mereka membutuhkan suatu video promosi mengenai program promo penyicilan/angsuran biaya administrasi pemasangan sambungan baru agar dapat memberikan pemahaman kepada setiap masyarakat bahwa dengan adanya program ini menjadi solusi bagi masyarakat menengah ke bawah untuk dapat berlangganan air bersih di PDAM. Promosi yang sebelumnya telah dilakukan pada Kanwil Pelayanan IV PDAM Kota Makassar seperti pembagian flyer. Promosi seperti ini dinilai kurang efektif karena masyarakat kurang tertarik jika hanya melihat informasi dengan cara membaca kalimat atau dari poster dibandingkan dengan mendengarkan dan melihat informasi melalui media audio visual (Nabilullah Alfatah, 2021).

Masyarakat semakin mudah untuk berkomunikasi satu sama lain, membaca berita terkini bahkan untuk mengekspos bagaimana kegiatan sehari-hari. Tentunya tidak lepas dari media-media sosial populer yang sampai saat ini makin digemari oleh semua masyarakat sesuai dengan keinginan, kebutuhan, kemudahan, serta fungsi yang didapatkan pada saat menggunakan media sosial tersebut (M Ivan Mahdi, 2022). Video promosi bertujuan untuk menonjolkan keunggulan suatu produk atau layanan dengan tagline yang singkat dan menarik (Indiyati dkk, 2020). Kemampuan media video dalam menyampaikan pesan cukup luas dibandingkan dengan media penerbitan lainnya seperti radio dan media cetak. Penelitian lain (Mathori, 2022) membuktikan bahwa video promosi dapat meningkatkan pengunjung Dewi Sri Waterpark. Video tidak hanya dapat ditayangkan di TV, tetapi juga diunggah ke berbagai situs web, sehingga topik video tersebut dapat dengan cepat disajikan kepada publik. Di era digital saat ini, banyak perusahaan menawarkan informasi melalui media sosial berupa video iklan layanan masyarakat. Pesan dapat disampaikan di

media dalam beberapa cara, dengan pengumuman publik pertama disajikan sebagai infografis, yang kemudian diubah menjadi format video agar lebih menarik (Putra & Nugraha, 2021).

Salah satu alat yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk melalui bauran pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix* 4P diantaranya *produk, price, place, promotion*. Pada tahun 1990 terdapat model pendekatan baru dalam pemasaran yang diperkenalkan oleh Robert F. Lauterborn yaitu 4C yakni *customer, cost, convinience, communication*. Salah satu model bauran pemasaran yang berfokus pada kepentingan pelanggan yang sebelumnya juga telah dilakukan dalam penelitian terdahulu oleh peneliti Isniyunisayfna Diah Delima, Sri Murdilah Fournawati (2023). Marketing 4C akan digunakan sebagai tools dalam mempromosikan program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV PDAM Kota Makassar yang dimana promosi ini nantinya akan dijadikan dalam bentuk video promosi yang berisi edukasi pemahaman masyarakat serta informasi terkait program cicilan pemasangan meteran baru.

Model pendekatan 4C menurut Robert F. Lauterborn yaitu *Customer* dalam pembuatan suatu produk, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, permintaan, dan umpan balik dari setiap pelanggan. Tiga isu penting adalah posisi pasar, layaknya suatu produk dan daya saing produk. *Cost* saat menentukan harga, Anda harus memperhatikan dua hal, yaitu: tentang anggaran atau biaya yang dikeluarkan dan daya beli masyarakat serta memperhatikan kualitas produk. *Convinience* mengacu pada distribusi produk sehingga bagaimana menatanya agar konsumen mudah menerimanya. *Communication* Salah satu elemen terpenting dari sudut pandang pelanggan adalah komunikasi antara pelanggan dan penjual. Komunikasi berguna untuk membangun interaksi yang baik. Untuk menganalisis lebih mendalam pemanfaatan *digital marketing* sebagai media

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

promosi. Maka dari itu adapun tujuan penelitian ini Untuk Memberikan Gambaran Model 4C Sebagai Solusi Promosi Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru Di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar.

