

# **MENETAPKAN HARGA**

**PEMASARAN JASA JENJANG D-3  
SEMESTER GENAP 2015**

# 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