

**ANALISIS KENAIKAN TARIF AIR PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM DAN  
KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MALANG**

Disusun Oleh:

**Meutia Hani Irmayanti**

NIM. 0510233102

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih*

*Derajat Sarjana Ekonomi*



**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2010**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS KENAIKAN TARIF AIR PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MALANG**

Yang disusun oleh:

Nama : Meutia Hani Irmayanti  
 NIM : 0510233102  
 Fakultas : Ekonomi  
 Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 27 Januari 2010 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

1. Dr. Rosidi SE., MM., Ak.  
 NIP. 19540312 198403 1 001  
 (Dosen Pembimbing) .....
2. Helmy Adam SE.,MSA., Ak.  
 NIP. 19790403 200501 1 002  
 (Dosen Penguji I) .....
3. Akie Rusaktiva Rustam SE., MSA., Ak.  
 NIP. 19780518 200812 1 003  
 (Dosen Penguji II) .....

Malang, 27 Januari 2010  
 Ketua Jurusan Akuntansi  
 Fakultas Ekonomi  
 Universitas Brawijaya

Dr. Unti Ludigdo, Ak  
 NIP. 19690814 199402 1 001



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **Analisis Kenaikan Tarif Air Perusahaan Daerah Air Minum dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang** ”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan bimbingan semua pihak, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Rosidi SE., MM., Ak. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Unti Ludigdo., Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Helmy Adam SE., MSA., Ak. selaku dosen penguji 1 (satu) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
4. Bapak Akie Rusaktiva Rustam SE., MSA., Ak. selaku dosen penguji 2 (dua) yang juga banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Suroto, SE., MAB. selaku Direktur Administrasi dan Keuangan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang.
6. Bapak H. Ir. Bambang Purjito, MM. selaku Direktur Teknik Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang.





7. Bapak H. Achmad Thoifuri, SE., MAB. selaku Manajer Keuangan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang.
8. Keluargaku tercinta Bapak, Ibu, Mas dan Mbakku, deti, wiwi, kedua ponakanQ fira dan fatir serta semua keluarga besarku yang telah memberikan bantuan moral dan spiritual serta nasehat untuk cepat menyelesaikan laporan skripsi ini.
9. Dawam Prasetyo untuk semua doa dan dukungannya.
10. Teman-temanku seperjuangan Akuntansi: Titis, Anggra, Rindy, Sita, Rosihan, Nandia dan semua teman-teman kuliah yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas perhatian, curhat, masukan, semangat, dukungan dan doa yang membuat penulis cepat menyelesaikan laporan skripsi ini.
11. Teman-teman dekatku: wati, fuji. Terima kasih atas semua doa dan semangatnya serta teman-teman sekolah dan semua pihak yang tidak dapat diungkapkan satu-persatu, saya ucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari penyusunan Laporan Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Malang, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Motivasi Penelitian .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1. Harga .....	10
2.1.1. Pengertian Harga .....	10
2.1.2. Fungsi Harga .....	12
2.1.3. Pengertian Kebijakan Harga .....	13
2.1.4. Keputusan Penetapan Harga .....	14
2.1.5. Macam-Macam Kebijakan Harga .....	30
2.2. Pendapatan Daerah .....	34
2.2.1. Pendapatan Asli Daerah .....	34
2.2.2. Dana Perimbangan .....	42
2.2.3. Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah .....	44



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Metode Penelitian .....	46
3.2. Obyek Penelitian .....	46
3.3. Sumber Data.....	47
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5. Metode Analisis Data.....	48
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Gambaran Umum PDAM Kota Malang .....	50
4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya .....	50
4.1.2. Kegiatan Perusahaan .....	51
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.4. Lokasi dan Wilayah Usaha.....	53
4.1.5. Struktur Organisasi .....	54
4.1.6. Sumber Daya Manusia .....	55
4.2. Tarif Air PDAM dan Perhitungannya.....	57
4.2.1. Dasar Kebijakan Penetapan Tarif Air .....	57
4.2.2. Perhitungan Biaya Dasar dan Biaya Usaha .....	58
4.2.3. Pendapatan PDAM.....	59
4.2.4. Jenis dan Struktur Tarif.....	60
4.2.5. Mekanisme Penetapan Tarif .....	61
4.2.6. Penyesuaian dan Peninjauan Tarif.....	62
4.3. Menghitung Harga Pokok Produksi Air .....	62
4.3.1. Produksi Air Dan Volume Kehilangan Air.....	62
4.3.2. Harga Pokok Produksi .....	63
4.3.3. Biaya Air Berdasarkan Biaya Usaha dan Biaya Produksi .....	67
4.4. Tarif Air PDAM Kota Malang Tahun 2006-2008 dan Proyeksi Tahun 2009 .....	70
4.5. Pembahasan Penetapan Tarif Oleh PDAM dan Tarif Berdasarkan Biaya Produksi dan Biaya Usaha.....	83
4.6. Kontribusi Kenaikan Tarif Terhadap Pendapatan Asli Daerah.....	88



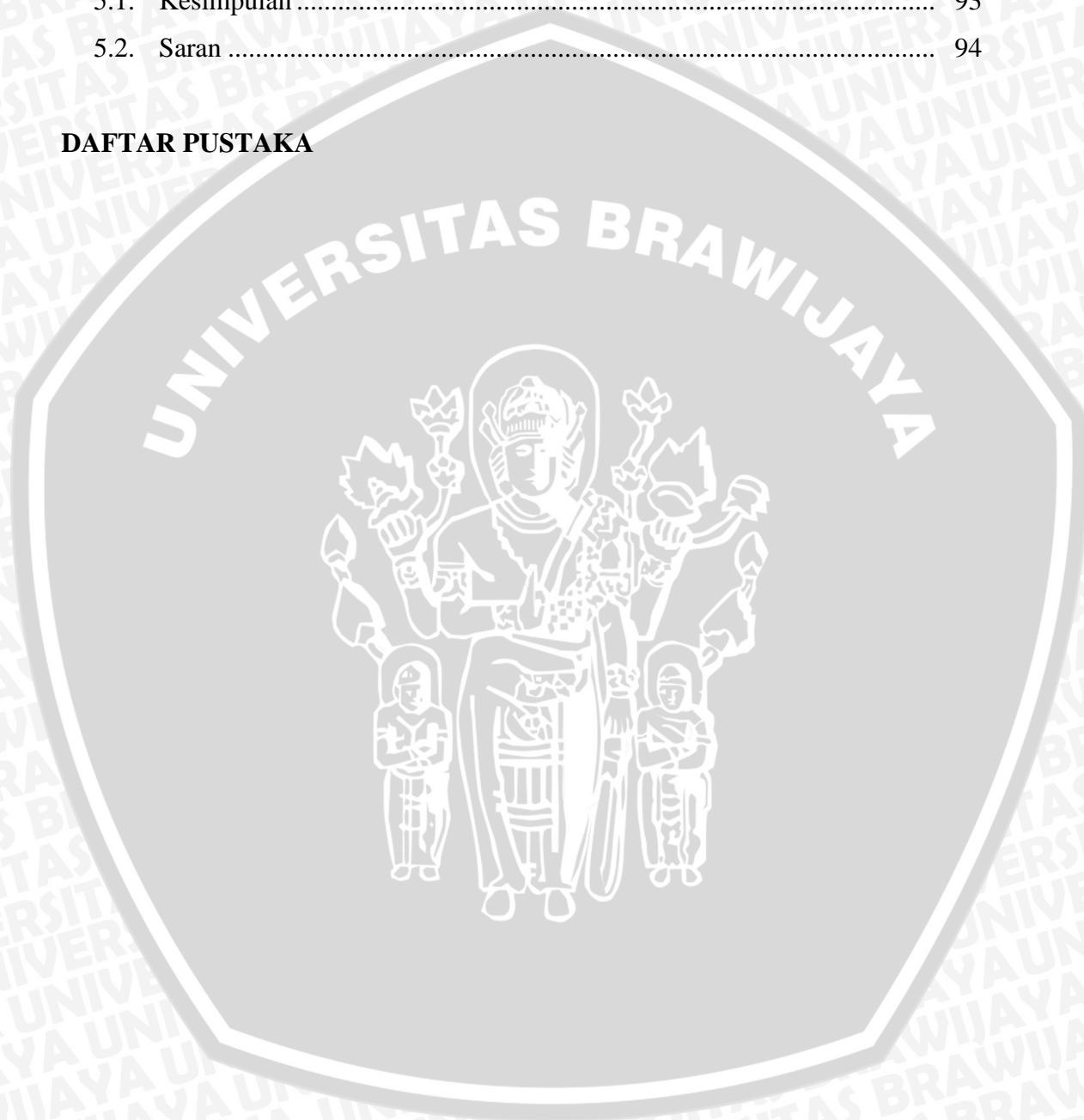
4.7. Hubungan antara Kenaikan Tarif, Harga Pokok Produksi dan  
Kontribusi Terhadap PAD ..... 90

**BAB V PENUTUP** ..... 93

5.1. Kesimpulan ..... 93

5.2. Saran ..... 94

**DAFTAR PUSTAKA**



**ABSTRAK****ANALISIS KENAIKAN TARIF AIR PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MALANG**

Oleh:  
**Meutia Hani Irmayanti**

Dosen Pembimbing:  
**Dr. Rosidi SE., MM., Ak.**

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan BUMD yang mengemban dua misi, yaitu wajib memberikan pelayanan berupa penyediaan air bersih atau air minum kepada masyarakat miskin dengan harga sosial dan mampu juga mendapatkan keuntungan atau laba yang sebagian laba tersebut disetorkan dalam bentuk PAD (Pendapatan Asli Daerah) kepada Pemda Kota Malang. Untuk dapat melaksanakan kedua misi tersebut, maka salah satu kebijakan yang dilakukan oleh PDAM adalah adanya kenaikan tarif air. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan timbulnya kenaikan tarif air dan untuk mengetahui apakah kenaikan tarif air dipicu oleh upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif yang bertujuan melukiskan atau menggambarkan mengenai keadaan yang diteliti yakni kenaikan tarif PDAM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan tarif air disebabkan oleh faktor meningkatnya biaya atau harga pokok produksi setiap tahunnya. Besarnya biaya produksi dipengaruhi oleh tingginya tingkat kebocoran air. Selain itu, kenaikan tarif dipengaruhi oleh upaya peningkatan terhadap Pendapatan Asli Daerah sebesar 30% yang kontribusinya akan meningkat sesuai dengan laba yang diperoleh PDAM.

**Kata kunci:** *PDAM, Tarif air, Biaya Produksi, Pendapatan Asli Daerah*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang

Dalam menghadapi krisis finansial yang terjadi saat ini, sebuah perusahaan ataupun lembaga usaha baik milik pemerintah maupun swasta dituntut untuk lebih memaksimalkan kinerjanya dalam berbagai hal. Dalam melakukan hal tersebut di dalam sebuah perusahaan atau lembaga usaha diperlukan manajemen yang baik, yang bisa mengelola semuanya dengan maksimal. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk memulihkan kondisi perekonomian tersebut karena terdapat banyak rintangan yang harus dihadapi. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dengan ditetapkannya suatu dasar kebijakan untuk memberikan kewenangan yang lebih luas kepada masing-masing daerah agar dapat menggali, memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki semaksimal mungkin atau yang disebut dengan otonomi daerah. Berdasarkan kebijakan otonomi daerah tersebut daerah diberikan kekuasaan sepenuhnya untuk mengembangkan wilayahnya, dimana pemerintah pusat hanya memiliki sedikit andil untuk memberikan bantuan pada pemerintah daerah. Pemerintah daerah harus berupaya dalam memperbaiki kinerja keuangannya.

Dalam menjalankan Otonomi Daerah, Pemerintah Daerah dituntut untuk menjalankan roda pemerintahan yang efektif, efisien, dan mampu mendorong peran masyarakat dalam meningkatkan pemerataan dan keadilan dengan mengembangkan seluruh potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah.

Berdasarkan hal tersebut manajemen yang handal harus ada disetiap perusahaan yang dimiliki oleh daerah. Dimana keberhasilan operasi, kinerja dan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang tergantung dari keputusan tim manajemen. Manajemen juga perlu melakukan penilaian atas kinerja keuangannya sehingga berdasarkan hasil kinerja tersebut tim manajemen dapat mengetahui maju mundurnya perusahaan tersebut. Yang nantinya akan berguna bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Dengan ditetapkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 jo Undang-Undang No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah serta Undang-Undang No. 25 tahun 1999 jo Undang-Undang No. 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara pusat dan daerah akan dapat memberikan kewenangan atau otonomi yang luas, nyata dan bertanggung jawab kepada pemerintah daerah secara proporsional. Hal ini diwujudkan dengan pengaturan, pembagian dan pemanfaatan sumber daya nasional, serta perimbangan keuangan daerah dan pusat secara demokratis, peran serta masyarakat, pemerataan keadilan, serta memperhatikan potensi dan keragaman daerah, terutama kepada Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Kota. Tujuan pemberian keuangan dalam penyelenggaraan Otonomi Daerah adalah guna meningkatkan kesejahteraan rakyat, pemerataan dan keadilan sosial.

Kemampuan pemerintah daerah dalam mengelola keuangan tercermin dalam Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) yang menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai kegiatan pelaksanaan tugas pembangunan, serta pemerataan dan keadilan dengan mengembangkan seluruh potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Salah satu ciri utama daerah mampu dalam



melaksanakan otonomi daerah adalah terletak pada kemampuan keuangan daerah untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerahnya dengan tingkat ketergantungan kepada pemerintah pusat mempunyai proporsi yang semakin mengecil dan diharapkan bahwa PAD harus menjadi bagian terbesar dalam memobilisasi dana penyelenggaraan pemerintah daerah.

Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu faktor yang penting dalam pelaksanaan roda pemerintahan suatu daerah yang berdasar pada prinsip otonomi yang nyata, luas dan bertanggung jawab. Peranan Pendapatan Asli Daerah dalam keuangan daerah menjadi salah satu tolak ukur penting dalam pelaksanaan otonomi daerah, dalam arti semakin besar suatu daerah memperoleh dan menghimpun PAD maka akan semakin besar pula tersedianya jumlah keuangan daerah yang dapat digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Otonomi Daerah.

Untuk merealisasikan pelaksanaan Otonomi Daerah maka sumber pembiayaan pemerintah daerah tergantung pada peranan Pendapatan Asli Daerah. Hal ini diharapkan dan diupayakan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan pembangunan di daerah. Oleh karena itu Pemerintah daerah harus dapat mengupayakan peningkatan penerimaan yang berasal dari daerah sendiri sehingga akan memperbesar tersedianya keuangan daerah yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan pembangunan. Dengan ini akan semakin memperbesar keleluasaan daerah untuk mengarahkan penggunaan keuangan daerah sesuai dengan rencana, skala prioritas dan kebutuhan daerah yang bersangkutan.



Upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah tentunya tidak terlepas dari peranan masing-masing komponen Pendapatan Asli Daerah. Komponen yang ada seperti penerimaan pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba perusahaan milik daerah, penerimaan dinas-dinas serta penerimaan daerah lainnya. Ini merupakan beberapa komponen yang menjadi sumber penerimaan daerah dimana tentunya akan terus digali baik yang sudah ada maupun sumber penerimaan baru yang potensial.

Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah adalah laba Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yang merupakan salah satu unit badan usaha milik daerah (BUMD), yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat. BUMD mengemban 2 (dua) misi yaitu yang pertama adalah misi sosial, BUMD harus bisa memberikan pelayanan kebutuhan bagi seluruh masyarakat tak terkecuali juga yang berpenghasilan rendah atau miskin. Misi yang kedua adalah BUMD juga wajib untuk mendapatkan profit atau laba agar bisa berpartisipasi terhadap kemajuan pembangunan melalui dukungan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang disetor ke APBD Pemerintah Daerah.

PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) yang merupakan BUMD juga harus mampu melaksanakan 2 (dua) misi sebagai mana yang disebut diatas yaitu wajib memberikan pelayanan berupa penyediaan air bersih kepada masyarakat miskin dengan harga sosial dan mampu juga mendapatkan keuntungan atau laba yang sebagian laba tersebut disetorkan ke pemilik Pemda Kota Malang dalam bentuk PAD (Pendapatan Asli Daerah). Menurut PP No.16 Tahun 2005 tentang Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum, telah mengamanatkan bahwa

PDAM harus sudah mampu memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya dengan persyaratan 3K yaitu terpenuhinya persyaratan kuantitas, kualitas dan kontinuitas. Persyaratan kuantitas mengandung maksud bahwa PDAM harus mampu memberikan pelayanan air yang cukup untuk keperluan hidup sehari-hari yaitu untuk kebutuhan masak, minum, mandi, cuci, siram-siram dan kebutuhan lainnya, persyaratan kualitas dimaksudkan bahwa PDAM harus juga mampu memberikan pelayanan air yang kualitasnya memenuhi persyaratan kesehatan baik secara fisik, kimia maupun secara mikrobiologi, sedangkan persyaratan kontinuitas artinya bahwa PDAM harus mampu memberikan pelayanan aliran air dengan tekanan yang cukup dan mengalir terus menerus selama 24 jam tiap hari, sehingga sewaktu-waktu pelanggan butuh air dari kran, air harus tetap bisa mengalir lancar.

PDAM sebagai salah satu perusahaan daerah berupaya untuk meningkatkan kinerja keuangannya yang salah satunya bercermin dari tingkat keuntungan yang diperoleh per periode. PDAM Kota Malang melakukan kebijakan kenaikan tarif berkala dua tahunan yakni pada tahun 2007 sebesar  $\pm 18\%$  dan pada tahun 2009  $\pm 30\%$  pada rekening pembayaran bulan Maret 2009 dan dilakukan dalam rangka, yang pertama adalah peningkatan pelayanan terhadap masyarakat sehingga mampu memberikan pelayanan kepada semua golongan masyarakat, sesuai dengan misi sosial yang harus diemban BUMD. Kedua adalah untuk dapat berpartisipasi terhadap kemajuan pembangunan di Kota Malang melalui dukungan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang nilainya 30 % dan Anggaran Belanja Daerah senilai 25% dari laba bersih, yang disetor ke APBD Pemerintah Daerah Kota



Malang. Ketiga adalah untuk peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan, ini merupakan upaya dari Perpamsi yang berusaha menyetatkan PDAM, sehingga PDAM Kota Malang dapat meningkatkan kinerjanya. Kenaikan tarif PDAM ini didasarkan pada Peraturan Walikota (Perwali) No 93 tahun 2008, tentang penetapan tarif air minum dan biaya langganan pada PDAM Kota Malang. Peraturan yang ditandatangani Walikota Malang pada 22 Desember 2008 lalu ini merujuk pada Permendagri No 23 tahun 2006 tentang pedoman teknis dan tata cara pengaturan tarif air minum atau Kepmendagri No 8 tahun 2000 tentang pedoman akuntansi PDAM.

Berikut ini adalah rincian kenaikan tarif Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang pada tahun 2007 dan 2009 yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Rincian Kenaikan Tarif Air PDAM**

Kelompok	Pemakaian	Tarif 2007	Tarif 2009
Sosial A	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 1250	Rp 1900
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 1550	Rp 2300
R. Tangga A	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 1500	Rp 2200
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 2300	Rp 3400
R. Tangga B	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 1700	Rp 2500
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 2800	Rp 4100
Instansi A	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 2300	Rp 3400
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 3800	Rp 5600



Niaga A	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 3800	Rp 5600
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 5700	Rp 8400
Industri A	0 – 10 m <sup>3</sup>	Rp 8700	Rp 12.800
	>10 m <sup>3</sup>	Rp 10.300	Rp 15.100

Sumber: Malang Post, 12 Maret 2009

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan yakni adanya perubahan mengenai kebijakan tarif air yang mengalami kenaikan sebesar  $\pm 30\%$  yang menimbulkan banyaknya penolakan baik dari sebagian masyarakat pelanggan juga dari kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat maupun juga dari kalangan DPRD maka penulis ingin mengetahui perubahan kebijakan mengenai kenaikan tarif air Perusahaan Daerah Air Minum kota Malang apakah dipengaruhi oleh besarnya target Pendapatan Asli Daerah atau oleh faktor lain. Oleh sebab itu, penulis merumuskannya dalam skripsi dengan mengangkat judul **“Analisis Kenaikan Tarif Air Perusahaan Daerah Air Minum dan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang”**.

## 1.2 Motivasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dengan menganalisis perubahan kebijakan mengenai kenaikan tarif air Perusahaan Daerah Air Minum kota Malang yang terjadi, serta faktor yang menyebabkan dari kebijakan tersebut. Hal ini dilakukan karena adanya kebijakan mengenai kenaikan tarif yang terjadi setiap 2 tahunan sehingga menyebabkan timbul keluhan yang ada di masyarakat. Selain itu, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui alokasi kenaikan laba perusahaan

daerah selain untuk meningkatkan kontribusi terhadap APBD sebesar 55% dari laba bersih Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan dalam permasalahan sebagai berikut :

Faktor apa yang menyebabkan timbulnya kebijakan mengenai kenaikan tarif yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap kebijakan kenaikan tarif selama dua tahun yang terdapat pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang. Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar faktor peningkatan Pendapatan Asli Daerah yang berpengaruh terhadap adanya kebijakan mengenai kenaikan tarif yang berhubungan dengan meningkatnya laba bersih sehingga dapat meningkatkan kontribusi Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang terhadap Pendapatan Asli Daerah guna mendukung kegiatan otonomi daerah di Kota Malang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai kebulatan studi program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.

2. Bagi pemerintah daerah

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan atau sumbangan pemikiran kepada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) serta pemerintah daerah dalam mengambil kebijaksanaan untuk mendukung terlaksananya kegiatan Otonomi Daerah Kota Malang dan meningkatkan pelayanan masyarakat.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan dan informasi bagi peneliti selanjutnya terhadap masalah dan tempat yang sama dengan kajian yang lebih mendalam untuk meningkatkan kinerja keuangan daerah di Kota Malang.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Harga

##### 2.1.1 Pengertian Harga

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan dituntut untuk dapat menjalankan sistem pemasaran dengan baik sebagai usaha untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasarnya. Keberhasilan perusahaan dalam menjalankan sistem pemasaran dapat dilihat dari keberhasilannya memadukan keempat komponen marketing mix, yaitu: produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

Harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat melaksanakan kebijakan harga dengan baik, dengan terlebih dahulu menetapkan harga yang tepat agar dapat diterima oleh konsumen, dimana mereka mau membayarkan harga yang ditawarkan dan perusahaan mendapatkan keuntungan dari produk yang ditawarkannya. Sebelum membahas mengenai kebijakan harga yang dilakukan oleh perusahaan, maka penulis akan membahas mengenai pengertian harga terlebih dahulu.

Istilah mengenai harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah seperti iuran, tarif, sewa, bunga, komisi, upah, gaji dan lain sebagainya. Harga adalah nilai pertukaran atas manfaat produk (bagi konsumen maupun bagi produsen) yang umumnya dinyatakan dalam satuan moneter. Harga terbentuk dari

kompetensi produk untuk memenuhi tujuan dua pihak yaitu produsen dan konsumen. Produsen memandang harga adalah sebagai nilai barang yang mampu memberikan manfaat keuntungan diatas biaya produksinya (atau tujuan-tujuan yang lain, misalnya keuntungan). Konsumen memandang harga adalah sebagai nilai barang yang mampu memberikan manfaat atas pemenuhan kebutuhannya dan keinginannya (misalnya hemat, prestis, syarat pembayaran, dsb). Menurut McCarthy dan Perreault (1993; 352) harga adalah segala sesuatu/ nilai yang ditetapkan bagi “sesuatu”. Tarif juga dapat diartikan sebagai harga dalam nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu komoditi yaitu barang atau jasa. Menurut Kotler (2002:518) bahwa harga ada di sekeliling kita, seperti membayar sewa untuk apartemen, uang kuliah dan uang jasa untuk dokter. Perusahaan penerbangan, kereta api, taxi dan bis mengenakan ongkos, perusahaan pelayanan umum mengenakan tarif, dan bank mengenakan bunga atas uang yang dipinjam. Menurut Basu Swastha pengertian harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sedangkan menurut Alma Buchari dalam bukunya Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2004 : 169) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Dari berbagai definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya. Seperti yang telah dikemukakan oleh Kotler bahwa

perusahaan pelayanan umum seperti PDAM, PLN, PT Pos Indonesia dan lain-lain mengenakan harga jual jasanya dengan istilah tarif.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 23 tahun 2006 tentang Pedoman Teknis dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), tarif didefinisikan sebagai “kebijakan harga jual air minum dalam setiap meter kubik ( $m^3$ ) atau satuan volume lainnya sesuai kebijakan yang ditentukan Kepala Daerah dan PDAM yang bersangkutan”. Sedangkan pada PLN, tarif didefinisikan sebagai harga jual tenaga listrik yang harus dibayar/ditanggung pelanggan berdasarkan biaya-biaya yang berkaitan dengan proses produksi yang dikonsumsi. Untuk PT Pos Indonesia, menurut Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Formula Perhitungan Tarif Jasa Pos Dasar Tahun 2007, bahwa Tarif Jasa Pos Dasar Dalam dan luar Negeri adalah biaya yang harus dibayar oleh pengguna jasa pos untuk layanan dasar pengiriman surat dan kartu pos dalam negeri dan luar negeri yang dikirim dengan alat angkutan darat dan/atau laut dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan seluruh dunia.

### 2.1.2 Fungsi Harga

Bagi perusahaan maupun konsumen, harga memiliki fungsi sebagai:

1. Sumber pendapatan dan atau keuntungan perusahaan untuk pencapaian tujuan produsen (harga diatas biaya-biaya produk memberikan keuntungan bagi perusahaan).
2. Pengendali tingkat permintaan dan penawaran (terutama bila bersifat elastik, permintaan akan meningkat jika harga turun dan sebaliknya).



3. Mempengaruhi program pemasaran dan fungsi-fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan. Harga dapat berperan sebagai pengaruh terhadap aspek produk (pergeseran orientasi, kualitas, atau citra produk), distribusi (mengendalikan intensitas distribusi), atau promosi (diskon, obral, hadiah, dsb).
4. Mempengaruhi perilaku konsumsi dan pendapatan masyarakat (harga rendah dapat meningkatkan konsumsi masyarakat dan upah yang tinggi bagi jasa masyarakat akan mempengaruhi perilaku konsumsinya).

### **2.1.3 Pengertian Kebijakan Harga**

Kebijakan harga merupakan elemen penting dalam pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan penjualan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat melaksanakan kebijakan harga dengan baik agar dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Kebijakan harga merupakan kegiatan pemasaran yang harus dilakukan oleh setiap penjual sebelum mereka melepaskan barangnya ke pasar. Menurut Buchari Alma(2004 : 170) kebijakan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu. Jadi kebijakan harga adalah keputusan produsen dalam menetapkan harga jual dengan mempergunakan berbagai metode dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Harga yang ditentukan harus sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan. Banyak perusahaan membentuk departemen penetapan harga untuk mengembangkan kebijakan penetapan harga dan membuat atau menyetujui

keputusan penetapan harga. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa produsen menggunakan harga yang layak bagi pelanggan.

#### 2.1.4 Keputusan Penetapan Harga

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Untuk menetapkan harga jual suatu produk atau jasa maka perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam menetapkan kebijakan harga.

Ada beberapa tujuan penetapan harga agar sesuai dengan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Tujuan utama penetapan harga adalah :

##### 1. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya jika mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah, untuk menjaga agar perusahaan tetap beroperasi dan persediaan terus berputar, perusahaan akan menurunkan harga. Laba kurang penting dibandingkan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Selama harga dapat menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Akan tetapi, kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus belajar meningkatkan nilainya, jika tidak maka ia akan punah.

##### 2. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan harga sekarang. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan

menghasilkan laba sekarang, arus kas atau tingkat pengembalian investasi yang maksimum. Strategi itu, mengasumsikan bahwa perusahaan mengetahui fungsi permintaan dan biayanya sedangkan dalam kenyataannya kedua hal itu sulit untuk diperkirakan. Dengan menekankan kinerja keuangan sekarang, perusahaan mungkin mengorbankan kinerja jangka panjang, mengabaikan pengaruh berbagai variabel bauran pemasaran lain, dan reaksi pesaing.

### 3. Pangsa pasar maksimum

Beberapa perusahaan ingin memaksimalkan pangsa pasar mereka. Mereka yakin bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya perunit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan berasumsi bahwa pasar peka terhadap harga. Hal itu disebut penetapan harga penetrasi pasar (market penetration pricing).

### 4. Skimming pasar maksimum

Perusahaan-perusahaan lain ingin memaksimalkan unit penjualan dan yakin bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan membawa kepada biaya per unit yang lebih rendah dan keuntungan jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka akan menetapkan harga terendah, dengan asumsi bahwa pasar adalah sensitif terhadap harga. Kondisi-kondisi berikut mendukung penetapan harga yang rendah, yaitu:

- a. Pasar sangat peka terhadap harga dan harga rendah merangsang pertumbuhan pasar.



- b. Biaya produksi dan distribusi menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi.
- c. Harga yang rendah menghilangkan semangat pesaing lama maupun potensial.

#### 5. Skimming price

Yaitu dengan memasang harga tinggi dari pesaing. Banyak perusahaan menyukai penetapan harga tinggi untuk menyaingi pasar.

Menurut Kotler & Andreasen (1995:578) penetapan harga mempunyai tujuan yaitu maksimasi surplus, menutup biaya, maksimasi besar pasar, keseimbangan sosial dan disinsentifisasi pasar. Sedangkan menurut McCarthy dan Perreault (1993: 354-357) tujuan penetapan harga adalah:

1. Tujuan berorientasi laba (target laba dan memaksimalkan laba)
2. Tujuan berorientasi penjualan (pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pangsa pasar)
3. Tujuan penetapan harga status quo (menghadapi persaingan dan persaingan bukan harga).

Selain itu, menurut sumber lain penetapan harga oleh perusahaan memiliki tujuan-tujuan yaitu:

1. Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Dengan menetapkan harga yang kompetitif maka perusahaan akan mendulang untung yang optimal.

## 2. Mempertahankan perusahaan.

Dari marjin keuntungan yang didapat perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan. Contoh : untuk gaji/upah karyawan, untuk bayar tagihan listrik, tagihan air bawah tanah, pembelian bahan baku, biaya transportasi, dan lain sebagainya.

## 3. Menggapai ROI (Return on Investment).

Perusahaan pasti menginginkan balik modal dari investasi yang ditanam pada perusahaan sehingga penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali / roi.

## 4. Menguasai Pangsa Pasar.

Dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran.

## 5. Mempertahankan status quo.

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya pengaturan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Menurut Tjiptono (1999:152-157) tujuan penetapan harga adalah tujuan yang berorientasi pada laba, tujuan yang berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada citra, tujuan stabilisasi harga dan lainnya. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga adalah:

a. Faktor internal perusahaan

1). Tujuan pemasaran perusahaan

Tujuan tersebut bisa berupa maksimasi laba, kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, dan sebagainya.

2). Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan salah satu bauran pemasaran.

3). Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

4). Organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa bagian di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

b. Faktor lingkungan eksternal

1). Sifat pasar dan permintaan

2). Persaingan.

Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

a) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri

b) Jumlah perusahaan dalam industri

c) Diferensiasi produk

d) Kemudahan dalam memasuki industri yang bersangkutan.



Selain itu, terdapat faktor yang mempengaruhi tingkat harga yakni:

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

Pada periode resesi yakni meningkatnya harga-harga (inflasi) atau menurunnya harga-harga (deflasi) secara tajam biasanya mempengaruhi terhadap penetapan harga.

b. Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Menurut teori ekonomi, harga akan ditentukan pada suatu titik pertemuan antara kurva permintaan dan kurva penawaran.

c. Elastisitas Permintaan

Sifat (elastisitas) permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya, tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Terdapat jenis-jenis elastisitas permintaan yaitu:

(1) Inelastis

Jika permintaan itu bersifat inelastis maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.