## B. PEMBAHASAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan berbagai tahapan kegiatan yang dimana akan dilakukan penyebaran kuisisioner yang didalamnya terhadap unsur 4C yaitu *Customer, Cost, Convenience, Communication*. Keempat unsur itu akan dibuatkan pedoman wawancara dan akan dilakukan penyebaran kuisisioner sebelum dan setelah adanya karya. Dalam melakukan penelitian sebelum terciptanya karya oleh peneliti, telah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada 32 responden yang merupakan masyarakat Kota Makassar yang belum berlangganan. Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *customer* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar masih banyak masyarakat yang belum mendengar informasi mengenai program cicilan pemasangan meteran baru. Ditandai dengan adanya 97% dari jumlah responden yang belum mendengar informasi mengenai program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Hal ini memperkuat penelitian untuk dibuatkan video promosi edukasi program cicilan pemasangan meteran baru. Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *cost* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar masih banyak masyarakat yang belum mendengar berapa biaya jika berlangganan program cicilan pemasangan meteran baru. Ditandai dengan adanya 97% dari jumlah responden yang belum mendengar biaya program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Artinya masyarakat harus bisa mendapatkan informasi yang jelas mengenai biaya yang akan dijangkau oleh masyarakat serta memudahkan masyarakat.

Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *convenience* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar dapat dikatakan bahwa hampir seluruh masyarakat belum mengetahui tempat untuk melakukan program cicilan pemasangan meteran baru. Ditandai dengan adanya 100% dari jumlah responden yang belum mengetahui tempat untuk melakukan program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Variabel *convenience* harus bisa memberikan informasi tempat yang harus dikunjungi oleh masyarakat jika ingin berlangganan program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *communication* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar masih banyak masyarakat yang belum mengetahui program cicilan pemasangan meteran baru. Ditandai dengan adanya 97% dari jumlah responden yang belum mengetahui program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Pada variabel *communication* dibutuhkan informasi jika program cicilan ini memang ada sehingga masyarakat bisa mengetahui keberadaan program cicilan ini pada Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar.

Analisis Berdasarkan Wawancara Pegawai Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar:

Dari hasil wawancara bersama pegawai Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar terkait Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru pada unsur *Customer*, dapat disimpulkan bahwa masyarakat bisa tertarik untuk melakukan program cicilan pemasangan meteran baru yang diadakan oleh Perumda Air Minum Kota Makassar dikarenakan program ini menjadi kebutuhan masyarakat khususnya yang belum sama sekali berlangganan air di Perumda Air Minum Kota Makassar

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

sehingga program ini tidak diberlakukan di semua golongan tarif, hanya diberlakukan bagi golongan menengah kebawah agar memudahkan masyarakat yang ingin berlangganan serta meringankan pembayaran yang dibebankan kepada calon pelanggan dengan cara dicicil sesuai tarif normal yang sebelumnya telah ditentukan oleh perusahaan.

Dari hasil wawancara bersama pegawai Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar terkait Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru pada unsur *Cost*, dapat disimpulkan bahwa biaya terkait cicilan pemasangan meteran baru telah ditetapkan sesuai aturan dari perusahaan. Untuk itu, dalam meningkatkan daya tarik masyarakat untuk melakukan pemasangan meteran baru, maka diadakan program cicilan ini untuk meringankan serta menyesuaikan dengan perekonomian calon pelanggan.

Dari hasil wawancara bersama pegawai Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar terkait Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru pada unsur *Convinience*, dapat disimpulkan bahwa lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat untuk dapat berlangganan program cicilan pemasangan meteran baru bisa langsung mengunjungi Kantor Wilayah Perumda Air Minum Kota Makassar yang terdekat dengan alamat calon pelanggan. Di Kota Makassar sendiri Perumda Air Minum Kota Makassar memiliki beberapa Kantor Wilayah beserta Kantor Unit di tiap wilayah.

Dari hasil wawancara bersama pegawai Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar terkait Program Cicilan Pemasangan Meteran Baru pada unsur *Communication*, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang baik sangat berperan penting dalam membangun sebuah hubungan yang baik dengan calon pelanggan. Begitu pula yang dilakukan oleh pegawai-pegawai Perumda Air Minum Kota Makassar khususnya Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar dalam memberikan informasi terkait Program

Cicilan Pemasangan Meteran Baru. Informasi akan dipublikasikan melalui media sosial Perumda Air Minum Kota Makassar serta membagikan brosur kepada masyarakat dengan harapan informasi ini bisa lebih cepat diketahui oleh masyarakat.

Setelah melakukan penyebaran atau pendistribusian video promosi edukasi program cicilan pemasangan meteran di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar, peneliti membagikan kembali kuisioner kepada responden yang telah mengisi kuisioner sebelum adanya karya, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dampak dari video promosi terhadap pemahaman serta informasi yang diperoleh masyarakat terkait program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar.

