PEMASARAN RITEL

KESATUAN
PRESS

KESATUAN
entrepreneur center

ADIL FADILLAH
BAMBANG HENGKY R.
WEMAN SUARDY

PEMASARAN RITEL

**Adil Fadillah
Bambang Hengky
Weman Suardy**

**KESATUAN PRESS
BOGOR**

**Kesatuan
Entrepreneur
Center**

Strategi Penetapan Harga Pada Ritel

TUJUAN INSTRUKSIONAL

Setelah Mempelajari Bab ini diharapkan Mahasiswa mampu mengetahui :

- **Konsep dan Peranan Harga**
- **Strategi Penetapan Harga**

SESI 7

KONSEP DAN PERANAN HARGA

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu produk setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Pada sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk.

Harga memiliki dua peranan utama :

1. Peranan Alokasi dari Harga, yaitu fungsi harga dalam membantu pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya
2. Peranan Informasi dari Harga, yaitu fungsi harga dalam 'mendidik' konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Tujuan Penetapan Harga

1. Tujuan Berorientasi pada Laba
2. Tujuan Berorientasi pada Volume
3. Tujuan Berorientasi pada Citra
4. Tujuan Stabilisasi Harga
5. Tujuan Lainnya
 - mencegah masuknya pesaing
 - mempertahankan loyalitas pelanggan
 - mendukung penjualan ulang
 - menghindari campur tangan pemerintah

LEMBAR KERJA

Berikut ini adalah daftar Produk yang dibeli oleh ritel untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen. Salah satu tujuan perusahaan ritel adalah memperoleh laba dari produk yang dijualnya. Untuk itu dalam menetapkan harga, pelaku ritel harus mempertimbangkan berbagai aspek, baik internal maupun eksternal.

Salah satu pertimbangannya yang sederhana adalah mempertimbangkan biaya operasional dan tingkat laba yang diinginkan.

Silahkan Anda cermati daftar produk dan harga belinya berikut ini :

Tanggal Pembelian	Nama Produk	Jumlah	Harga Beli
12-Mar-2012	ABC Juice Jambu	30 pack (@6 unit)	Rp 540.000,-
12-Mar-2012	ABC Juice Lychee	15 pack (@6 unit)	Rp 274.500,-
12-Mar-2012	ABC Juice Mangga	40 pack (@6 unit)	Rp 700.000,-
12-Mar-2012	ABC Juice Orange	30 pack (@6 unit)	Rp 540.000,-
12-Mar-2012	ABC Juice Sirsak	15 pack (@6 unit)	Rp 274.500,-
12-Mar-2012	New X-Trabright Tablet 10"	1 pack (@5 unit)	Rp 17.250.000,-
12-Mar-2012	Galaxy Water Filter 5lt	1 pack (@3 unit)	Rp 825.000,-
12-Mar-2012	Gen-X Bicycle	1 pack (@6 unit)	Rp 4.500.000,-
Total			Rp 24.904.000,-

Tugas Anda :

Sebagai pengelola ritel, berapa harga jual produk tersebut jika Anda menggunakan metode penetapan harga berikut ini :

Metode Penetapan Harga		Uraian Jawaban
Skimming Pricing	Teori	Digunakan saat produk baru memasuki pasar dengan menetapkan harga awal lebih tinggi dibanding pesaing, namun akan turun di masa penjualan berikutnya
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	
Penetration Pricing	Teori	Digunakan saat produk baru memasuki pasar dengan menetapkan harga awal lebih rendah dibanding pesaing, namun akan naik di masa penjualan berikutnya
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	

Metode Penetapan Harga	Uraian Jawaban	
Prestige Pricing	Teori	Digunakan saat produk baru memasuki pasar dengan menetapkan harga yang relatif tinggi untuk menciptakan prestige (gengsi) tertentu di kalangan atau segmen konsumen tertentu
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	
Odd-Even Pricing	Teori	Digunakan dengan memanfaatkan kondisi psikologis konsumen yang cenderung menginginkan harga yang murah. Harga menampilkan angka yang terkesan murah, namun sebenarnya mahal karena tidak ada uang kembalian sejumlah itu.
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	

Metode Penetapan Harga	Uraian Jawaban	
Bundle Pricing	Teori	Digunakan untuk memunculkan kesan murah dengan “memaksa” konsumen membeli lebih banyak produk.
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	
Competitor-based Pricing	Teori	Harga ditetapkan dengan mempertimbangkan harga jual pesaing. Pilihannya adalah di bawah harga pesaing atau di atas harga pesaing.
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	

Metode Penetapan Harga	Uraian Jawaban	
Standard Mark-up Pricing	Teori	Harga ditetapkan dengan menambah nilai markup yang ditentukan perusahaan untuk seluruh produk. Misalnya, harga jual setiap produk di-markup sebesar 15% dari harga beli.
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	
Cost plus Percentage of Cost Pricing	Teori	<p>Harga ditetapkan dengan menambahkan persentase dari biaya operasional ke dalam harga jual produk.</p> <p>Biaya Operasional yang muncul adalah : Rp 1.000.000,-</p> <p>Besarnya Persentase dari biaya adalah : 15%</p>
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	