(2) Elastis

Apabila permintaan itu bersifat elastis maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.

(3) Unitary Elasticity

Apabila permintaan itu bersifat unitary elasticity maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang akan dijual dalam proporsi yang sama.

d. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni yakni penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula terjadi keadaan persaingan yang lainnya, seperti :

(1) Persaingan tidak sempurna

Untuk barang-barang yang dihasilkan dari pabrik (barang-barang manufaktur) dengan merk tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan

dalam pemasarannya. Hal ini dapat disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis dengan merk lain. Keadaan pasar seperti ini disebut persaingan tidak sempurna dimana barang tersebut telah dibedakan dengan memberikan merk.

## (2) Oligopoli

Keadaan di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar, di mana keuntungan yang mereka dapatkan tergantung dari tindak-tanduk pesaing mereka. Sehingga semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, perubahan harga, dan sebagainya dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaing mereka.

Praktek oligopoli umumnya dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menahan perusahaan-perusahaan potensial untuk masuk kedalam pasar, dan juga perusahaan-perusahaan melakukan oligopoli sebagai salah satu usaha untuk menikmati laba normal di bawah tingkat maksimum dengan menetapkan harga jual terbatas, sehingga menyebabkan kompetisi harga diantara pelaku usaha yang melakukan praktek oligopoli menjadi tidak ada. Struktur pasar oligopoli umumnya terbentuk pada industri-industri yang memiliki *capital intensive* yang tinggi, seperti, industri semen, industri mobil, dan industri kertas



### (3) Monopoli

Dalam keadaan monopoli jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh faktor seperti:

- a) Permintaan barang yang bersangkutan
- b) Harga barang-barang substitusi/pengganti
- c) Peraturan harga dari pemerintah

Ada beberapa ciri dan sifat dasar pasar monopoli. Ciri utama pasar ini adalah adanya seorang penjual yang menguasai pasar dengan jumlah pembeli yang sangat banyak. Ciri lainnya adalah tidak terdapatnya barang pengganti yang memiliki persamaan dengan produk monopolis; dan adanya hambatan yang besar untuk dapat masuk ke dalam pasar.

Hambatan itu sendiri, secara langsung maupun tidak langsung, diciptakan oleh perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk memonopoli pasar. Perusahaan monopolis akan berusaha menyulitkan pendatang baru yang ingin masuk ke pasar tersebut dengan dengan beberapa cara; salah satu di antaranya adalah dengan cara menetapkan harga serendah mungkin.

Dengan menetapkan harga ke tingkat yang paling rendah, perusahaan monopoli menekan kehadiran perusahaan baru yang memiliki modal kecil. Perusahaan baru tersebut tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan monopolis yang memiliki kekuatan pasar, *image* produk, dan harga murah, sehingga lama kelamaan perusahaan tersebut akan mati dengan sendirinya.

Cara lainnya adalah dengan menetapkan hak paten atau hak cipta dan hak eksklusif pada suatu barang, yang biasanya diperoleh melalui peraturan pemerintah. Tanpa kepemilikan hak paten, perusahaan lain tidak berhak menciptakan produk sejenis sehingga menjadikan perusahaan monopolis sebagai satu-satunya produsen di pasar.

#### (4) Monopsoni

Keadaan dimana satu pelaku usaha menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam suatu pasar komoditas.

#### e. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian dan dalam jangka waktu panjang akan berimbas pada kelangsungan hidup perusahaan.

#### f. Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain:

- (1) Laba maksimum
- (2) Volume penjualan tertentu
- (3) Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu

g. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan harga minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

Kotler (2002) mengemukakan prosedur enam langkah untuk menetapkan harga, yaitu :

1. Memilih tujuan penetapan harga

Pada dasarnya setiap perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapainya dari produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan otomatis sejalan dengannya. Semakin jelas tujuan perusahaan, maka semakin mudah untuk perusahaan tersebut menetapkan harga.

Menurut Cecep Hidayat (2000), harga ditetapkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu:

a. Bertahan Hidup

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup, misalnya karena ketatnya persaingan, cepat berubahnya selera konsumen, maka produsen harus menetapkan harga yang rendah untuk menjaga atau meningkatkan permintaan.



b. Memaksimumkan laba

Penetapan harga sebesar angka tertentu yang akan mendatangkan laba jangka pendek juga sering menjadi tujuan. Hal itu ditempuh dengan jalan memperkirakan permintaan dan biaya yang dikeluarkan dihubungkan dengan harga yang akan mendatangkan laba atau arus kas. Dalam tujuan ini perusahaan diasumsikan mengetahui fungsi biaya dan permintaannya, walaupun dalam kenyataannya keduanya sukar diperkirakan.

c. Memaksimumkan pendapatan

Penetapan harga juga mempunyai tujuan untuk memaksimumkan pendapatan dan penjualan produk yang dihasilkan. Maksimisasi pendapatan ini membutuhkan perkiraan fungsi permintaan yang akurat. Adapun sasaran tujuan ini adalah bersifat laba jangka panjang.

d. Memaksimumkan pertumbuhan penjualan

Penetapan harga yang rendah juga bisa menghasilkan volume penjualan yang tinggi. Volume penjualan yang tinggi pada akhirnya akan dapat menekankan biaya per unit produk. Dalam tujuan ini diasumsikan pasar sensitive terhadap perubahan harga atau permintaan elastis.

2. Menentukan permintaan

Permintaan pelanggan mempengaruhi semua fase bisnis. Secara umum para pelanggan menginginkan barang-barang dan jasa yang berkualitas tinggi dan harga rendah. Jika semua barang itu sama, para pelanggan akan membeli barang yang harganya lebih murah, sedikit yang akan membeli harga yang lebih tinggi.

### 3. Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan perusahaan atas produk atau jasanya, sedangkan biaya perusahaan menentukan batas terendahnya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutup biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk atau jasa, termasuk tingkat pengembalian investasi yang memadai atas usaha dan resiko yang dilakukannya.

### 4. Menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing

Dalam rentang kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi harga oleh pesaing. Jika tawaran perusahaan serupa dengan tawaran pesaing utamanya, maka perusahaan harus menetapkan harga yang dekat dengan harga pesaing atau ia akan kehilangan penjualan. Jika tawaran perusahaan lebih rendah mutunya, perusahaan tidak dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada pesaing. Jika penawaran perusahaan lebih tinggi mutunya, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaing. Akan tetapi, perusahaan harus menyadari bahwa pesaing dapat mengubah harganya sebagai tanggapan atas harga perusahaan.

### 5. Memilih metode penetapan harga

Dalam menetapkan harga jual suatu produk ada berbagai metode yang dapat dipakai oleh manajemen dalam suatu perusahaan. Metode-metode tersebut yaitu:

a. Berdasarkan biaya

Penetapan harga yang berorientasi pada biaya menurut Kotler and Amstrong (2003:447) yang dialihbahasakan oleh Damos Sihombing terdiri dari:

- (1) Penetapan harga biaya-plus adalah menambah suatu markup standar pada biaya produk. Perhitungan biaya per unit dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga biaya per unit} = \text{Biaya variabel} + \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Unit terjual}}$$

Perhitungan harga markup dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Markup} = \frac{\text{Biaya per unit}}{(1 - \text{Pendapatan Penjualan yang diharapkan})}$$

- (2) Penetapan harga dengan analisis titik impas (penetapan harga dengan laba sasaran). Menetapkan harga untuk mencapai titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran produk, atau menetapkan harga untuk meraih suatu laba sasaran.
- (3) Penetapan harga sasaran menggunakan konsep bagan titik impas (break even chart), yang menggambarkan biaya total dan pendapatan total yang diperkirakan pada berbagai tingkat volume penjualan. Volume titik impas dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Volume titik impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel}}$$



b. Berdasarkan nilai

Menetapkan harga berdasarkan nilai persepsi pembeli atas nilai, bukannya atas biaya yang ditanggung penjual. Penetapan harga nilai (value pricing) menawarkan kombinasi yang tepat antara mutu dan pelayanan yang baik pada harga yang wajar. Keputusan penetapan harga berdasarkan nilai tergantung pada persepsi konsumen terhadap nilai yang terdapat dalam persepsi konsumen.

c. Berdasarkan persaingan

Konsumen akan menilai suatu produk berdasarkan harga yang dibebankan pesaing terhadap produk yang serupa. Penetapan harga berdasarkan persaingan memiliki dua variasi, yaitu:

(1) Penetapan harga menurut keadaan (going-rate pricing)

Menetapkan harga lebih tinggi yang berdasarkan pada harga-harga pesaing yang ada dan bukan pada biaya perusahaan atau permintaan.

(2) Penetapan harga penawaran tertutup (sealed-bid pricing)

Penetapan harga berdasarkan pada pendapat perusahaan mengenai bagaimana penetapan harga pesaing dan bukan pada biaya perusahaan atau permintaan digunakan ketika perusahaan mengajukan tender.

Selain itu, ada dua pendekatan yang berbeda untuk keputusan penetapan harga (Horngren, Datar, dan Foster, 2005) yaitu:

a. Berbasis pasar

Perusahaan yang beroperasi di pasar yang kompetitif (misalnya, komoditi seperti minyak bumi dan gas alam) menggunakan pendekatan berbasis

pasar. Item yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh satu perusahaan sangat serupa dengan item yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan yang lain. Perusahaan yang berkecimpung dalam pasar ini harus menerima harga yang ditetapkan oleh pasar.

b. Berbasis biaya

Perusahaan yang beroperasi di pasar yang tidak kompetitif menyukai pendekatan berbasis biaya. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut tidak perlu merespon atau bereaksi terhadap harga pesaing.

Menurut Cecep Hidayat (2000), ada tiga metode dalam penetapan harga jual yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu:

- a. *Cost Oriented Pricing*, suatu cara penetapan harga jual yang dinyatakan pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan menambahkan suatu prosentase tertentu sebagai labanya.
- b. *Demand Oriented Pricing*, suatu cara penetapan harga jual yang didasarkan pada banyaknya permintaan. Jika permintaan naik harga pun cenderung naik, dan sebaliknya jika permintaan turun maka harga cenderung turun walaupun mungkin biaya yang di keluarkan sama saja.
- c. *Competition Oriented Pricing*, suatu cara penetapan harga yang didasarkan pada harga pesaing. Metode ini ditetapkan agar harga jual tidak lebih tinggi dari harga pesaing. Tingkat harga jual dapat ditetapkan tiga kebijakan yaitu: sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari harga pesaing.

## 6. Memilih harga akhir

Metode-metode penetapan harga mempersempit rentang harga yang harus dipilih perusahaan untuk menentukan harga akhir. Dalam memilih harga akhir, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor tambahan yaitu penetapan harga psikologis, pengaruh elemen bauran pemasaran lain terhadap harga, kebijakan penetapan harga perusahaan, dan pengaruh harga terhadap pihak-pihak lain.

Selain itu, sumber lain mengatakan bahwa terdapat strategi-strategi penetapan harga yaitu diantaranya:

- a. Strategi harga berorientasi pada biaya
- b. Strategi harga berorientasi pada permintaan
- c. Strategi harga berorientasi pada persaingan

### 2.1.5 Macam-Macam Kebijakan Harga

Kebijakan harga meliputi bidang yang cukup luas pencapaiannya. Adapun macam-macam dari kebijakan harga adalah:

#### 1. Kebijaksanaan harga produsen

Para produsen berkepentingan untuk mengetahui harga penjualan eceran dari produknya. Kebijaksanaan harga produsen terdiri dari:

##### a. Intered pricing

Para produsen yang memperhatikan harga yang ditawarkan oleh retailer sebelum menetapkan harga jualnya.



b. Inverted pricing

Seorang pengusaha menentukan harga pabriknya dengan berpedoman kepada harga penjualan eceran yang ditawarkan kepada konsumen sedemikian rupa sehingga harga pabrik yang akan ditentukan bagi produknya itu adalah sama dengan harga eceran setelah dikurangi dengan keuntungan para distributor.

Produsen yang memproduksi barang baru mempunyai pilihan dalam proses kebijakan harga yaitu:

- 1) Skimming price, yaitu memasang harga setinggi mungkin dengan alasan:
  - a) Demand bersifat inelastis pada waktu barangnya dipasarkan
  - b) Segmen pasar ditujukan kepada konsumen-konsumen yang memiliki kemampuan finansial.
  - c) Bertujuan untuk mengembalikan modal yang telah tertanam dalam waktu singkat.
  - d) Tidak dikhawatirkan masuknya pesaing baru.
- 2) Penetration price, yaitu memasang harga yang rendah pada permulaan pemasaran kemudian dinaikkan bertahap. Alasan-alasan kebijakan ini adalah:
  - a) Diperkirakan demand bersifat elastis.
  - b) Volume produksi yang besar, biaya-biaya akan dapat ditekan.
  - c) Takut akan masuknya calon-calon pesaing.

- 3) Harga pokok lebih rendah dari pesaing. Produsen yang secara efisien dan efektif dalam proses produksi maka akan memperoleh banyak keuntungan karena penghematan-penghematan. Oleh sebab itu, seringkali produsen memperoleh harga pokok lebih rendah dari perusahaan saingannya.
- 4) Competitors price or price leader, yaitu penetapan kebijakan harga mengikuti harga pesaing.
- 5) Cost of goods. Harga pokok menjadi pedoman dalam penetapan harga. Bila biaya produksi perusahaan lebih rendah dari biaya produksi perusahaan lainnya maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pesaing karena adanya penghematan-penghematan dari biaya produksi.

## 2. Kebijaksanaan harga wholesaler (pedagang grosir)

Para produsen biasa menggunakan beberapa macam kebijakan harga yang dipakai oleh wholesaler seperti:

- a. Geographical price quotation. Produsen dapat menetapkan harga-harga yang berbeda sesuai dengan besarnya ongkos angkut karena perbedaan geografis.
- b. Price adjusted to buyers position. Adanya pemberian harga yang berbeda untuk masing-masing golongan pembeli.
- c. Price based on quantity purchased. Harga-harga disesuaikan dengan besarnya jumlah pembelian. Makin besar pembeli, harga bisa lebih rendah karena mendapatkan potongan khusus.

- d. Dumping, yaitu menjual barang keluar negeri dengan harga yang lebih murah dari harga dalam negeri.
- e. Discount methods of quonting price. Biasanya perusahaan memiliki kebijakan harga yang sama tetapi berbeda dalam pemberian discount.

### 3. Kebijaksanaan harga retailer

Ada beberapa macam kebijakan harga yang dilakukan oleh retailer, yaitu:

- a. Margin pricing, adalah penentuan harga penjualan yang dikehendaki tergantung kepada biaya-biaya yang telah dikeluarkan, lambat atau cepatnya peredaran barang, tingkat bunga yang berlaku, resiko kerusakan dan perkembangan harga.
- b. Pricing lining. Kebijakan harga disini ialah menggolongkan barang-barang ke dalam kelompok-kelompok yang berharga satuan.
- c. Competitors prices. Kebijakan ini mempunyai tujuan untuk memperoleh reputasi sebagai produsen yang murah untuk barang-barang yang dikenal oleh umum. Loss leader artinya harganya ditetapkan dibawah harga umum sedangkan price leader artinya harganya ditetapkan diatas harga umum.
- d. Discount house, adalah suatu produsen yang menjual barang-barang secara eceran dengan suatu potongan harga sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum.
- e. Judgement pricing, ialah dasar penetapan harga berdasarkan perkiraan saja. Misalnya disebabkan karena kekurangan modal, barang dan sebagainya. Perkiraan ini berdasarkan pada anggapan bahwa para pembeli juga akan menilai sesuai dengan perkiraan penjual.



