

BAB 4 STRATEGI PENETAPAN HARGA

BY AHMAD SUBAGYO

SLIDE PELENGKAP BUKU
MARKETING IN BUSINESS by AHMAD
SUBAGYO

APA ITU HARGA?

- **Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang dan jasa.**

SASARAN PENETAPAN HARGA

- **Orientasi keuntungan**

Penetapan harga berorientasi keuntungan didasarkan yaitu:

1. Maksimalisasi keuntungan
2. Keuntungan yang memuaskan
3. Target pengembalian investasi

- **Orientasi penjualan**

- **Status quo**

•Orientasi penjualan

Penetapan harga berorientasi penjualan, yang fokus pada mempertahankan persentase pangsa pasar

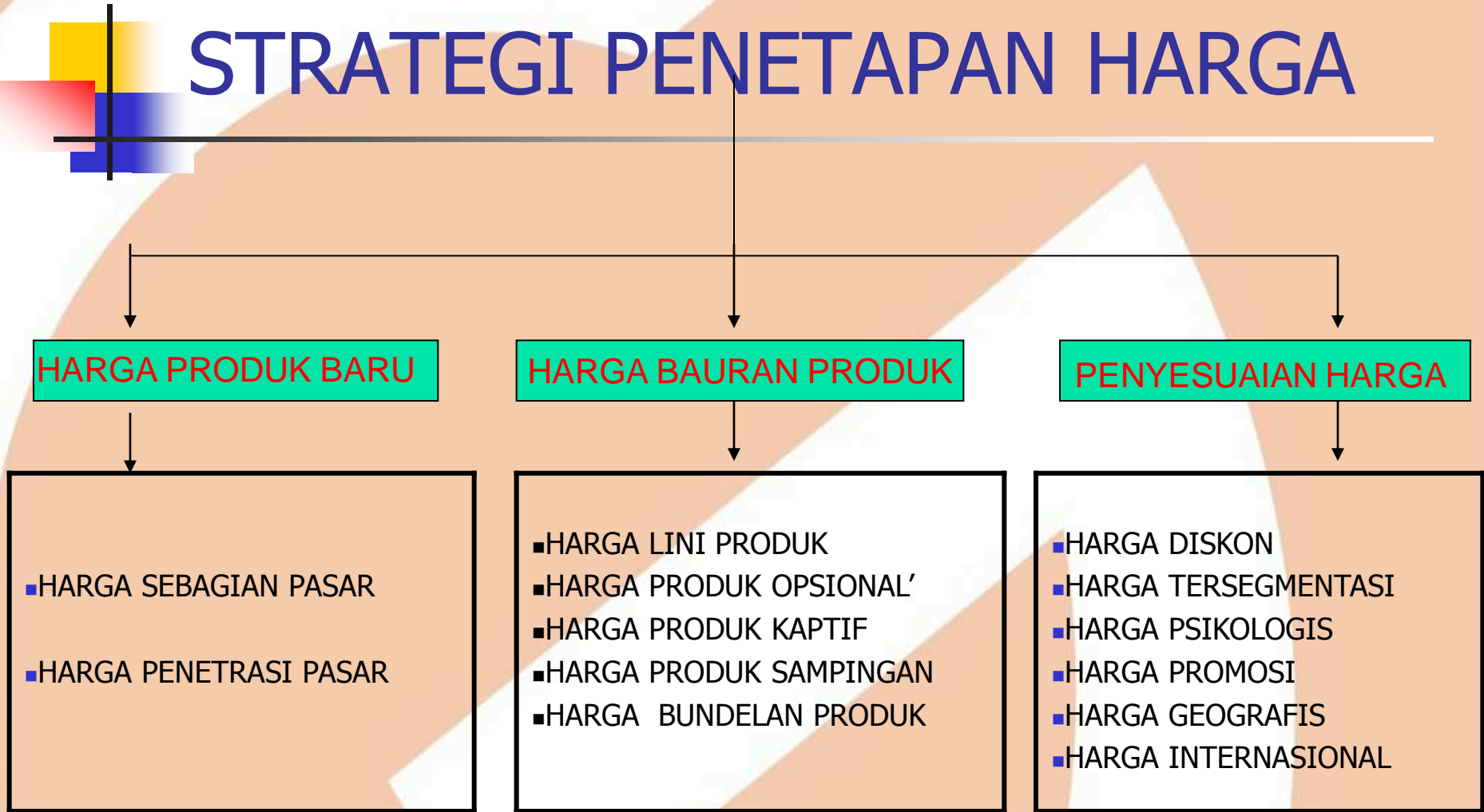
• **Status Quo**

Penetapan harga status quo mencari untuk mempertahankan harga yang telah ada atau menyesuaikan diri dengan harga persaingan

Bagaimana Menetapkan Harga Pada Suatu Produk ?

- Menentukan tujuan penetapan harga
- Memperkirakan permintaan, biaya, dan laba
- Memilih strategi harga

STRATEGI PENETAPAN HARGA



STRATEGI PENETAPAN HARGA PRODUK BARU



- ❑ PENETAPAN HARGA SEBAGIAN PASAR menetapkan harga tinggi untuk "mengambil sebagian/skim" pendapatan di pasar selapis demi selapis.
- ❑ PENETAPAN HARGA PENETRASI PASAR menetapkan harga awal yang rendah agar dapat menembus pasar secara cepat dan dalam

STRATEGI HARGA BAURAN PRODUK

- **HARGA LINI PRODUK**
Menetapkan tingkatan-tingkatan harga diantara item-item produk dalam lini produk
- **HARGA PRODUK OPSIONAL**
Menetapkan harga produk opsional (tambahan) atau produk aksesoris yang dijual bersama dengan produk utama.
- **HARGA PRODUK SAMPINGAN**
Menetapkan harga produk sampingan bernilai rendah untuk membuang produk.
- **HARGA BUNDELAN PRODUK**