Cost Plus Fixed Fee Pricing	Teori	Harga ditetapkan dengan menambahkan Fixed-Fee yang muncul ke dalam harga jual produk. Biaya Operasional yang muncul adalah : Rp 1.000.000,- Besarnya Fixed-Fee adalah : Rp 500.000,-
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	
Experience Curve Pricing	Teori	Harga ditetapkan dengan mempertimbangkan kurva dari jumlah penjualan produk yang telah dilakukan. Saat Harga Jual ditambah 10%, penjualan mencapai 80% unit produk Saat Harga Jual ditambah 5%, penjualan mencapai 65% unit produk Saat Harga Jual ditambah 15%, penjualan mencapai 50% unit produk Saat Harga Jual ditambah 20%, penjualan mencapai 30% unit produk
	Harga Jual yang Anda tetapkan	
	Alasan Anda	

DAFTAR REFERENSI

- Anderson, E.; Day, S. G.; Rangan, V.K., 1997. *Strategic Channel Design*. Journal of Sloan Management Review, 59-69.
- Beaman , Jill A. and Aaron J. Johnson, 2006. A Guide for Manufacturers Food Distribution Channel Overview. EM 8921 • December 2006, the Food Innovation Center, Oregon State University.
- Bustiner Irving, 1986. *Basic Retailing*, Irwin-Homewood, Illinois
- Cadilhon, Jean-Josep et. al, 2003. Wholesale Markets and Food Distribution in Europe: New Strategies for Old Functions, Muazhong Agricultural University, China
- Carpenter, M.A; Sanders, G, 2007. *Strategic Management: a dynamic perspective: concepts and concepts*. New Jearsey: Pearson Education.
- Dion, Jim. Topping, tap., 1998. *Start and Run a Profitable Retail Business*, Self Counsel Press, USACanada.
- Golden, Lawrence, W. Zimmerman, Donald A., 1986. *Effective Retailing*, Second Edition, Houghton Mifflin Company, Boston
- Joanna Nowakowska-Grunt, 2009. Strategy of Distribution in Food Industry Companies. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 11(2), 2009. Warsawa : Czestochowa University of Technology
- Michelle Christian and Gary Gereffi, 2010. The Marketing and Distibution of Fast Food. Springer Science + Business Media.
- Petljak, Kristina, 2013. Distribution Channels Of Organic Food In The Republic Of Croatia. POSLOVNA IZVRSNOST ZAGREB, GOD. VII (2013) BR. 1, Croatia.
- Pratt Center for Community Development, 2013. Distribution Challenges & Opportunities for NYC's Small, Specialty Food & Beverage Manufacturers, August 2013 Report for Food Study.
- Turban, E; Leidner, D; McLean, E; Wetherbe, J., 2007. *Information Technology for Management*. Asia : John Wiley & Sons, Inc
- Pauziah, P. and Mulyana, M., 2018. Formulation of The Green Marketing Development Strategy for the Body Shop Botani Square Bogor. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 171).
- Hidayat, L., Mulyana, M. and Effendy, M., 2018. Membangun Kepuasan Mahasiswa Pengguna Laboratorium Komputer. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 1(2), pp.93-101.
- Sulistiono, S., Nurendah, Y. and Mulyana, M., 2019. Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 3(1), pp.1-12.
- Mulyana, M. and Khrisnayoga, P.P., 2019. OBSERVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE.

- Nurendah, Y., Mulyana, M. and Muanas, M., 2018. Evaluasi dan Pemetaan Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Ekonomi Syariah. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 2(2), pp.83-94.
- Nurendah, Y., 2015. Strategy to Improvement Sustainability of Distinctively Local Snacks Based on Evaluation and Profile Mapping of SMEs Distinctively Local Snacks. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 5(5), pp.334-338.
- Binangkitsari, L. and Sulistiono, S., 2018. The Influence of Brand Equity Elements on Purchase Decision and Its Implication on Customer Loyalty. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 305).
- H V Purba, J. (2019). The Influence of China's Vegetable Oil Consumption on Indonesia's CPO Exports and Its Implications on IndonesiaChina Trade Balance. *Proceeding Interuniversity Forum for Strengthening Academic Competency*, 1(1), 203.
- Nugroho, J. and Purba, J.H.V., 2018. Analysis of Long-Term Financial Management Policy Case Study PT Sierad Produce Tbk. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 323).
- Munawar, A., 2018. Analysis Differences Financials Performances on Jokowi Regime. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE 2018* (p. 96).
- Paramita, D. A., & Fadillah, A. (2019, July 23). Factors That Influence Small Business Performance in One-Way Traffic System Area. Retrieved from osf.io/preprints/inarxiv/kps5c
- K., & Fadillah, A. (2019, July 23). Influence of Celebrity Endorser, Attractiveness and Packaging Impressions on Interest in Watching Pesbukers ANTV. Retrieved from osf.io/preprints/inarxiv/gf4yq

Ritel telah menjadi bagian tak terpisahkan dari Saluran Distribusi produk dari manufaktur ke konsumen,

Perkembangan bentuk, format dan strategi ritel sudah sedemikian ragam.

Perkembangan tersebut membuka peluang sangat besar bagi SDM yang minat berkarir di bidang ritel.

Buku ini memberi gambaran praktis tentang mengelola bisnis ritel serta pengembangannya

ISBN 978-979-18532-9-0

978-979-18532-9-0