- f. Customary prices. Dalam jangka panjang harga-harga suatu barang tersebut akan tetap stabil. Hal ini berdasarkan pada kebiasaan untuk mengubah atau menaikkan harga akan menimbulkan kesulitan sebab mungkin langganan akan protes atau langganan akan lari ke produsen lain.
- g. Odd prices. Kebijakan harga ini biasanya memasang harga yang lebih rendah daripada yang seharusnya sehingga secara psikologis konsumen merasa memperoleh keuntungan karena hanya membayar lebih kecil daripada harga yang seharusnya dibayar.
- h. Combinations offers. Kebijakan ini mengkombinasikan dua produk dengan satu harga yang salah satu produknya memiliki daya jual yang kecil. Maksudnya ialah disamping memikat calon pembeli juga melariskan barang lain yang memiliki daya jual relatif kecil.

## **2.2 Pendapatan Daerah**

Pendapatan daerah adalah semua hak daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan. Dalam pendapatan daerah terdiri atas:

### **2.2.1 Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Pendapatan Asli Daerah bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi Daerah sebagai perwujudan Desentralisasi. Pendapatan asli daerah yang selanjutnya disebut PAD, terdiri dari:

a) Hasil Pajak Daerah

Definisi pajak daerah menurut UU Nomor 18 Tahun 1997 sebagaimana yang telah diubah dengan UU Nomor 34 Tahun 2000 adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Subjek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan Pajak Daerah. Sedangkan Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah diwajibkan untuk melakukan pembayaran pajak terutang, termasuk pemungutan atau pemotong pajak tertentu.

Adapun jenis-jenis pajak daerah adalah sebagai berikut:

(1) Jenis Pajak Propinsi, terdiri dari:

- (a) Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air.
- (b) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air.
- (c) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
- (d) Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.

(2) Jenis Pajak Kabupaten/Kota terdiri dari :

- (a) Pajak Hotel
- (b) Pajak Restoran
- (c) Pajak Hiburan

- (d) Pajak Reklame
- (e) Pajak Penerangan Jalan
- (f) Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C
- (g) Pajak Parkir
- (h) Pajak Lain-lain.

Tabel 2.1 berikut menyajikan tarif maksimal dari jenis-jenis pajak sebagaimana yang dimaksud diatas.

**Tabel 2.1**  
**Tarif maksimal dari jenis-jenis pajak**

No.	Jenis Pajak Daerah	Tarif
1.	Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air	5 %
2.	Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air	10 %
3.	Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.	5 %
4.	Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.	20 %
5.	Pajak Hotel	10 %
6.	Pajak Restoran	10 %
7.	Pajak Hiburan	35 %
8.	Pajak Reklame	25 %
9.	Pajak Penerangan Jalan	10 %
10.	Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C	20 %
11	Pajak Parkir	20 %

Sumber : Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang No. 34 Tahun 2000



Tarif untuk masing-masing jenis pajak daerah sebagaimana telah diuraikan diatas merupakan tarif maksimal untuk masing-masing jenis pajak. Untuk pajak daerah yang termasuk pajak propinsi, ditetapkan seragam di seluruh Indonesia, sedangkan pajak daerah yang termasuk dalam pajak kota/kabupaten masih dapat ditinjau kembali oleh pihak pemerintah daerah dan dapat ditetapkan lebih rendah dari tarif maksimal yang telah ditentukan dan kemudian ditetapkan kembali dengan peraturan daerah setempat.

Dengan peraturan daerah, pemerintah daerah dapat menetapkan jenis pajak kabupaten/kota yang baru sesuai dengan keadaan dan potensi dari masing-masing daerah asalkan memenuhi beberapa kriteria berikut:

- a. Bersifat pajak dan bukan retribusi
- b. Objek pajak terletak atau terdapat di wilayah kabupaten/kota yang bersangkutan.
- c. Objek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum.
- d. Objek pajak bukan merupakan objek pajak propinsi dan/atau objek pajak pusat.
- e. Potensinya memadai.
- f. Tidak memberikan dampak ekonomi yang negatif.
- g. Memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat.
- h. Menjaga kelestarian lingkungan.

Selain itu, terdapat 5 kriteria yang harus dipenuhi agar suatu potensi pendapatan daerah dapat menjadi objek pengenaan Pajak Daerah:

1. Kecukupan dan elastisitas
2. Pemerataan
3. Kemampuan administratif
4. Penerimaan politis
5. Kecocokan suatu pajak.

Cara menghitung besarnya pajak daerah sesuai Pasal 3 ayat (4) Undang-undang No.34 Tahun 2000 adalah:

$$\text{Pajak Daerah} = \text{Tarif} \times \text{Dasar pengenaan Pajak}$$

Pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak serta pengawasan penyetorannya.

Pajak yang terutang adalah pajak yang harus dibayar pada suatu saat, dalam Masa Pajak, dalam Tahun Pajak, atau dalam bagian Tahun Pajak menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

Pajak dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah yang dilaksanakan dengan menggunakan Surat Ketetapan Pajak Daerah.

Selain itu, Wajib Pajak bisa melakukan penghitungan dan pembayaran sendiri dengan menggunakan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah.

b) Hasil retribusi daerah

Retribusi daerah atau retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian ijin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Menurut Ibnu Syamsi mengatakan tentang retribusi bahwa:

“Retribusi adalah iuran dari masyarakat tertentu (individu) yang bersangkutan yang ditetapkan berdasarkan peraturan pemerintah yang prestasinya di tunjuk secara langsung dan pelaksanaannya dapat dipaksakan. Dengan kata lain yang lebih sederhana, retribusi adalah pungutan yang dibebankan kepada seseorang karena menikmati jasa secara langsung.”

Retribusi daerah terdiri atas 3 golongan, yaitu:

1. Retribusi Jasa Umum

Retribusi jasa umum adalah pelayanan yang disediakan atau diberikan Pemerintah Daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Jenis-jenis retribusi umum seperti yang diatur dalam PP No 66/2001 antara lain :

- a. retribusi pelayanan kesehatan
- b. retribusi pelayanan persampahan atau kesehatan
- c. retribusi penggantian biaya cetak kartu tanda penduduk dan akte catatan sipil
- d. retribusi pelayanan pemakaman dan pengabuan mayat
- e. retribusi parkir di tepi jalan umum
- f. retribusi pelayanan pasar



- g. retribusi pengujian kendaraan bermotor
- h. retribusi penggantian biaya cetak peta
- i. retribusi pengujian kapal perikanan

## 2. Retribusi Jasa Usaha

Retribusi jasa usaha adalah pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganut prinsip komersial. Jenis-jenis retribusi jasa usaha yang diatur dalam PP No 66/2001 antara lain :

- a. retribusi pemakaian kekayaan daerah
- b. retribusi pasar grosir dan atau pertokoan
- c. retribusi tempat pelelangan
- d. retribusi terminal
- e. retribusi tempat khusus parkir
- f. retribusi tempat penginapan atau pesanggarahan atau villa
- g. retribusi penyedotan kakus
- h. retribusi pelayanan pelabuhan kapal
- i. retribusi tempat rekreasi dan olah raga
- j. retribusi penyeberangan di atas air
- k. retribusi pengolahan limbah cair
- l. retribusi penjualan produksi usaha daerah

## 3. Retribusi Perizinan Tertentu

Retribusi perizinan tertentu adalah kegiatan tertentu Pemerintah Daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksud untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan

atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang, prasarana, sarana atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan. Jenis-jenis retribusi perizinan tertentu yang diatur dalam PP No 66/2001 antara lain :

- a. retribusi izin mendirikan bangunan
- b. retribusi izin tempat penjualan minuman beralkohol
- c. retribusi izin gangguan
- d. retribusi izin trayek.

c) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Jenis penerimaan yang termasuk hasil pengelolaan kekayaan Daerah lainnya yang dipisahkan, antara lain bagian laba, deviden, dan penjualan saham milik Daerah. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan diperinci menurut objek pendapatan yang mencakup :

- (1) hasil penjualan kekayaan daerah,
- (2) jasa giro,
- (3) pendapatan bunga,
- (4) penerimaan atas tuntutan ganti kerugian daerah,
- (5) penerimaan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah,
- (6) penerimaan keuntungan dari selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing,
- (7) pendapatan denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan,
- (8) pendapatan denda pajak,

- (9) pendapatan denda retribusi,
- (10) pendapatan hasil eksekusi atas jaminan,
- (11) pendapatan dari pengembalian,
- (12) fasilitas sosial dan fasilitas umum,
- (13) pendapatan dari penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan; dan (n) pendapatan dari angsuran/cicilan penjualan.

d) Lain-lain PAD yang sah

Lain-lain PAD yang sah sebagaimana dimaksud meliputi:

- hasil penjualan kekayaan Daerah yang tidak dipisahkan
- hasil pemanfaatan atau pendayagunaan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan
- jasa giro
- pendapatan bunga
- tuntutan ganti rugi
- keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing
- komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

### 2.2.2 Dana perimbangan

Dana Perimbangan bertujuan mengurangi kesenjangan fiskal antara Pemerintah dan Pemerintahan Daerah dan antar-Pemerintah Daerah. Dana perimbangan terdiri atas:

a. Dana Bagi Hasil, yang bersumber dari pajak dan sumber daya alam. Dana

Bagi Hasil yang Bersumber dari Pajak terdiri dari :



- Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sektor perdesaan, perkotaan, perkebunan, pertambangan serta kehutanan;
- Bea Perolehan Atas Hak Tanah dan Bangunan (BPHTB) sektor perdesaan, perkotaan, perkebunan, pertambangan serta kehutanan;
- Pajak Penghasilan (PPH) Pasal 21, Pasal 25, dan Pasal 29 wajib pajak orang pribadi dalam negeri.

Sedangkan dana bagi hasil yang bersumber dari Sumber Daya Alam terdiri

dari:

- Penerimaan kehutanan
- Penerimaan pertambangan umum
- Penerimaan perikanan
- Penerimaan pertambangan minyak bumi
- Penerimaan pertambangan gas bumi
- Penerimaan pertambangan panas bumi

b. Dana Alokasi Umum (DAU)

Jumlah keseluruhan DAU ditetapkan sekurang-kurangnya 26% dari Pendapatan Dalam Negeri Neto yang ditetapkan dalam APBN. DAU untuk suatu daerah ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu yang menekankan pada aspek pemerataan dan keadilan yang selaras dengan penyelenggaraan urusan pemerintahan yang formula dan penghitungan DAU-nya ditetapkan sesuai Undang-Undang.

### c. Dana Alokasi Khusus (DAK)

Dana Alokasi Khusus (DAK) dialokasikan kepada daerah tertentu untuk mendanai kegiatan khusus yang merupakan urusan Daerah. DAK dialokasikan dari APBN kepada daerah tertentu dalam rangka pendanaan pelaksanaan desentralisasi untuk:

- mendanai kegiatan khusus yang ditentukan Pemerintah atas dasar prioritas nasional;
- mendanai kegiatan khusus yang diusulkan daerah tertentu.

Pemerintah menetapkan kriteria DAK meliputi kriteria umum, kriteria khusus dan kriteria teknis. Kriteria umum yakni ditetapkan dengan mempertimbangkan kemampuan Keuangan Daerah dalam APBD. Kriteria khusus yaitu dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan dan karakteristik daerah. Sedangkan kriteria teknis yakni ditetapkan oleh kementerian Negara/ departemen teknis. Selain itu, daerah penerima DAK wajib menyediakan Dana Pendamping sekurang-kurangnya 10% dari alokasi DAK.

### 2.2.3 Lain-lain pendapatan daerah yang sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah sebagaimana dimaksud merupakan seluruh pendapatan daerah selain PAD dan dana perimbangan, yang meliputi hibah, dana darurat, dan lain-lain pendapatan yang ditetapkan Pemerintah. Hibah yang dimaksud merupakan bantuan berupa uang, barang, dan/atau jasa yang berasal dari Pemerintah, masyarakat, dan badan usaha dalam negeri atau luar negeri. Sedangkan Pendapatan dana darurat sebagaimana yang dimaksud adalah

bantuan Pemerintah dari APBN kepada pemerintah daerah untuk mendanai keperluan mendesak yang diakibatkan peristiwa tertentu yang tidak dapat ditanggulangi APBD.

Pemerintah dapat mengalokasikan dana darurat kepada daerah yang dinyatakan mengalami krisis keuangan daerah, yang tidak mampu diatasi sendiri, sehingga mengancam keberadaannya sebagai daerah otonom. Besarnya alokasi dana darurat ditetapkan oleh Menteri Keuangan dengan memperhatikan pertimbangan Menteri Dalam Negeri dan Menteri teknis terkait.







## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Indriantoro dan Supomo (1999) yaitu:

“Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan perusahaan secara sistematis, aktual, dan akurat dengan cara mengumpulkan data berdasarkan fakta yang nampak dalam organisasi, dimana fakta-fakta tersebut dikumpulkan, diolah, dan dianalisis sehingga dapat memberikan saran-saran untuk masa yang akan datang.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode studi kasus dan studi lapangan. Dalam hal ini, penulis mengamati aspek-aspek tertentu yang lebih spesifik untuk memperoleh data dari subyek yang diteliti baik yang berkaitan dengan latar belakang maupun kondisi yang terjadi saat ini.

#### 3.2 Obyek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang perhitungan tarip air dan kontribusi kenaikan tarip tersebut terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) oleh laba perusahaan daerah yakni Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang yang terletak di Jalan Terusan Danau Sentani No. 100 Malang.

### 3.3 Sumber Data

Berdasarkan sumbernya maka data dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Namun dalam penelitiannya, penulis hanya menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah diproses oleh pihak lain baik dari perusahaan maupun di luar perusahaan. Data sekunder dapat berupa publikasi resmi yang dikeluarkan oleh lembaga terkait, seperti peraturan daerah yang berhubungan dengan Perusahaan Daerah Air Minum, Pendapatan Asli Daerah, dan sebagainya.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk tujuan analisa. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak yang berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang. Hasil dari wawancara akan digunakan sebagai sumber data yang berhubungan langsung dengan pokok permasalahan.
2. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung dan mencatat secara sistematis terhadap aktivitas yang terkait dengan obyek yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk mengetahui aktivitas organisasi secara langsung.
3. Dokumentasi, yaitu mengadakan pengamatan atas dokumen-dokumen atau laporan-laporan atau catatan-catatan atau formulir-formulir yang



bersangkutan, yang ada dalam organisasi yaitu Perusahaan Daerah Kota Malang.

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis data berguna untuk mengumpulkan kebenaran-kebenaran dari jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian atau yang sedang diteliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif yang bertujuan melukiskan atau menggambarkan suatu fenomena atau keadaan yang diteliti. Untuk mencapai tujuan penelitian agar sesuai dengan yang diharapkan dalam penyusunan tugas akhir ini dan untuk memperoleh suatu kesimpulan, maka data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Memeriksa dan meneliti data-data yang telah terkumpul dan menjamin apakah data tersebut dapat dipertanggungjawabkan.
- b. Mengategorikan data-data yang disesuaikan dengan kriteria serta hal-hal yang diperlukan dalam suatu pendataan. Penyajian data penelitian ini dipergunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan kenyataan-kenyataan yang terjadi bersifat umum dan kemungkinan masalah yang dihadapi serta solusinya.
- c. Menghitung biaya produksi air selama tahun 2006 sampai dengan 2008.
- d. Mengukur dan tabulasi data kenaikan tarif tahun 2006 dan tahun 2009.
- e. Membandingkan tarif air yang berlaku pada tahun 2006 sampai 2008 dengan biaya atau harga pokok produksi air.

- f. Menganalisis kontribusi kenaikan tarif air terhadap Pendapatan Asli Daerah tahun 2006 sampai dengan 2008.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum PDAM Kota Malang

##### 4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya

Sejak Jaman Belanda berkuasa di Indonesia, sistem penyediaan air bersih di Kota Malang sudah ada, namun dalam proses perkembangannya mengalami perubahan dan beberapa pembaharuan dalam segala aspek. Pada tahun 1914 Pemerintah Belanda di Indonesia memanfaatkan air karangan 40 liter/detik sebagai sumber air bersih Kota Malang, dan untuk menambah debit produksi air bersih juga dilakukan dengan memanfaatkan sumber air Sumbersari 40 liter/detik pada tahun 1928 yang didistribusikan secara gravitasi ke rumah-rumah pelanggan. Akibat perkembangan penduduk yang semakin pesat dan kebutuhan akan air bersih juga semakin meningkat maka pada tahun 1931 dan 1955 ada penambahan sumber mata air lagi yang dikembangkan yaitu sumber Binangun sebesar 240 liter/detik.

