

Bab 8



STRATEGI PENETAPAN HARGA JASA

Bab 8

Landasan Strategi Penetapan Harga

Net Value:

The sum of all the perceived benefit (gross value) minus the sum of all the perceived costs

Tujuan Penetapan Harga

1. *Survival*
2. *Profit Maximization*
3. *Sales Maximization*
4. *Prestige*
5. *ROI*

Faktor-faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga Jasa

1. **Elastisitas permintaan**
2. **Struktur biaya**
3. **Persaingan**
4. **Positioning dari jasa yang ditawarkan**
5. **Sasaran yang ingin dicapai perusahaan**
6. **Daur hidup jasa**
7. **Sumber daya yang dipergunakan**
8. **Kondisi ekonomi**

Perumusan Strategi Penetapan Harga

1. **Seberapa besar seharusnya jasa dihargai?**
2. **Apa yang seharusnya dijadikan dasar dalam penentuan harga?**
3. **Siapa yang seharusnya menerima/menagih pembayaran dari konsumen?**
4. **Dimana seharusnya pembayaran dilakukan?**
5. **Kapan seharusnya pembayaran dilakukan?**
6. **Bagaimana seharusnya cara pembayaran dilakukan?**
7. **Bagaimana seharusnya penentuan harga dikomunikasikan kepada pasar sasaran?**

Strategi Penetapan Harga

- **Cost-Based Strategies**
 - Cost plus/Mark-up pricing
 - Target return pricing
- **Market-Based Strategies**
 - Floor pricing
 - Penetration pricing
 - Parity pricing (going rate)
 - Premium pricing (skimming)
 - Price leadership pricing
 - Stay out pricing
 - Bundle pricing
 - Value-based pricing (differentials)
 - Gross-benefit pricing

Taktik Penetapan Harga

1. *Cost-plus Pricing*
2. *Rate of Return Pricing*
3. *Competitive Parity Pricing*
4. *Loss Leading Pricing*
5. *Value-based Pricing*
6. *Relationship Pricing*
7. *Flexible Pricing*
8. *Discrete Pricing*
9. *Discount Pricing*
10. *Diversionsary Pricing*
11. **Dan lain-lain**

Pedoman dalam Memilih Metode Penetapan Harga yang Tepat

1. **Besarnya anggaran iklan/promosi yang diinginkan**
2. **Jenis produk**
3. **Sasaran pangsa pasar**
4. **Saluran pemasaran/distribusi**
5. **Pandangan tentang *Profit***
6. **Keragaman atau keunikan produk**
7. **Ada/tidaknya jasa tambahan**
8. **Daur hidup penggunaan produk**
9. **Amortisasi investasi**
10. **Ancaman pesaing baru**

End