

ABSTRAK

**Febry Annisa/17134023 : Strategi Pemasaran Program MBR
(Masyarakat Berpenghasilan Rendah) pada PDAM Kota Padang
Pembimbing : Muthia Roza Linda, S.E, M.M**

PDAM sebagai satu-satunya instansi yang menjadi tumpuan harapan dalam peningkatan pelayanan air bersih perpipaan bagi masyarakat khususnya MBR selaku konsumen air bersih yang antara lain menyangkut jaminan untuk memperoleh pelayanan air bersih. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kota padang termasuk dalam penerima bantuan dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) untuk meyalurkan Program Hibah Air Minum agar dapat menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari yang tidak dapat terlepas dari kebutuhan air bersih bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR).

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan menggunakan data observasi, wawancara untuk menelusuri history strategi pemasaran yang terkait Program Hibah Air Minum bagi MBR di PDAM Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa PDAM Kota Padang melakukan langkah-langkah dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu menentukan pelanggan yang dituju antara lain kondisi rumah sesuai kriteria dan bersedia menjadi pelanggan PDAM serta daya listrik yang terpasang pada rumah tangga tersebut tidak lebih besar dari 1.300 VA. Strategi pemasaran yang telah diterapkan PDAM Kota Padang yaitu melalui pemasaran berbasis hubungan, Edukasi, Online dan Social Media. Tetapi strategi pemasaran yang lebih efektif dan berhasil biasanya adalah melalui pemasaran melalui acara talkshow siaran di televisi lokal, pemasaran melalui media Youtube, dan koran. Kendala atau faktor penyebab Progran Hibah Air Minum bagi MBR kurang diminati yaitu rendahnya kesadaran masyarakat khususnya masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) terhadap pentingnya menggunakan air bersih perpipaan untuk kesehatan dan lingkungan yang memiliki dampak lanjutan terhadap tingkat perekonomian keluarga.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, MBR, PDAM Kota Padang