Pada tanggal 18 Desember 1974 dengan diterbitkannya Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1974, Unit Air Minum berubah status menjadi Perusahaan Daerah Air Minum, yang berbadan hukum sebagaimana yang diatur oleh UU Nomor 5 Tahun 1965 mengenai Perusahaan Daerah. Sejak itulah Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang mempunyai status Badan Hukum, sehingga



dengan demikian mempunyai hak otonomi dalam pengolahan air minum. Tahun 1980 Pemerintah memandang perlu untuk mengambil tindakan dalam memenuhi kekurangan air bersih bagi penduduk Malang dimasa-masa yang akan datang, sehingga perlu untuk mengelola sumber air bersih yang potensial yang berada dekat dengan Kota Malang yaitu sumber Wendit 500 liter/detik dengan sistem pompanisasi.

Perkembangan penduduk sangat erat kaitannya dengan rencana pembangunan suatu daerah termasuk keperluan jaringan air bersih. Dengan adanya perluasan wilayah Kota Malang mengakibatkan bertambahnya penduduk sehingga pada tahun 1988 perluasan daerah air minum siap melaksanakan tambahan. Sumber air baru yang berada di daerah Kabupaten Malang, yaitu sumber Ngesong dan Banyuning masing-masing berkapasitas 40 liter/detik dan 100 liter/detik. Kondisi perkembangan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang sampai sekarang terus berkembang setelah bisa menambah kapasitas dari Sumber Wendit menjadi Wendit II dan Wendit III dengan kapasitas terpasang masing-masing 500 liter/detik, sehingga total produksinya sekarang sudah mencapai 1.196 liter/detik dari kapasitas terpasang 1.610 liter/detik dan kapasitas ijin total lebih dari 2000 liter/detik dengan jumlah pelanggan lebih dari 90.000 rumah.

#### **4.1.2 Kegiatan Perusahaan**

Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang mempunyai tugas memberikan pelayanan kebutuhan air bersih khususnya kepada masyarakat di wilayah Kota

Malang. Dalam rangka melaksanakan fungsi tersebut kegiatan perusahaan meliputi:

- Mengolah sumber air untuk memperoleh air bersih dan menyalurkannya ke pelanggan
- Membangun jaringan distribusi dan transmisi dalam rangka untuk mengoptimalkan penyaluran air bersih kepada masyarakat di wilayah kerjanya.
- Melakukan pemeliharaan jaringan distribusi dan transmisi untuk menekan kebocoran/kehilangan air.

#### 4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

##### 1. Visi :

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan publik, PDAM Kota Malang berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat pelanggan, maka PDAM Kota Malang merumuskan visi bersama yang akan menjadi arah, perekat, dan motivator dalam pengembangan perusahaan, yaitu:

**“Menjadi Perusahaan Air Minum terkemuka dan tersehat di Indonesia”.**

##### 2. Misi :

Misi merupakan alasan utama keberadaan PDAM Kota Malang dan dari mana PDAM Kota Malang berangkat, guna memenuhi keinginan dan harapan para *stakeholder*. Misi secara jelas dan lugas harus dirumuskan agar dapat selalu diingat dan diharapkan dapat dimengerti dan dihayati oleh segenap warga PDAM Kota Malang. Misi dipakai sebagai pedoman bertindak dan sebagai

sumber inspirasi untuk selalu melakukan yang terbaik untuk kepentingan bersama. Rumusan misi PDAM Kota Malang adalah :

- a. Meningkatkan dan mengutamakan pelayanan
- b. Meningkatkan profesionalisme SDM
- c. Meningkatkan kinerja manajemen
- d. Menjaga kelestarian sumber air baku dengan kerjasama antar daerah

#### 4.1.4 Lokasi dan Wilayah Usaha

PDAM Kota Malang mempunyai kantor pusat yang bertempat di Jl. Terusan Danau Sentani 100 Malang. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada pelanggan PDAM Kota Malang menyediakan *service point* pelayanan meliputi :

1. Jenis-jenis Pelayanan :
  - a. Pembayaran rekening
  - b. Pengaduan
  - c. Sambungan baru (kerjasama pendanaan dengan BRI Cabang Malang)
  - d. Pelayanan lainnya (ganti meter, uji akurasi meter, pindah meter, angsuran, dan lain-lain)
2. Counter pelayanan yang dimiliki oleh PDAM Kota Malang sebanyak 4 (empat) yang berlokasi :
  - a. Jl. A. Yani 53 (4 teller)
  - b. Jl. Sulawesi A-7 (5 teller)
  - c. Jl. WR Supratman C1 Kav. 10-12 (7 teller)
  - d. Jl. Trs. Danau Sentani 100 (6 teller)



### 3. Sistem pembayaran rekening :

#### a. Tunai (On line) :

a) 4 loket pelayanan

#### b) Loker Kantor POS Malang :

1) Jl. Merdeka Timur no. 5 Malang

2) Jl. Kolonel Sugiono Selatan no. 46 Malang

3) Jl. MT. Haryono (Dinoyo Permai) no. 58 Malang

4) Jl. Terusan Dieng no. 64 Malang

b. Giralisasi / Auto Debet : BCA, Bank Bukopin, Bank Niaga, Bank Maspion, Bank Mandiri, dan Bank Ekonomi (In progress)

4. Layanan Mikro Kredit Sambungan Baru bagi calon pelanggan di BRI Kawi dan BRI Martadinata

#### 5. Info Billing :

By phone: 0341 2926666 (KPS dengan PT. TELKOM)

### 4.1.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PDAM Kota Malang berdasarkan Surat Keputusan Walikota Malang No. 447 Tahun 2001 tentang kedudukan, susunan organisasi, uraian tugas, fungsi dan tata kerja PDAM Kota Malang, yang terdiri dari :

#### 1. Unsur Pimpinan

a. Direktur Utama

b. Direktur Administrasi dan Keuangan

c. Direktur Teknik

2. Unsur Staf
  - a. Bidang Penelitian dan Pengembangan
  - b. Satuan Pengawasan Internal
3. Unsur Pelaksana
  - a. Bagian Umum
  - b. Bagian Sumber Daya Manusia
  - c. Bagian Hubungan Pelanggan
  - d. Bagian Keuangan
  - e. Bagian Perencanaan Teknik
  - f. Bagian Produksi
  - g. Bagian Distribusi
  - h. Bagian Perawatan

Bagan Struktur Organisasi dapat dilihat pada lampiran 1.

#### **4.1.6 Sumber Daya Manusia**

Karyawan merupakan salah satu aset dan elemen kunci yang penting bagi PDAM Kota Malang sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan publik. Oleh karena itu pengelolaan sumber daya manusia bagi PDAM Kota Malang merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam menjalankan roda perusahaan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Berbagai langkah dilakukan PDAM Kota Malang untuk mengelola sumber daya manusianya agar mencapai kualitas sumber daya manusia yang memadai, diantaranya: observasi pegawai dengan pihak eksternal, peningkatan pendidikan dan pengetahuan pegawai, promosi atau demosi jabatan dan jenjang pangkat pegawai.

Jumlah karyawan PDAM Kota Malang per 31 Desember 2008 adalah sebanyak 494 orang, yang terdiri dari pegawai tetap sebanyak 457 orang dan pegawai tidak tetap sebanyak 37 orang, selengkapnya ditunjukkan dalam tabel 4.1 dan table 4.2 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Karyawan per Bagian Tahun 2008**

JABATAN/ BAGIAN	STATUS								JUMLAH
	TETAP				TIDAK TETAP				
	AWAL BULAN	MUTASI		JUMLAH	AWAL BULAN	MUTASI		JUMLAH	
TAMBAH		KURANG	TAMBAH			KURANG			
DIREKSI	3	0	0	3	0	0	0	0	3
ADMINISTRASI & KEUANGAN									
1. Keuangan	42	0	1	41	1	0	0	1	42
2. SDM	12	0	0	12	1	0	0	1	13
3. Hubungan Pelanggan									125
4. Umum									81
TEKNIK									
1. Produksi	46	0	0	46	0	0	0	0	46
2. Distribusi	91	0	0	91	1	0	0	1	92
3. Perencanaan Teknik	19	0	0	19	1	0	0	1	20
4. Perawatan	42	0	0	42	1	0	0	1	43
Penelitian dan Pengembangan	9	0	0	9	0	0	0	0	9
Satuan Pengawas Internal	13	0	0	13	0	0	0	0	13
Sistem Informasi Manajemen	7	0	0	7	0	0	0	0	7
Jumlah	457	1	1	457	34	3	0	37	494

Sumber : PDAM Kota Malang

**Tabel 4.2**  
**Pendidikan Karyawan**

PENDIDIKAN	STATUS								JUMLAH
	TETAP				TIDAK TETAP				
	AWAL BULAN	MUTASI		JUMLAH	AWAL BULAN	MUTASI		JUMLAH	
TAMBAH		KURANG	TAMBAH			KURANG			
S2	16	1	0	17	0	0	0	0	17
Sarjana/ S1	175	0	1	174	8	0	0	8	182
Sarjana Muda/ D3	8	0	0	8	1	0	0	1	9
D1	4	0	1	3	0	0	0	0	3
SLTA	183	9	0	192	14	4	0	18	210
SLTP	71	0	8	63	11	0	1	10	73
Jumlah	457	10	10	457	34	4	1	37	494

Sumber : PDAM Kota Malang



Sumber Daya Manusia yang ada kualitasnya harus selalu ditingkatkan secara terus menerus dengan pelatihan-pelatihan, kursus-kursus dan juga selalu mengikuti perkembangan teknologi air minum, apabila kualitas SDM bisa ditingkatkan maka dengan penambahan jumlah pelanggan tidak perlu lagi diikuti dengan penambahan jumlah karyawan sehingga batasan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam upaya penyehatan PDAM dapat segera diwujudkan yaitu untuk setiap 1000 pelanggan yang dilayani, jumlah karyawannya tidak lebih dari 5 orang, dan saat ini di PDAM Kota Malang rasio karyawan masih 5,45 sehingga perlu diturunkan menjadi kurang atau maksimal 5 saja.

## **4.2 Tarif Air PDAM dan Perhitungannya**

### **4.2.1 Dasar Kebijakan Penetapan Tarif Air.**

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 23 Th. 2006 tentang Pedoman Teknis dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum pada PDAM. Tarif air minum PDAM yang selanjutnya disebut tarif adalah kebijakan harga jual air minum dalam setiap meter kubik ( $m^3$ ) atau satuan volume lainnya sesuai kebijakan yang ditentukan Kepala Daerah dan PDAM yang bersangkutan. Penetapan tarif air didasarkan pada prinsip keterjangkauan dan keadilan, mutu pelayanan yang bisa diterima, pemulihan biaya, efisiensi pemakaian air, transparansi dan akuntabilitas serta perlindungan air baku. Prinsip keterjangkauan terpenuhi apabila pengeluaran rumah tangga untuk membeli air guna memenuhi standar kebutuhan pokok air minum 60 liter/orang/hari atau  $10 m^3$ /keluarga tidak sampai melampui 4% dari pendapatan pelanggan atau keluarga. Prinsip keadilan

dalam pengenaaan tarif dicapai melalui penerapan subsidi silang antar kelompok pelanggan, dan tetap mempertimbangkan mutu pelayanan atau istilah sekarang standar pelayanan minimal yang bisa diterima pelanggan.

Prinsip pemulihan biaya secara penuh (*full cost recovery*) ditambah dengan tingkat keuntungan yang wajar minimal 10% dari aktiva produktif agar PDAM bisa berkembang untuk meningkatkan cakupan pelayanan kepada masyarakat. Efisiensi pemakaian air yang dengan cara tarif progresif juga merupakan dasar kebijakan penetapan tarif agar terjadi penghematan pemakaian air yang tidak terlalu melebihi jauh dari standar kebutuhan pokok air minum, hal ini juga bermaksud untuk ikut menjaga kelestarian sumber air baku. Prinsip transparansi dan akuntabilitas dilakukan dengan memberikan informasi dan sekaligus menjanging aspirasi yang berkaitan dengan perhitungan penetapan tarif air dan tetap berdasarkan landasan perhitungan yang mudah dipahami serta dapat dipertanggung jawabkan kepada *Stakeholder*.

#### **4.2.2 Perhitungan Biaya Dasar dan Biaya Usaha**

Biaya dasar yang diperlukan untuk memproduksi setiap meter kubik air minum dihitung atas dasar biaya usaha yang meliputi biaya sumber air, biaya pengolahan air, biaya transmisi distribusi, biaya umum dan administrasi dan biaya lain dalam periode setahun dibagi dengan volume air yang terproduksi selama setahun dikurangi volume kehilangan atau kebocoran air standar ( 25 % dari air yang terproduksi selama setahun).



Proyeksi biaya dasar dalam satuan Rp./m<sup>3</sup> dihitung atas dasar proyeksi biaya usaha dibagi dengan proyeksi volume air terproduksi dikurangi proyeksi volume kehilangan atau kebocoran standar pada tahun proyeksi. Proyeksi biaya usaha air minum dihitung berdasarkan data historis dengan memperhatikan proyeksi tingkat harga, proyeksi tingkat inflasi, kemungkinan adanya efisiensi biaya, rencana tingkat produksi dan rencana investasi disertai rencana sumber pendanaannya.

#### **4.2.3 Pendapatan PDAM.**

Sumber pendapatan utama PDAM sebagai badan usaha adalah dari hasil penjualan air. Selain pendapatan utama yang berasal dari penjualan air PDAM juga memperoleh pendapatan lain yang disebut dengan pendapatan non air dan pendapatan kemitraan. Pendapatan non air meliputi pendapatan sambungan baru, pendapatan sewa instalasi, pendapatan pemeriksaan air lab, pendapatan penyambungan kembali, pendapatan denda, pendapatan pemeriksaan instalasi pelanggan, pendapatan penggantian meter rusak, pendapatan penggantian pipa persil dan pendapatan non air lainnya. Sedangkan pendapatan kemitraan yakni yang berhubungan dengan pendapatan royalti, pembagian pendapatan dari kemitraan, pembagian produksi dari kemitraan dan bagi hasil kerjasama.

Biaya pemeliharaan meter air merupakan komponen pendapatan yang dikenakan kepada pelanggan secara bulanan untuk biaya perbaikan dan penggantian suku cadang dan atau meter air agar akurasiya terjamin. Biaya administrasi rekening dikenakan kepada pelanggan secara bulanan untuk biaya



pencetakan rekening dan biaya penagihan. Sebagai pelanggan yang sudah tercatat resmi sebagai pelanggan dikenakan beban tetap bulanan abodemen dimaksudkan untuk mengembalikan investasi PDAM yang sudah terlanjur ditanamkan pada jaringan demi kelanjutan usaha dan pelayanan PDAM kepada masyarakat.

#### 4.2.4 Jenis dan Struktur Tarif

Tarif air minum dibedakan menjadi 4 (empat), yaitu: tarif rendah, tarif dasar, tarif penuh dan tarif yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan. Tarif rendah adalah tarif bersubsidi, yaitu tarif yang lebih rendah dari proyeksi biaya dasar. Kebijakan tarif rendah ini sebagai *floor Price policy* oleh karena itu penetapan tarif rendah tidak dianjurkan lebih rendah dari biaya produksi air (*cost of goods sold*) yang terdiri dari komponen biaya sumber, biaya pengolahan dan biaya transmisi dan distribusi, jika hal itu terjadi, maka diperlukan adanya subsidi.

Besaran subsidi yang akan diberikan untuk tarif rendah ditetapkan oleh masing-masing PDAM dengan persetujuan pemerintah daerah dan disesuaikan dengan kondisi masing-masing daerah, oleh karena itu besar tarif rendah dapat bervariasi antar segmen pelanggan dan merefleksikan kebijakan pemerintah daerah terhadap peran PDAM dalam mengemban misi dan fungsi pelayanan terhadap kebutuhan dasar masyarakat atau *public service obligation*.