Dari hasil analisis kuisioner mengenai *customer* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar telah banyak masyarakat yang melihat serta mendengar informasi mengenai program cicilan pemasangan meteran baru. Masyarakat mengetahui informasi dari video promosi yang diperlihatkan secara langsung oleh pihak yang bersangkutan dari Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Video promosi dibuat dengan berisikan informasi yang jelas sedemikian rupa serta mudah tersampaikan bagi masyarakat. Ditandai dengan 100% dari jumlah responden yang telah melihat serta mendengar informasi mengenai program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Menurut jurnal penelitian Azwari dkk (2023) pada variabel *customer* menjelaskan bahwa pelanggan adalah hal pertama yang dibutuhkan jika ingin menjalankan sebuah usaha. Pelanggan harus melihat dan mempertimbangkan kelayakan, keunggulan dan posisi pasar. Untuk menentukan ketiga poin yang disebutkan, Maka Anda perlu memahami dengan tepat apa keinginan dan kebutuhan pelanggan.

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Oleh karena itu, peran pelanggan sangat penting bagi perusahaan. Ketika membuat produk, perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan calon pelanggan, Perumda Air Minum Kota Makassar mengeluarkan program cicilan pemasangan meteran baru yang ditujukan bagi masyarakat menengah kebawah yang belum berlangganan agar bisa menjadi kemudahan bagi masyarakat untuk bisa berlangganan sehingga program cicilan pemasangan meteran baru diberlakukan di tiap kantor wilayah Perumda Air Minum Kota Makassar untuk bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan calon pelanggan serta kepuasan dari calon pelanggan dalam menggunakan program cicilan.

Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *cost* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar telah banyak masyarakat yang mengetahui biaya jika berlangganan program cicilan pemasangan meteran baru. Masyarakat mendapatkan informasi dari video promosi yang telah diperlihatkan secara langsung oleh pihak yang bersangkutan dari Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Informasi biaya secara dicicil yang didapatkan oleh masyarakat sangat membantu sehingga masyarakat yang ingin berlangganan sudah dapat mengetahui berapa biaya yang akan dikeluarkan. Ditandai dengan 100% dari jumlah responden yang telah mengetahui biaya program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Menurut jurnal penelitian Azwari dkk (2023) pada variabel *cost*, menjelaskan bahwa dalam menjual suatu produk tidak bisa asal dalam menentukan harga. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan biaya, seperti apakah harga yang ditetapkan terjangkau bagi calon pelanggan dan apakah harga yang ditetapkan dapat memberikan kepuasan bagi calon pelanggan. Oleh karena itu perlu dipikirkan apakah produk yang akan dijual

berkualitas tinggi, sehingga calon konsumen mau membeli dengan harga tersebut. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga, Anda harus memperhatikan dua hal, yaitu budget atau biaya yang dikeluarkan dan daya beli masyarakat, sekaligus memperhatikan kualitas produk. Perumda Air Minum Kota Makassar mengeluarkan program cicilan bagi masyarakat menengah kebawah agar masyarakat bisa menjangkau biaya program cicilan sehingga meringankan dan atau menyesuaikan dengan perekonomian calon pelanggan.

Dari hasil analisis kuisisioner mengenai *convinience* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar dapat dikatakan bahwa masyarakat telah mengetahui tempat untuk melakukan program cicilan pemasangan meteran baru. Dalam video promosi yang telah ditonton oleh masyarakat tertera tempat yang dapat dikunjungi jika ingin berlangganan program cicilan. Serta masing-masing wilayah memiliki tempat yang dapat dikunjungi sehingga memudahkan masyarakat. Ditandai dengan 100% dari jumlah responden yang telah mengetahui tempat jika ingin melakukan program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Ditandai dengan 100% dari jumlah responden yang telah mengetahui biaya program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Menurut jurnal penelitian Azwari dkk (2023) pada variabel *convinience*, kenyamanan disini tentu hal yang penting bagi pelanggan pada saat ingin berbelanja suatu produk. Oleh karena itu, Hal ini terkait dengan pendistribusian produk. Bagaimana cara menatanya agar pelanggan bisa mendapatkannya dengan mudah. Perumda Air Minum Kota Makassar mengeluarkan program cicilan tentunya memperhatikan kenyamanan masyarakat jika ingin berlangganan program ini. Jadi tiap kantor wilayah menjalankan program cicilan pemasangan meteran baru agar masyarakat yang ingin berlangganan bisa langsung

