

DMH1A4 – Manajemen Pemasaran

9. Harga (Bagian 1)

Fanni Husnul Hanifa, SE., MM
Bethani Suryawardani, SE., MM

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



PRICING

LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa dapat memahami perbedaan harga dan nilai
2. Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga
3. Mahasiswa dapat memahami langkah-langkah dalam penetapan harga
4. Mahasiswa dapat memahami tujuan penetapan harga dan memperkirakan demand
5. Mahasiswa dapat melakukan perhitungan biaya
6. Mahasiswa dapat memahami analisis biaya, harga dan penawaran pesaing
7. Mahasiswa dapat memahami metode penetapan harga dan pemilihan harga akhir



PRICE & VALUE

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang daya tarik suatu barang



*Nilai = Manfaat yang dirasakan
Harga*

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

INTERNAL

- Tujuan Pemasaran Perusahaan
- Strategi Bauran Pemasaran
- Biaya
- Organisasi

EKSTERNAL

- Sifat Pasar dan Permintaan
- Persaingan
- Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya (inflasi, resesi, peraturan pemerintah, dsb)





Langkah-langkah dalam Penetapan harga

1. Selecting the pricing objective

2. Determining demand

3. Estimating costs

4. Analyzing competitors costs, prices and offers

5. Selecting a pricing method

6. Selecting the final price





Langkah 1
Selecting the pricing objective

Tujuan Penetapan Harga

1. Kemampuan bertahan
2. Laba sekarang maksimal
3. Pangsa pasar maksimal
4. Skimming pasar maksimal
5. Kepemimpinan mutu produk



Sumber: Kotler & Keller



Langkah 2 Determining demand

Survey

Eksperimen harga

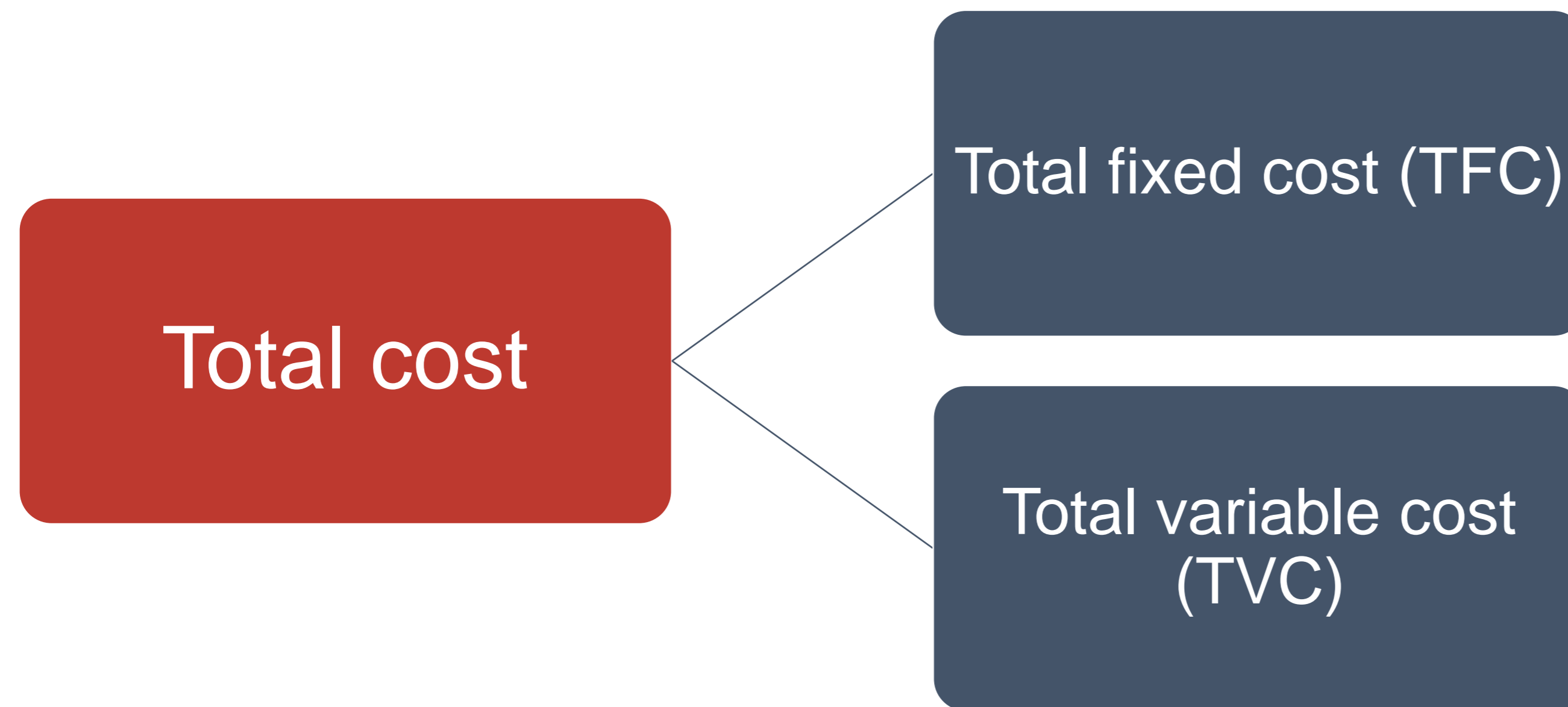
Analisis statistik

Cara memperkirakan
kurva permintaan

Sumber: Kotler & Keller



Langkah 3 Estimating costs



$$\text{Total Cost (TC)} = \text{TFC} + \text{TVC}$$



Sumber: Kotler & Keller

Langkah 3

Estimating costs

$$\text{Average Fixed Cost (AFC)} = \frac{\text{Total Fixed Cost (TFC)}}{\text{Quantity (Q)}}$$

$$\text{Average Variable Cost (AVC)} = \frac{\text{Total Variable Cost (TVC)}}{\text{Quantity (Q)}}$$

$$\text{Average Cost (AC)} = \frac{\text{Total Cost (TC)}}{\text{Quantity (Q)}} = \frac{\text{TFC} + \text{TVC}}{Q}$$

$$\text{Marginal Cost (MC)} = \frac{\Delta \text{Total Cost (TC)}}{\Delta \text{Quantity (Q)}}$$



Latihan Soal

Q	TFC	TVC	TC	AFC	AVC	AC	MC
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
0	60	0					
1	60	20					
2	60	30					
3	60	45					
4	60	80					
5	60	135					



Jawaban Latihan Soal



Q	TFC	TVC	TC	AFC	AVC	AC	MC
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
0	60	0	60	~	~	~	-
1	60	20	80	60	20	80	20
2	60	30	90	30	15	45	10
3	60	45	105	20	15	35	15
4	60	80	140	15	20	35	35
5	60	135	195	12	27	39	55

Langkah 4

Analyzing competitors costs, prices and offers

Alternatif Penetapan Harga

1. Di atas harga pesaing

2. Sama dengan harga pesaing

3. Di bawah harga pesaing



mystery shopper



Langkah 5

Selecting a pricing method

Berbasis Biaya

- Standard mark up pricing
- Cost plus Percentage of cost pricing

Berbasis Laba

- Target profit pricing
- Target return on sales pricing
- Target return on investment pricing

Berbasis Permintaan

- Skimming Pricing
- Penetration Pricing
- Prestige Pricing
- Odd-even pricing
- Bundle pricing
- Price lining
- Demand-backward pricing

Berbasis Persaingan

- Customary pricing
- Above, At, or below market pricing
- Loss leader pricing
- Sealed Bid Pricing



SEKIAN