Tarif dasar nilainya sama atau ekuivalen dengan biaya dasar. Bagi pelanggan yang dikenakan tarif dasar, berarti tidak memperoleh subsidi dan tidak pula memberikan subsidi kepada pelanggan lainnya. Tarif penuh nilainya lebih besar dari biaya dasar dan besarnya dapat bervariasi, dan disini terkandung

komponen tingkat keuntungan yang wajar dan kontra subsidi silang, artinya pelanggan yang dibebani tarif penuh memberikan subsidi silang kepada pelanggan yang membayar dengan tarif rendah.

Tarif kesepakatan ditentukan oleh PDAM berdasarkan kesepakatan dengan masing-masing pelanggan tertentu untuk saling menguntungkan, misalnya kepada pelanggan yang memang memerlukan air yang banyak untuk usaha tertentu yang apabila dikenakan tarif penuh pelanggan tersebut tidak mampu bayar, daripada mencari alternatif lain seperti membuat sendiri sumur bor, PDAM akan kehilangan peluang pelanggan potensial.

#### **4.2.5 Mekanisme Penetapan Tarif**

Tarif air minum PDAM ditetapkan melalui suatu mekanisme yang memungkinkan terwujudnya akomodasi kepentingan para pemangku kepentingan, yaitu: pelanggan, pemerintah daerah dan PDAM. Pertimbangan kepentingan pelanggan agar hak-haknya terlindungi dengan mewujudkan pelayanan yang baik sesuai yang diharapkan masyarakat pelanggan.

Pertimbangan kepentingan PDAM agar kesinambungan usaha PDAM tetap bisa berlangsung dan berkembang sebagaimana misi yang diemban. Pertimbangan kepentingan pemerintah daerah agar PDAM mampu memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dan mendorong peningkatan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya serta sebagai BUMD, PDAM juga mampu memberikan PAD ke pemerintah daerah untuk pembangunan daerah.

Penetapan tarif air minum PDAM agar memenuhi prinsip akuntabilitas dan transparansi dalam proses perhitungan dan penetapannya harus melalui tahapan proses pembahasan yang mendalam hingga sampai menjadi Peraturan Kepala Daerah dalam hal ini Walikota.

#### **4.2.6 Penyesuaian dan Peninjauan Tarif**

Penyesuaian dan peninjauan tarif dilakukan pada periode tertentu misalnya: 1 (satu) tahunan, 2 (dua) tahunan atau 3 (tiga) tahunan tergantung kondisi situasi daerah setempat, yang karena pengaruh dari nilai indeks inflasi tahunan, beban bunga pinjaman, dan mungkin juga karena adanya parameter perubahan point atau pasal perjanjian kerjasama dengan mitra kerja PDAM, yang jelas semua ini akan bisa menaikkan beban biaya yang akan ditanggung PDAM yang bila tidak segera dilakukan penyesuaian dan peninjauan tarif bisa berdampak pada penurunan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan penurunan target laba yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **4.3 Menghitung Harga Pokok Produksi Air**

#### **4.3.1 Produksi Air dan Volume Kehilangan Air**

Dalam kegiatan operasionalnya, Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang memiliki kegiatan operasi pokok yaitu memproduksi air dan mendistribusikan air tersebut kepada masyarakat guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Harga pokok produksi air berhubungan dengan tingkat air yang diproduksi oleh PDAM pada



setiap tahunnya. Oleh karena itu, berikut adalah rincian produksi air pada tahun 2006 hingga tahun 2008:

**Tabel 4.3**  
**Rincian Produksi dan Kehilangan Air**

Rincian Produksi Air (m3)		Kehilangan Air (m3)	% Kehilangan Air terhadap Produksi Air
Tahun	Produksi Air (m3)		
2006	41.115.794	12.597.162	30,64 %
2007	42.074.109	16.603.339	39,46 %
2008	37.820.926	15.716.180	41,55 %

Sumber: PDAM Kota Malang (diolah)

Jumlah volume produksi dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2007 relatif stabil dan hanya mengalami kenaikan rata-rata sebesar 2,40%, kecuali pada tahun 2008 yang mengalami penurunan sebesar 10,11% dari tahun 2007.

Kehilangan air dari tahun 2006 sampai tahun 2007 secara rata-rata meningkat 2,57%. Pada tahun 2008 kehilangan air menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan produksi air tahun 2008 disesuaikan dengan kebutuhan konsumsi air pelanggan.

#### 4.3.2 Harga Pokok Produksi

Biaya dalam hubungannya dengan produk, atau berdasarkan barang-barang yang diproduksi dan dijual, biaya dapat digolongkan menjadi (1) biaya

langsung terhadap produk yaitu semua biaya yang langsung dapat dikaitkan dengan barang yang dihasilkan atau dapat langsung dibebankan pada harga pokoknya; (2) biaya produksi tidak langsung yaitu biaya-biaya produksi yang tidak dapat secara langsung dikalkulasikan ke dalam harga pokok barang yang diproduksi.

Dalam Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang terdapat komponen biaya usaha yang terdiri dari biaya langsung usaha dan biaya tidak langsung. Biaya langsung usaha terdiri dari biaya sumber air, biaya pengolahan air, biaya transmisi dan distribusi serta biaya kemitraan. Sedangkan biaya tidak langsung terdiri dari biaya umum dan administrasi serta biaya keuangan.

Harga pokok produksi air minum dalam Perusahaan Daerah Air Minum yakni biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan proses produksi air (*cost of goods sold*) yang terdiri dari komponen biaya sumber, biaya pengolahan serta biaya transmisi dan distribusi. Biaya sumber terdiri dari biaya pegawai, biaya listrik, rupa-rupa biaya operasi, biaya pemeliharaan, retribusi air bawah tanah, biaya penyusutan aktiva tetap. Sedangkan untuk biaya pengolahan terdiri dari biaya pegawai, biaya pemakaian bahan kimia, biaya pemakaian bahan bakar, biaya listrik, rupa-rupa biaya pengolahan air, biaya pemeliharaan bangunan, biaya pemeliharaan instalasi pompa, biaya pemeliharaan instalasi pengolahan lainnya, dan biaya penyusutan aktiva tetap. Biaya transmisi dan distribusi terdiri dari biaya pegawai, biaya pemakaian bahan/perengkapan, biaya bahan bakar, biaya listrik, rupa-rupa biaya operasi, biaya pemeliharaan pipa transmisi dan distribusi, biaya pemeliharaan meter air, dan biaya penyusutan aktiva tetap.

Berikut ini biaya produksi air tahun 2006, 2007, serta tahun 2008:

**Tabel 4.4**  
**Biaya Produksi Air**

Tahun	Biaya Sumber (Rp)	Biaya Pengolahan (Rp)	Biaya Transmisi dan Distribusi (Rp)	TOTAL (Rp)
2006	2.780.825.974,00	12.572.705.434,00	10.608.795.388,00	25.962.326.796,00
2007	2.748.930.377,00	12.102.352.007,00	24.605.322.008,00	39.456.604.392,00
2008	4.133.590.914,00	12.314.036.317,00	24.853.701.444,00	41.301.328.675,00

Sumber : PDAM Kota Malang

Dari rincian biaya produksi air diatas terdapat kenaikan pada setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan adanya penambahan-penambahan aktiva tetap yang berkaitan dengan peningkatan biaya-biaya yang dibebankan pada biaya produksi air. Biaya produksi yang meningkat tersebut disebabkan karena adanya peningkatan dalam biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, biaya listrik, biaya pegawai dan biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produksi air. Pada tahun 2006 dan 2008 terdapat penambahan instalasi sumber, instalasi transmisi dan distribusi. Selain itu, pada tahun 2008 terdapat penambahan instalasi pompa. Berikut ini rincian biaya penambahan instalasi sumber serta instalasi transmisi dan distribusi serta instalasi pompa yang terjadi pada tahun 2006 dan 2008:



Tabel 4.5

Tabel penambahan instalasi

	2006	2007	2008
instalasi sumber	Rp 496.289.600,00	–	Rp 1.472.125.000,00
instalasi transmisi dan distribusi	Rp 4.136.050.232,00	–	Rp 6.302.380.081,00
instalasi pompa	Rp -	–	Rp 189.718.000,00
total	<b>Rp 4.632.339.832,00</b>	–	<b>Rp 7.964.223.081,00</b>

Sumber : PDAM Kota Malang

Adanya penambahan instalasi sumber, transmisi dan distribusi serta instalasi pompa disebabkan karena adanya tingkat penambahan produksi dan perluasan wilayah jangkauan air guna memenuhi permintaan konsumen. Peningkatan yang terjadi pada instalasi tersebut mengakibatkan penambahan terhadap biaya pemeliharaan instalasi-instalasi tersebut yang langsung akan menambah biaya pokok produksi pada setiap tahunnya. Meningkatnya biaya-biaya produksi setiap tahunnya karena adanya penambahan instalasi-instalasi baru yang dilakukan oleh PDAM. Hal ini bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat yaitu mengalami penambahan rata-rata sebesar 2,97%. Oleh karena itu, PDAM memutuskan untuk membebankan tingginya biaya produksi tersebut kepada kebijakan penetapan tarif air yang dibebankan kepada masyarakat sesuai dengan golongan pengguna air.

### 4.3.3 Biaya air berdasarkan Biaya Usaha dan Biaya Produksi

Dalam penentuan tarif air, PDAM juga harus mempertimbangkan peningkatan pelayanan kepada masyarakat guna memenuhi kebutuhan air masyarakat. Penentuan tarif air harus dapat menutupi biaya untuk memproduksi air. Dalam menentukan biaya dasar harus disesuaikan dengan biaya usaha terdiri dari biaya langsung dan tidak langsung usaha. Biaya dasar ini harus dapat menutupi biaya usaha. Selain itu, dalam menentukan biaya dasar harus memperhitungkan biaya usaha PDAM Kota Malang selama Tahun 2006 hingga 2008. Berikut ini adalah rincian biaya usaha PDAM selama kurun waktu 3 tahun dan perhitungan tarif dasar air per m<sup>3</sup> berdasarkan biaya usaha:

**Tabel 4.6**

#### **Rincian Biaya Usaha**

Tahun	Biaya Usaha		Total Biaya Usaha
	Biaya Langsung	Biaya Tidak langsung	
2006	Rp 25.962.326.796,00	Rp 29.136.387.155,00	Rp 55.098.713.951,00
2007	Rp 39.456.604.392,00	Rp 18.520.417.143,00	Rp 57.977.021.535,00
2008	Rp 41.301.328.675,00	Rp 21.464.963.258,00	Rp 62.766.291.933,00

**Sumber : PDAM Kota Malang**

**Tabel 4.7**  
**Perhitungan Biaya Usaha**

<b>Tahun 2006</b>	
Produksi Air (m3)	41.115.794
Kehilangan Air (m3)	12.597.162
Biaya Usaha	Rp55.098.713.951,00
Biaya dasar/m3	Rp 1.932
<b>Tahun 2007</b>	
Produksi Air (m3)	42.074.109
Kehilangan Air (m3)	16.603.339
Biaya Usaha	Rp57.977.021.535,00
Biaya dasar/m3	Rp 2.276
<b>Tahun 2008</b>	
Produksi Air (m3)	37.820.926
Kehilangan Air (m3)	15.716.180
Biaya Usaha	Rp 62.766.291.933,00
Biaya dasar/m3	Rp 2.839

**Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)**

Berdasarkan ketentuan Permendagri No.23 Tahun 2006, biaya dasar dihitung berdasarkan pembagian biaya usaha dengan pengurangan antara produksi air dan volume kehilangan air. Dalam menentukan tarif rendah yang merupakan *floor Price policy* dimana perhitungan tarif rendah dianjurkan tidak lebih rendah daripada harga pokok produksi sehingga biaya produksi per m3 tanpa subsidi dapat dihitung dengan cara:



**Tabel 4.8**  
**Perhitungan Biaya Produksi**

<b>Tahun 2006</b>	
Produksi Air (m3)	41.115.794
Biaya Produksi	Rp25.962.326.796,00
Biaya Produksi/m3	Rp 631, 44
<b>Tahun 2007</b>	
Produksi Air (m3)	42.074.109
Biaya Produksi	Rp39.456.604.392,00
Biaya Produksi/m3	Rp 937,78
<b>Tahun 2008</b>	
Produksi Air (m3)	37.820.926
Biaya Produksi	Rp 41.301.328.675,00
Biaya Produksi/m3	Rp 1092,02

**Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)**

Untuk penetapan tarif penuh dapat dihitung dengan rumus :  $200\% \times \text{Biaya}$   
Produksi air (tarif rendah). Rincian perhitungan tarif penuh untuk periode 2006  
hingga 2009 adalah:

**Tahun 2006**

Tarif Penuh berdasarkan biaya produksi/m3 :  $2 \times \text{Rp } 631,44 = \text{Rp } 1.262,89$

### Tahun 2007

Tarif Penuh berdasarkan biaya produksi/m<sup>3</sup> :  $2 \times \text{Rp } 937,78 = \text{Rp } 1.875,57$

### Tahun 2008

Tarif Penuh berdasarkan biaya produksi/m<sup>3</sup> :  $2 \times \text{Rp } 1.092,02 = \text{Rp } 2.184,04$

#### **4.4 Tarif air PDAM Kota Malang Th. 2006 sampai dengan Th. 2008 dan Proyeksi Tahun 2009**

Dalam kebijakan penetapan tarif air Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang terdapat kenaikan tarif selama 2 tahunan. Adanya kebijakan mengenai kenaikan terhadap penetapan tarif air yang dibebankan terhadap masyarakat tersebut terlihat pada tarif air tahun 2007 dan tahun 2009. Untuk melihat kenaikan tarif pada tahun 2007 maka sebelumnya harus lihat tarif air yang berlaku pada tahun 2005/2006. Berikut adalah rincian tarif yang berlaku pada tahun 2005/2006 yaitu:

1. Tarif dasar : Rp 1.500,- per m<sup>3</sup>
2. Tarif rendah : Rp 1.100,- per m<sup>3</sup>
3. Tarif Penuh : Rp 2.200,- per m<sup>3</sup>

Dari tiga jenis tarif tersebut selanjutnya dijabarkan dalam tarif kelompok pelanggan dengan *model tarif progresif* yang ditunjukkan dalam tabel tarif sebagai berikut:

Tabel 4.9

## Tarif Air PDAM Kota Malang Tahun 2005/ 2006.

No.	Kelompok	Pemakaian		Tarif Langganan
		0-10 m3	> 10 m3	
1	Sosial :			
	a). Sosial A	<b>Rp 1.100,-</b>	Rp 1.400,-	Rp. 6.000,-
	b). Sosial B	<b>Rp 1.100,-</b>	Rp 1.500,-	Rp. 6.000,-
	c). Sosial C	<b>Rp 1.100,-</b>	Rp 1.700,-	Rp. 6.000,-
2.	Rumah Tangga :			
	a). Rumah Tangga A	Rp 1.300,-	Rp 2.000,-	Rp. 7.500,-
	b). Rumah Tangga B	<b>Rp 1.500,-</b>	Rp 2.500,-	Rp. 9.500,-
	c). Rumah Tangga C	Rp 1.700,-	Rp 2.700,-	Rp.13.000,-
	d). Rumah Tangga D	Rp 2.000,-	Rp 3.300,-	Rp. 16.000,-
	e). Rumah Tangga E	<b>Rp 2.200,-</b>	Rp 3.500,-	Rp. 17.000,-
3.	Instansi :			
	a). Instansi A	Rp 2.000,-	Rp 3.500,-	Rp. 18.000,-
	b). Instansi B	<b>Rp 2.200,-</b>	Rp 5.300,-	Rp. 19.000,-



4.	Niaga :			
	a). Niaga A	Rp 3.200,-	Rp 5.300,-	Rp. 25.000,-
	b). Niaga B	Rp 5.800,-	Rp 7.100,-	Rp. 27.500,-
	c). Niaga C	Rp 6.900,-	Rp 8.300,-	Rp. 30.000,-
	d) Niaga D	Rp 7.400,-	Rp 9.100,-	Rp. 32.500,-
5.	Industri :			
	a). Industri A	Rp 8.100,-	Rp 9.900,-	Rp. 35.000,-
	b). Industri B	Rp 9.300,-	Rp 11.700,-	Rp. 40.000,-

