

STRATEGI HARGA

OUTLINE

1. Harga jasa
2. Landasan strategi penentuan harga
3. Tujuan penentuan harga
4. Faktor-faktor penentuan harga
5. Perumusan strategi penentuan harga
6. Strategi dan taktik penentuan harga
7. Metode penentuan harga

Harga jasa

Istilah harga >> Beberapa sebutan (BBP, Tarif, Sewa, dan lain-lain)

Perana penting penentuan harga :

- Seberapa jauh layanan dinilai konsumen
- Proses pembangunan citra
- Penentuan persepsi dalam hal kualitas

Penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran

Landasan strategi penentuan harga

1. Biaya-biaya
2. Persaingan
3. Nilai untuk pelanggan

Tujuan Penentuan Harga

1. Bertahan
2. Memaksimalkan laba
3. Memaksimalakan penjualan
4. Prestise
5. ROI

Faktor-faktor Penentuan Harga

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

Perumusan Strategi Penentuan Harga

1. Fokus pada fitur dan manfaat
2. Kategori produk dan persaingan dipandang sempit
3. Konsumen dipandang sebagai pembuat keputusan rasional
4. Metode dan perangkatnya analitis, kuantitatif dan lisan

Perumusan Strategi Penentuan Harga

1. Besar jasa dihargai
2. Dasar penentuan harga
3. Menerima/menagih pembayaran konsumen
4. Tempat pembayaran jasa
5. Waktu pembayaran jasa
6. Cara pembayaran
7. Komunikasi harga pada pasar sasaran

Strategi Penentuan Harga

Biaya

- Penggelembungan harga
- Tingkat pengembalian sasaran

Pasar

- Harga dasar
 - Harga penetrasi
 - Harga paritas
 - Harga premium
 - Price leadership pricing
- Stay out pricing
 - Harga paket
 - Harga nilai
 - Harga manfaat

Taktik Penentuan Harga

1. Harga biaya-plus
2. Tingkat pengembalian
3. Harga paritas kompetitif
4. Harga rugi
5. Harga berdasarkan nilai
6. Harga relasional
7. Harga Fleksibel
8. Harga dengan ciri rendah
9. Harga dengan discount
10. Dan lain-lain

Pedoman Metode Penentuan Harga

1. Besarnya anggaran iklan/promosi
2. Harga pokok
3. Sasaran pangsa pasar
4. Saluran distribusi
5. Pandangan laba
6. Keragaman produk
7. Ada tidaknya jasa tambahan
8. Daur hidup penggunaan produk
9. Amortisasi investasi
10. Ancaman kompetitor