Menetapkan harga bundelan produk yang dijual bersama-sama.



STRATEGI PENYESUAIAN HARGA

- Penetapan harga diskon dan pengurangan harga
- Penetapan harga tersegmentasi
- Penetapan harga psikologis
- Penetapan harga geografis
- Penetapan harga internasional



PENETAPAN HARGA DISKON DAN PENGURANGAN HARGA

Diskon tunai

Diskon bagi pembeli yang membayar lebih awal.

Diskon jumlah

Diskon bagi pembeli yang membeli dalam volume besar.

Diskon fungsional

Diskon dari penjual bagi yang menjalankan fungsi tertentu

Diskon musiman

Diskon bagi pembeli yang membeli barang dagangan atau jasa di luar musim.

PENETAPAN HARGA TERSEGMENTASI

Menjual produk atau jasa pada dua atau lebih harga, dimana perbedaan harganya tidak didasarkan pada perbedaan biaya

Terdiri dari:

- Penetapan harga bentuk produk
- Penetapan harga lokasi



PENETAPAN HARGA PSIKOLOGIS

Para penjual mempertimbangkan psikologis harga dan tidak semata-mata faktor ekonomi. Dimata konsumen bagi yang tidak punya informasi atau keterampilan dalam menilai kualitas produk, harga menjadi sinyal penting bagi kualitas produk

PENETAPAN HARGA PROMOSI

- Dengan menetapkan harga promosi, perusahaan akan secara temporer menetapkan harga produk mereka di bawah daftar harga.

PENETAPAN HARGA SECARA GEOGRAFIS

- Penetapan harga fob asal
- Penetapan harga terkirim seragam
- Penetapan harga zona
- Penetapan harga berdasarkan titik pengkalnya
- Penetapan harga penyerapan biaya pengiriman

PENETAPAN HARGA INTERNASIONAL

Penetapan harga suatu produk yang produk tersebut berskala internasional. jadi perusahaan harus menetapkan harga secara tepat