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

mengunjungi kantor wilayah terdekat dari lokasi masyarakat. Dengan memiliki beberapa kantor wilayah sehingga memudahkan bagi masyarakat mengunjungi kantor wilayah terdekat jika ingin berlangganan. Dari hasil analisis kuisioner mengenai *communication* program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar bahwa masyarakat telah mengetahui program cicilan pemasangan meteran baru. Video promosi yang telah diperlihatkan oleh pihak Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar secara langsung dapat tersampaikan dengan jelas informasi serta dengan mudah dipahami oleh masyarakat bahwa adanya program cicilan pemasangan meteran baru. Ditandai dengan 100% dari jumlah responden yang telah mengetahui adanya program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Menurut jurnal penelitian Azwari dkk (2023) pada variabel *communication*, Salah satu elemen terpenting dari sudut pandang pelanggan adalah komunikasi antara pelanggan dan penjual. Komunikasi berguna untuk membangun interaksi yang baik. Ini termasuk apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan tentang produk dan saran apa yang dimiliki pelanggan untuk meningkatkan produk. Oleh karena itu, Perumda Perumda Perumda Perumda menggunakan komunikasi dua arah antara masyarakat dan pekerja untuk mendapatkan informasi. Agar petugas selalu siap melayani masyarakat apapun kendala yang dihadapi, apabila ada hal-hal yang masih belum dipahami masyarakat mengenai rencana part pemasangan meteran baru, agar komunikasi tetap berjalan dengan baik dan resonansi yang positif di benak masyarakat.

## C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan melalui penyebaran kuisioner pre-test dan post-test adapun hasilnya memberikan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap informasi program

cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori 4C yang memiliki 4 unsur yaitu *Customer* yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, *Cost* berfokus pada anggaran atau biaya yang dikeluarkan dan daya beli masyarakat, *Convenience* kenyamanan dan kemudahan dalam memperoleh suatu produk, *Communication* komunikasi dua arah dalam mendapatkan informasi antara masyarakat dan pegawai. Dengan menggunakan keempat unsur 4C bisa menjawab informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan terkait program cicilan pemasangan meteran baru di Kanwil Pelayanan IV Perumda Air Minum Kota Makassar.

## REFERENSI

- Andikaputra, F., Yulandary, W., Zulvia, P., & Nugroho, A.B. (2022). Meninjau Efektivitas Sistem Rely-on Dalam Menunjang Pengelolaan Pelanggan Pada PT. Perusahaan Gas Negara (PGN) Area Batam. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 3(2), 143-162. <https://doi.org/10.32815/jpro.v3i2.1445>
- Anizir, & Wahyuni, R. (2017). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang*.
- Azwari, T., Syafari, M. R., Nur, M., & Ridwan, I. (2023). *Kemitraan Penguatan Strategi Pemasaran Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Kota Banjarmasin*. 2(3).
- Fadhilah, I. (2022). Perbedaan BUMN dan BUMD. Retrieved from zenius.net website: <https://www.zenius.net/blog/perbedaan-bumn-dan-bumd>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Hasugian, P. S. (2018). *Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi*.

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- Indarsyah, R., Rahman, A. ., Putrianti, S. D. ., & Taufik, N. I. . (2023). Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7471-7487. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2790>
- Indiyati, D., Khusnia, H. N., & Chotijah, S. (2020). *Optimalisasi Gerakan Sadar Wisata melalui Produksi Video Promosi Desa Wisata*. 5(2), 603-609.
- Isninyunisyafna Diah Delima, Sri Murdilah Fournawati, D. W. (2023). (*Jurnal Bab II Prosiding Nasional FISIP Universitas Islam Syekh Yusuf*. 1(10), 49-63.
- Mathory, E. A. S., & Syahna, S. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 105-119.
- M Ivan Mahdi. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 juta Pada 2022. Retrieved March 21, 2023, from [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id) website: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Nabilullah Alfatah. (2021). Pembuatan Video Explainer Covid-19 Sebagai Iklan Layanan Masyarakat. *Surakarta Informatic Journal*.
- perumda air minum, kota makassar. (2017). *pdamkotamakassar*. Retrieved March 24, 2023, from <http://pdamkotamakassar.co.id/sejarah>
- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Purba, C. O., Nurhaliza, L. ., & Putrianti, S. D. . (2022). Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Ujungberung Bandung. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10 (3), 169-180.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*.
- Putra, A. P., & Nugraha, A. R. (2021). *Pengelolaan Iklan Layanan Masyarakat "Jaga Pasokan Air " Oleh Humas PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor*. 9(11m), 32-46.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*.
- Ratna Patria. (2023). Pengertian, Tujuan, Jenis, dan 7 Contohnya. Retrieved from [domainesia.com](https://www.domainesia.com) website: <https://www.domainesia.com/berita/promosi-adalah/>
- Rimayanti, N., & Lubis, E. E. (2016). *Penerimaan Media Sosial Facebook dalam Aktivitas Belanja Online Pada Kalangan Wanita Bekerja di Kota Pekanbaru*.
- Suryani, ita. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community*.
- Tindaon, S.S.(2022). Implementasi Inbound Marketing di Era New Normal: Strategi Pemasaran Pada PT. Tama Cokelat Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5 (2), 104 - 115.