Sumber : PDAM Kota Malang

Berdasarkan Peraturan Walikota Malang No.27 Tahun 2006 Tanggal 31 Oktober 2006 tentang Penetapan Tarif Air PDAM Kota Malang yang berlaku pada tahun 2007/2008 yaitu:

1. Tarif dasar : Rp. 1.900,- per m<sup>3</sup>.
2. Tarif rendah : Rp. 1.250,- per m<sup>3</sup>.
3. Tarif penuh : Rp. 2.600,- per m<sup>3</sup>

Dari tiga jenis tarif tersebut selanjutnya dijabarkan dalam tarif kelompok pelanggan dengan *model tarif progresif* yang ditunjukkan dalam tabel tarif sebagai berikut:

Tabel 4.10

## Tarif Air PDAM Kota Malang Tahun 2007 / 2008.

No.	Kelompok	Pemakaian		Tarif Langganan
		0-10 m <sup>3</sup>	> 10 m <sup>3</sup>	
1	Sosial :			
	a). Sosial A	<b>Rp. 1.250,-</b>	Rp. 1.550,-	Rp. 6.000,-
	b). Sosial B	<b>Rp. 1.250,-</b>	Rp. 1.600,-	Rp. 6.000,-
	c). Sosial C	<b>Rp. 1.250,-</b>	Rp. 1.900,-	Rp. 6.000,-
2.	Rumah Tangga :			
	a). Rumah Tangga A	Rp. 1.500,-	Rp. 2.300,-	Rp. 7.500,-
	b). Rumah Tangga B	Rp. 1.700,-	Rp. 2.800,-	Rp. 9.500,-
	c). Rumah Tangga C	<b>Rp. 1.900,-</b>	Rp. 3.000,-	Rp.13.000,-
	d). Rumah Tangga D	Rp. 2.300,-	Rp. 3.600,-	Rp. 16.000,-
	e). Rumah Tangga E	<b>Rp. 2.600,-</b>	Rp..3.800,-	Rp. 17.000,-
3.	Instansi :			
	a). Instansi A	Rp. 2.300,-	Rp. 3.800,-	Rp. 18.000,-

	b). Instansi B	Rp. 2.600,-	Rp. 5.700,-	Rp. 19.000,-
4.	Niaga :			
	a). Niaga A	Rp. 3.800,-	Rp. 5.700,-	Rp. 25.000,-
	b). Niaga B	Rp. 6.100,-	Rp. 7.600,-	Rp. 27.500,-
	c). Niaga C	Rp. 7.200,-	Rp. 8.700,-	Rp. 30.000,-
	d) Niaga D	Rp. 8.000,-	Rp. 9.500,-	Rp. 32.500,-
5.	Industri :			
	a). Industri A	Rp. 8.700,-	Rp. 10.300,-	Rp. 35.000,-
	b). Industri B	Rp. 9.900,-	Rp. 12.200,-	Rp. 40.000,-

Sumber : PDAM Kota Malang

Dalam menghitung tarif air yang akan diberlakukan pada tahun 2009/2010, terlebih dahulu perlu menganalisa perkembangan jumlah pelanggan, perkembangan konsumsi air dan perkembangan air yang diproduksi serta perkembangan besarnya biaya operasi, dan berdasarkan data historis perkembangan pelanggan selama 3 tahun sebelumnya yaitu tahun 2006 sampai dengan tahun 2008 yaitu:



Tabel 4.11

## Data Perkembangan Pelanggan Tahun 2006 – 2008

Kelompok	Th. 2006 (SR)	Th. 2007 (SR)	Th. 2008 (SR)	Rata2 per tahun (%)
Sosial :				
a). Sosial A	154	149	154	
b). Sosial B	1.147	1.090	1.133	
c). Sosial C	358	461	479	
Jumlah Kel. Sosial	1.659	1.700	1.766	Naik 3,3
Rumah Tangga :				
a). Rumah Tangga A	29.882	30.479	31.698	
b). Rumah Tangga B	26.032	26.552	28.003	
c). Rumah Tangga C	13.982	14.261	14.831	
d). Rumah Tangga D	8.783	8.958	9.316	
e). Rumah Tangga E	635	647	672	
Juml.Kel.Rmh Tangga	79.314	80.897	84.520	Naik 2,6
Instansi :				
a). Instansi A	560	571	593	
b). Instansi B	421	479	478	

Jumlah Kel.Instansi	981	1.050	1.071	Naik 14,9
Niaga :				
a). Niaga A	1.087	1.108	1.152	
b). Niaga B	1.004	1.024	1.064	
c). Niaga C	945	963	1.001	
d) Niaga D	60	58	60	
Jumlah Kel. Niaga	3.096	3.153	3.277	Naik 2,6
Industri :				
a). Industri A	19	19	21	
b). Industri B	20	21	20	
Jumlah Kel. Industri	39	40	41	Turun 1,7
Total Pelanggan	85,089	86,840	90,675	Naik 2,8

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)

Dari hasil proyeksi perkembangan jumlah pelanggan berdasarkan tabel tersebut, Perusahaan Daerah Air Minum telah memproyeksikan jumlah pelanggan pada tahun 2009 akan menjadi sebanyak 95.208 SR. Selanjutnya konsumsi air bersih untuk kehidupan masyarakat sehari-hari diupayakan agar bisa mencukupi dalam ukuran standart, normal dan wajar yaitu berkisar dengan rata-rata 23 m<sup>3</sup>/bulan/SR atau 150 liter/ orang/hari. Dengan demikian untuk tahun 2009 dengan jumlah pelanggan 95.208 SR jumlah air yang dikonsumsi seharusnya menjadi : 95.208 SR x 23 m<sup>3</sup>/bulan/SR x 12 bulan = 26.277.408 m<sup>3</sup>

Pada indikator kebocoran atau kehilangan air tahun 2008 mencapai 35,53% dari total produksi, angka ini masih cukup tinggi maka kedepan harus diupayakan bisa menurun sesuai angka yang wajar sesuai yang distandarkan Departemen Pekerjaan Umum yaitu maksimal 25%, maka untuk tahun 2009 nanti perlu mulai diturunkan menjadi 30% dari produksi dan secara bertahap kebocoran atau kehilangan air tinggal 25%, dan dengan demikian jumlah air yang harus diproduksi di tahun 2009 nanti sebesar :  $26.277.408 \text{ m}^3 : (100 \% - 30\%) = 37.539.154 \text{ m}^3$ . Selanjutnya, dalam menentukan tarif tahun 2009 perlu melihat data historis perkembangan biaya tahun 2006-2008 yang terdapat pada rincian tabel berikut ini:

**Tabel 4.12**

**Data Perkembangan Biaya Tahun 2006 – 2008**

<b>Uraian</b>	<b>Th. 2006</b>	<b>Th. 2007</b>	<b>Th. 2008</b>	<b>Rata2 naik %</b>
Biaya langsung usaha :				
a).Biaya sumber( Rp.)	2.780.825.974	2.748.930.377	4.133.590.914	Naik 23,8
b).Biaya pengolahan (Rp.)	12.572.705.434	12.102.352.007	12.314.036.317	Naik 9,62
c).Biaya Transmisi Distribusi (Rp.)	10.608.795.388	24.605.322.008	24.853.701.444	Naik 33,3
Jumlah( Rp.)	25.962.326.780	39.456.604.380	41.301.328.660	Naik 21,2



Biaya tak langsung :				
Biaya umum & Adm (Rp.)	29.452.428.720	20.223.796.680	21.464.963.270	Naik 6,16
Jumlah Biaya Operasi (Rp.)	55,414,755,502	59,680,401,060	62,766,291,933	Naik 12
Produksi air (m3)	41.115.794	42.074.109	37.820.926	Turun 0,7
Air yg terjual (m3)	24.602.947	23.313.994	23.161.616	Turun 6
Rata2 konsumsi (m3/bln/SR)	24	22	21	Turun 6
Tingkat kehilangan air	40,24%	41,67%	35,53%	Naik

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)

Jumlah biaya operasi rata-rata per tahun naik 12%. Hal ini perlu adanya upaya efisiensi biaya operasi sehingga total biaya operasi rata-rata meningkat maksimal sebesar 10% per tahun. Hal ini terlihat pada jumlah biaya operasi tahun 2008 sebesar Rp.62,766,291,933 maka untuk tahun 2009 nanti jumlah biaya operasi cukup naik menjadi :  $Rp\ 62,766,291,933 \times 110\ \% = Rp. 69.042.921.120,-$  sehingga dalam penentuan tarif yang berlaku Tahun 2009/2010 berdasarkan ketentuan Permendagri No.23 Tahun 2006 Tarif dasar dapat dihitung dengan rumus :

Total biaya operasi

$$\text{Tarif dasar} = \frac{\text{Total biaya operasi}}{\text{Produksi air} - \text{Kebocoran atau kehilangan air standar}}$$

Produksi air – Kebocoran atau kehilangan air standar

Rincian perhitungan tarif air tahun 2009, sebagai berikut :

Rp. 69.042.921,120

$$\text{Tarif dasar} = \frac{\text{Rp. 69.042.921,120}}{37.539.154 \text{ m}^3 - (25\% \times 37.539.154 \text{ m}^3)}$$

$$37.539.154 \text{ m}^3 - (25\% \times 37.539.154 \text{ m}^3)$$

Tarif dasar = Rp. 2.452 / m<sup>3</sup> atau dibulatkan menjadi Rp. 2.500 / m<sup>3</sup>

Dengan demikian maka :

$$\begin{aligned} \text{Tarif rendah ditetapkan sebesar} & : 75\% \times \text{Tarif dasar} \\ & : 0,75 \times \text{Rp. 2.500 / m}^3 \\ & : \text{Rp. 1.875 / m}^3 \text{ atau dibulatkan menjadi} \\ & : \text{Rp. 1.900 / m}^3 \end{aligned}$$

Tarif penuh ditetapkan sebesar : 200% x Tarif rendah

$$: 2 \times \text{Rp. 1.900 / m}^3$$

$$: \text{Rp. 3.800 / m}^3$$

Tarif air atau biaya dasar Tahun 2009/2010 berlaku pada rekening bulan maret ini dihitung berdasarkan proyeksi PDAM. Biaya dasar proyeksi PDAM

tersebut diperlukan untuk memproduksi setiap meter kubik air minum dihitung atas dasar biaya usaha dibagi dengan volume air terproduksi dikurangi volume kehilangan air standar dalam periode satu tahun. Biaya usaha atau total biaya operasi dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya sumber air, biaya pengolahan air, biaya transmisi dan distribusi, biaya kemitraan, biaya umum dan administrasi, dan biaya keuangan dalam periode satu tahun.

Sedangkan volume air terproduksi selama tahun 2009 dihitung berdasarkan total volume air yang dihasilkan oleh sistem produksi yang siap didistribusikan kepada konsumen dalam periode satu tahun. Besarnya volume kehilangan atau kebocoran air standar dapat dihitung berdasarkan standar presentase yang ditetapkan oleh Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang sumber daya air dikalikan volume air terproduksi.

Hasil dari perhitungan tarif air Th. 2009 tersebut telah ditetapkan pada Peraturan Walikota Malang No. 93 Tahun 2008 Tanggal 22 Desember 2008 yang dari tiga jenis tarif tersebut terbagi dalam tarif kelompok pelanggan dengan tarif progresif dapat ditunjukkan pada tabel 4.19 sebagai berikut :



Tabel 4.13

Tarif Air PDAM Kota Malang Th. 2009 / 2010

No.	Kelompok	Pemakaian		Tarif Langganan
		0-10 m3	> 10 m3	
1	Sosial :			
	a). Sosial A	<b>Rp. 1.900,-</b>	Rp. 2.300,-	Rp. 6.000,-
	b). Sosial B	<b>Rp. 1.900,-</b>	Rp. 2.400,-	Rp. 6.000,-
	c). Sosial C	<b>Rp. 1.900,-</b>	Rp. 2.800,-	Rp. 6.000,-
2.	Rumah Tangga :			
	a). Rumah Tangga A	Rp. 2.200,-	Rp. 3.400,-	Rp. 7.500,-
	b). Rumah Tangga B	<b>Rp. 2.500,-</b>	Rp. 4.100,-	Rp. 9.500,-
	c). Rumah Tangga C	Rp. 2.800,-	Rp. 4.400,-	Rp.13.000,-
	d). Rumah Tangga D	Rp. 3.400,-	Rp. 5.300,-	Rp. 16.000,-
	e). Rumah Tangga E	<b>Rp. 3.800,-</b>	Rp..5.600,-	Rp. 17.000,-
3.	Instansi :			
	a). Instansi A	Rp. 3.400,-	Rp. 5.600,-	Rp. 18.000,-
	b). Instansi B	Rp. 3.800,-	Rp. 8.400,-	Rp. 19.000,-

4.	Niaga :			
	a). Niaga A	Rp. 5.600,-	Rp. 8.400,-	Rp. 25.000,-
	b). Niaga B	Rp. 9.000,-	Rp. 11.200,-	Rp. 27.500,-
	c). Niaga C	Rp. 10.600,-	Rp. 12.800,-	Rp. 30.000,-
	d). Niaga D	Rp. 11.800,-	Rp. 14.000,-	Rp. 32.500,-
5.	Industri :			
	a). Industri A	Rp. 12.800,-	Rp. 15.100,-	Rp. 35.000,-
	b). Industri B	Rp. 14.600,-	Rp. 17.900,-	Rp. 40.000,-

Sumber : PDAM Kota Malang

Setelah adanya penetapan tarif yang berlaku tahun 2009/2010 maka terdapat rincian tarif sebelum tahun 2009. Berikut ini adalah tarif yang berlaku mulai tahun 2006 hingga 2009:

Tabel 4.14

## Tarif Air Tahun 2006-2009

No.	Jenis tarif	Th. 2006	Th. 2007	Th. 2008	Th. 2009
1.	Tarif dasar (Rp./m <sup>3</sup> )	1.500	1.900	1.900	2.500
2.	Tarif Rendah (Rp./m <sup>3</sup> )	1.100	1.250	1.250	1.900
3.	Tarif Penuh (Rp.m <sup>3</sup> )	2.200	2.600	2.600	3.800

Sumber : PDAM Kota Malang

#### 4.5 Pembahasan penetapan tarif oleh PDAM dan tarif berdasarkan Biaya Produksi dan Biaya Usaha

Perbandingan antara penetapan tarif air berdasarkan biaya produksi dan biaya usaha dengan penetapan oleh Perusahaan Daerah Air Minum merupakan perbandingan antara tarif air yang berlaku di masyarakat yakni berdasarkan jumlah tarif progresif sesuai dengan kelompok pelanggan serta besarnya pemakaian air dan dibandingkan dengan biaya produksi atau biaya usaha yang telah dihitung sebelumnya. Untuk itu perlu adanya rincian pemakaian air (m<sup>3</sup>) berdasarkan semua golongan. Berikut ini adalah rincian pemakaian air selama tahun 2006 hingga 2008:



Tabel 4.15

## Rata-rata Konsumsi Air

	2006	2007	2008
Produksi Air (m3)	41.115.794	42.074.109	37.820.926
Air yang terjual (m3)	24.602.947	23.313.994	23.161.616
Rata-rata Konsumsi (m3/bln/SR)	24	22	21
Jumlah Pelanggan (SR)	85,089	86,840	90,675

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)

Dari rincian tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pemakaian air oleh semua golongan dari tahun 2006-2008 adalah lebih dari 10 m3. Selanjutnya, untuk membandingkan tarif air berdasarkan perhitungan biaya yakni dengan melihat biaya produksi dan biaya usaha serta mengetahui tarif air berdasarkan kebijakan yang ditetapkan PDAM, berikut adalah rincian perbandingan tarif air yang dihitung berdasarkan biaya dan tarif yang dihitung oleh PDAM:

**Tabel 4.16**  
**Perbandingan Tarif Air Tahun 2006-2008**

No	Jenis tarif	Th. 2006		Th. 2007		Th. 2008	
		Tarif	Biaya	Tarif	Biaya	Tarif	Biaya
1	Tarif Dasar(Rp/m3)	1.500	1.932	1.900	2.276	1.900	2.839
2	Tarif Rendah(Rp/m3)	1.100	631	1.250	937	1.250	1.092
3	Tarif Penuh(Rp/m3)	2.200	1.262	2.600	1.875	2.600	2.184

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah) Rp

Dari rincian tabel perbandingan tarif air yang dihitung berdasar kebijakan tarif dan biaya tersebut terdapat perbedaan baik dalam tarif dasar, tarif rendah maupun tarif penuh. Pada tarif dasar terdapat perbedaan dimana perhitungan secara manual lebih tinggi apabila dibandingkan dengan kebijakan PDAM. Namun, dalam tarif rendah dan tarif penuh terlihat perbedaan dimana kebijakan PDAM memiliki tarif yang lebih tinggi. Berikut rincian perbandingan jumlah tarif air sesuai dengan pembagian kelompok pelanggan yaitu:

**Tabel 4.17**  
**Tarif Air (>10 m3) Tahun 2006-2008**

	2006	2007	2008
a). Sosial A	Rp 1.400,-	Rp. 1.550,-	Rp. 1.550,-
b). Sosial B	Rp 1.500,-	Rp. 1.600,-	Rp. 1.600,-
c). Sosial C	Rp 1.700,-	Rp. 1.900,-	Rp. 1.900,-

a). Rumah Tangga A	Rp 2.000,-	Rp. 2.300,-	Rp. 2.300,-
b). Rumah Tangga B	Rp 2.500,-	Rp. 2.800,-	Rp. 2.800,-
c). Rumah Tangga C	Rp 2.700,-	Rp. 3.000,-	Rp. 3.000,-
d). Rumah Tangga D	Rp 3.300,-	Rp. 3.600,-	Rp. 3.600,-
e). Rumah Tangga E	Rp 3.500,-	Rp..3.800,-	Rp..3.800,-
a). Instansi A	Rp 3.500,-	Rp. 3.800,-	Rp. 3.800,-
b). Instansi B	Rp 5.300,-	Rp. 5.700,-	Rp. 5.700,-
a). Niaga A	Rp 5.300,-	Rp. 5.700,-	Rp. 5.700,-
b). Niaga B	Rp 7.100,-	Rp. 7.600,-	Rp. 7.600,-
c). Niaga C	Rp 8.300,-	Rp. 8.700,-	Rp. 8.700,-
d). Niaga D	Rp 9.100,-	Rp. 9.500,-	Rp. 9.500,-
a). Industri A	Rp 9.900,-	Rp. 10.300,-	Rp. 10.300,-
b). Industri B	Rp 11.700,-	Rp. 12.200,-	Rp. 12.200,-
<b>Total</b>	<b>Rp 78.800,-</b>	<b>Rp 84.050,-</b>	<b>Rp 84.050,-</b>
<b>Rata-rata Tarif PDAM</b>	<b>Rp 4.925</b>	<b>Rp 5.253</b>	<b>Rp 5.253</b>
<b>Rata-rata Perhitungan Biaya</b>	<b>Rp 3.825</b>	<b>Rp 5.088</b>	<b>Rp 6.115</b>

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)

Tabel 4.17 menjelaskan mengenai perbandingan antara tarif sesuai kebijakan PDAM dan tarif sesuai perhitungan berdasarkan biaya produksi maupun biaya usaha. Perhitungan rata-rata kebijakan PDAM didapat melalui total tarif keseluruhan golongan dibagi dengan banyaknya jumlah golongan pelanggan. Sedangkan rata-rata perhitungan biaya merupakan perhitungan berdasarkan biaya produksi serta biaya usaha dan diperoleh melalui jumlah keseluruhan golongan



tarif yakni tarif dasar, tarif rendah dan tarif penuh pada setiap tahun yang bersangkutan. Dari tabel tersebut terdapat perbedaan dari kedua jenis tarif baik yang dihitung berdasarkan biaya dengan yang ditetapkan berdasarkan kebijakan PDAM. Penetapan tarif terlalu tinggi yang dibebankan kepada masyarakat pada tahun 2006 dan 2007 disebabkan untuk menutupi perkiraan biaya yang akan meningkat pada periode selanjutnya yang dikhawatirkan tidak akan tertutupi oleh kebijakan tarif yang telah diputuskan pada periode sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2008 terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada perhitungan berdasarkan biaya yang dipengaruhi oleh faktor meningkatnya biaya produksi tahun 2007 dibandingkan dengan tahun 2006. Besarnya biaya produksi disebabkan oleh adanya penambahan instalasi sehingga berdampak terhadap biaya pemeliharaan yang dibebankan pada biaya produksi. Pada tahun 2008 perhitungan berdasarkan biaya memiliki nilai yang sangat tinggi apabila dibandingkan dengan tarif sesuai kebijakan PDAM. Selain faktor meningkatnya biaya produksi, faktor lain yang mempengaruhi ialah turunnya tingkat produksi air yang dinilai sangat signifikan. Kebijakan pemberlakuan kenaikan tarif yang berlaku pada tahun 2007 dinilai tidak dapat menutupi biaya produksi per m<sup>3</sup>. Hal ini terbukti yaitu pada tahun 2008, perbedaan antara kebijakan tarif PDAM dan perhitungan berdasarkan biaya usaha maupun produksi semakin meningkat. Namun, hal ini tidak mempengaruhi pendapatan non air yang diperoleh PDAM sehingga PDAM masih memperoleh laba guna memberikan kontribusi terhadap PAD kota Malang. Oleh karena itu, pada tahun 2009 PDAM mempunyai kebijakan untuk meningkatkan tarif air sebesar  $\pm 30\%$  yang bertujuan untuk menutupi semua perkiraan biaya di

tahun 2009. Selain itu, tingginya penetapan tarif juga akan berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan yang akan mempengaruhi terhadap tingginya kontribusi Pendapatan Asli Daerah.

#### 4.6 Kontribusi Kenaikan Tarif Terhadap pendapatan Asli Daerah

Pembagian laba bersih Perusahaan Daerah untuk Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah yaitu 55% yang terdiri dari 30% untuk Dana Pembangunan Daerah dan 25% untuk Anggaran Belanja Daerah sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah yang terdapat pada lampiran 2. Berikut ini rincian pembagian laba bersih tahun 2006 dan 2008 yaitu:

**Tabel 4.18**

#### **Rincian Pembagian Laba Bersih**

Keterangan	Laba Tahun Berjalan		
Laba Tahun 2006	Rp		9.870.946.870,00
Pembagian Laba Tahun 2006			
<b>* Dana Pembangunan Daerah</b>	<b>30%</b>	<b>Rp</b>	<b>2.961.284.061,00</b>
* Dana Anggaran Belanja Daerah	25%	Rp	2.467.736.717,50
* Dana Sosial dan Pendidikan	10%	Rp	987.094.687,00
*Dana Jasa Produksi	10%	Rp	987.094.687,00
*Sumbangan Dana Pensiun&Sokongan	10%	Rp	987.094.687,00
*cadangan Umum	15%	Rp	1.480.642.030,50

jumlah		Rp	9.870.946.870,00
Laba Tahun 2007		Rp	14.275.319.278,00
Pembagian Laba Tahun 2007			
<b>* Dana Pembangunan Daerah</b>	<b>30%</b>	<b>Rp</b>	<b>4.282.595.783,40</b>
* Dana Anggaran Belanja Daerah	25%	Rp	3.568.829.819,50
* Dana Sosial dan Pendidikan	10%	Rp	1.427.531.927,80
*Dana Jasa Produksi	10%	Rp	1.427.531.927,80
*Sumbangan Dana Pensiun&Sokongan	10%	Rp	1.427.531.927,80
*cadangan Umum	15%	Rp	2.141.297.891,70
jumlah		Rp	14.275.319.278,00
Laba Tahun 2008		Rp	13.504.653.412,00
Pembagian Laba Tahun 2008			
<b>* Dana Pembangunan Daerah</b>	<b>30%</b>	<b>Rp</b>	<b>4.051.396.023,60</b>
* Dana Anggaran Belanja Daerah	25%	Rp	3.376.163.353,00
* Dana Sosial dan Pendidikan	10%	Rp	1.350.465.341,20
*Dana Jasa Produksi	10%	Rp	1.350.465.341,20
*Sumbangan Dana Pensiun&Sokongan	10%	Rp	1.350.465.341,20
*cadangan Umum	15%	Rp	2.025.698.011,80
jumlah		Rp	13.504.653.412,00

Sumber : PDAM Kota Malang

Dari rincian tabel tersebut terdapat komponen pembagian laba perusahaan daerah yakni salah satunya ialah kontribusi PDAM terhadap Pendapatan Asli



Daerah yang terdiri dari Dana Pembangunan yang berbanding lurus terhadap perkembangan laba PDAM.

Laba bersih selama tiga tahun mengalami kenaikan rata-rata 11,89%. Rata-rata kenaikan tersebut terutama disumbangkan dari kenaikan laba bersih tahun 2007. Laba tahun 2008 mengalami penurunan yang berbanding terbalik dengan peningkatan laba yang terjadi pada tahun 2007. Laba bersih setelah pajak pada tahun 2007 mengalami kenaikan disebabkan oleh penyesuaian tarif yang diberlakukan mulai pembayaran rekening bulan Januari 2007. Penurunan laba tahun 2008 disebabkan adanya cadangan dana tujuan sebesar Rp 2.000.000.000,- yang langsung mengurangi laba kotor atau laba sebelum pajak.

#### **4.7 Hubungan antara Kenaikan Tarif, Harga Pokok Produksi dan Kontribusi terhadap PAD**

Hubungan antara kenaikan tarif air dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta kontribusinya terhadap PAD selama tahun 2006 hingga 2008 dapat dilihat pada tabel yang disajikan berikut ini :

Tabel 4.19

**Hubungan Kenaikan Tarif Dasar Air, Harga Pokok Produksi dan kontribusi terhadap PAD**

Tahun	Tarif Dasar Air	Harga Pokok	Laba Bersih	Pendapatan Asli Daerah (PAD)
	(Rp)	Produksi (Rp)		
2006	1.500,-	25.962.326.796,00,-	9.870.946.870,00	<b>Rp 2.961.284.061,00</b>
2007	1.900,-	39.456.604.392,00,-	14.275.319.278,00	<b>Rp 4.282.595.783,40</b>
2008	1.900,-	41.301.328.675,00,-	13.504.653.412,00	<b>Rp 4.051.396.023,60</b>

Sumber : PDAM Kota Malang (diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan kenaikan tarif air yang diambil oleh manajemen Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang dipengaruhi oleh kenaikan faktor harga pokok produksi air. Hubungan antara tarif dan harga pokok produksi ialah positif yakni peningkatan tarif air berbanding lurus dengan meningkatnya biaya pokok produksi. Kebijakan peningkatan tarif air bertujuan untuk meningkatkan laba bersih di tahun yang akan datang sehingga dapat menutupi biaya usaha atau minimal menutupi biaya produksi air yang diperkirakan akan semakin meningkat dari periode sebelumnya.

Selanjutnya hubungan kenaikan tarif dasar air dan laba bersih pada tahun 2006 dan 2007 sangat berpengaruh secara signifikan. Kenaikan laba pada tahun 2006 dan 2007 memiliki kontribusi terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja

Daerah (APBD) sebesar 55% sehingga hubungan kenaikan tarif dan PAD ialah berbanding lurus yakni setiap adanya kebijakan mengenai kenaikan tarif dasar air selalu diikuti dengan kenaikan laba dan peningkatan kontribusi terhadap PAD. Sedangkan pada tahun 2007 dan 2008, laba bersih mengalami penurunan karena adanya cadangan dana tujuan yang berdampak pada penurunan kontribusi terhadap PAD sebesar Rp 4.051.396.023,60 .









## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang hasilnya telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Adanya kebijakan mengenai kenaikan tarif air yang diberlakukan oleh PDAM disebabkan oleh faktor meningkatnya harga pokok produksi pada setiap tahunnya. Tingginya biaya produksi air terlihat pada peningkatan biaya sumber tahun 2008 apabila dibandingkan dengan tahun 2007 yang mencapai kenaikan hingga 67% yakni sebesar Rp 2.748.930.377 menjadi Rp 4.133.590.914. Selain itu, pada biaya transmisi sumber dan distribusi mengalami peningkatan lebih dari 100% pada tahun 2007 apabila dibandingkan dengan tahun 2006 yakni Rp 10.608.795.388 menjadi Rp 24.605.322.008. Peningkatan biaya produksi tersebut dipengaruhi oleh adanya penambahan instalasi sumber, transmisi dan distribusi serta instalasi pompa yang mengakibatkan penambahan terhadap biaya pemeliharaan terhadap instalasi-instalasi tersebut. Selain itu, besarnya biaya produksi dipengaruhi oleh tingginya tingkat kebocoran air pada setiap tahunnya. Tingkat kebocoran air pada tahun 2006 hingga 2008 dinilai tinggi apabila dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan oleh Departemen Pekerjaan Umum yaitu sekitar 25%.

Dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdapat hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan yaitu diantaranya terdiri dari laba Perusahaan Daerah Air

Minum (PDAM). Kebijakan kenaikan tarif PDAM dipengaruhi oleh upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah yang akan meningkat sesuai dengan laba yang diperoleh PDAM. Meskipun pada tahun 2008 perbandingan biaya lebih besar dibandingkan dengan tarif, hal ini tidak berpengaruh terhadap kontribusi PDAM terhadap PAD yang berasal dari pendapatan non air yang terdapat dalam PDAM tersebut. Oleh karena itu selain untuk menutupi biaya yang semakin meningkat, adanya kebijakan mengenai kenaikan tarif peningkatan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang.

## 5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan efisiensi terhadap produksi air sehingga dapat meminimalisasi tingkat kebocoran atau kehilangan air dengan menambah pengawasan terhadap pendistribusian air untuk memenuhi permintaan konsumen.
2. Dalam menutupi biaya produksi yang semakin meningkat, PDAM sebaiknya tidak mengeluarkan kebijakan mengenai peningkatan tarif melainkan lebih meningkatkan efisiensi produksi air dan memperbaiki kebocoran air yang dinilai sangat tinggi.
3. Kepada peneliti, dalam penelitian selanjutnya untuk dapat lebih menggali masalah-masalah yang berhubungan dengan PDAM agar dapat memberikan



informasi kepada masyarakat pada umumnya dan para pelanggan PDAM pada khususnya tentang PDAM.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astini, Rina. 2006. Pusat Pengembangan Bahan Ajar. *Pemasaran Strategis*. (<http://mercubuana.ac.id>), diakses 27 Agustus 2009.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Carter, William K. dan Usry, Milton F., 2004, *Akuntansi Biaya*, Jilid 1, Edisi Indonesia, Edisi 13, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hidayat, Cecep, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit IPWI, Jakarta.
- Hongren, Charles T., Datar, Srikant M., dan Foster, George, 2005, *Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial*, Jilid 1, Edisi Indonesia, Edisi 11, Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Hutabarat, Tito. 2005. *Strategi Penentuan Harga*. (<http://bisnisekonomi.com>), diakses 27 Agustus 2009.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Malang Post. 2009, 12 Maret. *Lebih Dari 30 Persen*. Hal. 1.
- Mardiasmo.1997. *Perpajakan, Cetakan Pertama*. Andi Offset. Yogyakarta.
- McCarthy, E. Jerome dan Willian D. Perreault, 1993, *Dasar-dasar pemasaran*, cetakan. 1, Edisi. 5, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mulyadi, Drs., M.Sc., Ak., 2007, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5, Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Munawar, S. 1985. *Pokok-pokok Perpajakan*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Riwukaho, Josef. 1982. *Analisa Hubungan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah..* Rajawali Press. Jakarta.

Soedargo, R. 1964. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. C.V Eresco. Bandung.

Swastha, Basu. 1998. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.

Undang-undang Otonomi Daerah. 2004. Diperbanyak oleh Citra Umbara, Bandung.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 65 dan 66 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah.

Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 23 tahun 2006 tentang Pedoman Teknis dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada PDAM

Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

