

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harga merupakan salah satu bagian dari empat bauran barang dan atau tujuh bauran jasa yang menjadi faktor penting dalam memasarkan produk seperti yang tertulis dalam buku Manajemen Pemasaran karya ilmuwan Phillip Kotler dan Kevin Keller. Tentu saja harga memiliki andil yang besar dalam pemasaran karena merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan *profit* bagi perusahaan dan menjadi seorang pemasar tentu dalam menjual produknya memperhatikan penetapan harga untuk kesuksesan pemasar dalam menjual produknya.

Manfaat lainnya dari harga adalah sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan, menjadi penentu *profit* atau kerugian bagi perusahaan, mengendalikan tingkat permintaan dan penawaran dipasaran, yang mana harga sebagai pengaruh terhadap aspek produk (seperti pergeseran orientasi, kualitas, atau citra produk), distribusi, promosi (seperti diskon, beli satu dapat satu dan sejenisnya, *doorprize*), dan mempengaruhi perilaku konsumsi dimana harga produk yang rendah dapat meningkatkan konsumsi masyarakat.

Secara historis, harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar. Hal tersebut tentu memiliki kelebihan dan kekurangan dimana dalam penentuan harga pada jaman dahulu konsumen dan penjual

tidak banyak tahu mengenai strategi penetapan harga, menetapkan harga produk bagi penjual hanya berdasarkan mencari untung dan menjual produknya saja dan bagi pembeli membeli produk karena kebutuhan tanpa tahu harga pasar dari produk tersebut. Namun pada perusahaan dengan sistem manajemen yang baik seperti saat ini dalam menetapkan harga, diperlukan suatu strategi penetapan harga. Dimana dipengaruhi banyak faktor seperti biaya bahan baku, kompetitor dan kebutuhan produk dipasaran selain itu konsumen di jaman modern seperti sekarang sudah cerdas tidak mudah dibodohi oleh oknum pemasar nakal karena konsumen tahu banyak tentang harga produk dipasaran.

Dengan diterapkannya penetapan harga, dapat memberikan kelebihan bagi pemasar dan perusahaan seperti dapat memaksimalkan penerimaan laba, meraih pangsa pasar, mengetahui dan merencanakan pengembalian modal usaha, mempertahankan pangsa pasar, menjaga keseimbangan harga, serta menjaga keberlangsungan hidup perusahaan.

Dengan penetapan harga yang benar perusahaan dapat menjual produknya dengan tepat yaitu tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi. Hal ini dikarenakan akan berakibat pada kerugian bagi perusahaan. Jika menetapkan harga terlalu rendah laba yang akan di peroleh perusahaan akan kecil bahkan mengalami kerugian, dan jika menetapkan harga terlalu tinggi akan berdampak pada sulitnya menjual produk di pasar dan sulit dalam bersaing.

Penetapan harga dalam kenyataannya mempunyai permintaan dan biaya sendiri (misal : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* dan lain-lain) serta menghadapi tingkat persaingan yang berbeda di bidang tertentu. Tak terkecuali pada PT. Polabeton Pantongraha Utama (Polabeton) yang berkecimpung di bisnis penjualan beton, tentu memiliki persaingan yang ketat dalam penetapan harga dan persaingan dalam merebut konsumen dipasaran.

Seperti yang penulis kutip dari artikel *Equipment* Indonesia bahwa Pemerintah sudah mengalokasikan anggaran yang besar untuk pembangunan infrastruktur di berbagai belahan Indonesia. Presiden Joko Widodo sudah meresmikan dimulainya pengerjaan sejumlah proyek. Dengan dukungan peralatan konstruksi berteknologi tinggi pengerjaan proyek-proyek itu akan semakin dipercepat dan dengan hasil yang bermutu tinggi.¹ Pengerjaan pembangunan yang besar ini diresmikan sejak tahun 2015 maka persaingan dalam penjualan beton akan semakin ketat. Karena munculnya para pengusaha yang ingin berbisnis di bidang konstruksi hingga penjualan produk mengalami persaingan harga yang tipis.

Hal ini dapat dilihat dari rata-rata penjualan beton di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya pada tahun 2015 berkisar di harga 640.000 hingga 820.000 untuk mutu B0 tergantung banyaknya pesaing, area lokasi dan lokasi jangkauan dari *plant*.

¹ <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (Diakses tanggal 03 Maret 2016)

Dalam pembahasan kali ini, penetapan harga pada perusahaan Polabeton akan cukup menarik. Karena Polabeton termasuk baru dalam perjalanan berbisnis di dunia beton namun telah memiliki pasar yang cukup luas dan mendapat kepercayaan dari pelanggan seperti kontraktor besar dan perorangan.

Dalam hal harga jual produk beton yang di tawarkan tergolong lebih murah dibandingkan rata-rata dari harga jual beton di wilayah jabodetabek dan sekitarnya. Namun perusahaan ini mampu memberikan jaminan keuntungan dan penawaran mutu produk yang terjamin serta keahlian para pekerjanya yang direkrut.

Mengenal lebih dekat pada Polabeton, Polabeton merupakan perusahaan baru yang segrup dengan Polabaja yang sudah lebih dulu berdiri. Polabeton berdiri pada April 2014, Panton Group mengembangkan usaha baru yang bergerak di bidang Beton Siap Pakai (Readymix Concrete) dan diberi nama PT Polabeton Pantongraha Utama yang berkedudukan di Jakarta Barat.

PT Polabeton Pantongraha Utama, telah dinotariskan berdasarkan akta notaris Sri Hidianingsih Adi Sugijanto, SH pada tanggal 17 April 2014. Perusahaan juga telah mendapatkan pengesahan sebagai badan hukum dari Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia no AHU-03812.40.10.2014 pada tanggal 23 April 2014.

Pada Maret 2015 adalah merupakan momen awal beroperasi dan berproduksinya PT Polabeton Pantongraha Utama, yang siap melayani dan

memenuhi kebutuhan pelanggan. *Batching Plant* pertama berdiri di wilayah Cikarang, Bekasi, disusul *plant* kedua berdiri di Panimbang, Pandeglang, Banten. *Plant* ke tiga akan kita bangun di wilayah Serang, Banten dan berikutnya di wilayah Jawa Timur, laninnya.

Dengan visi dan misi yang dimiliki Polabeton, yaitu:

Visi : Menjadi perusahaan ready mix yang terus berkembang dan terpercaya.

Misi :

- i. Memproduksi dan menjual beton *readymix* sesuai dengan standard yang berlaku.
- ii. Menjalankan bisnis sesuai dengan sistem manajemen mutu iso 9001-2015.

Sumber : Data Polabrton yang diolah penulis.

Dengan latar belakang perusahaan, permasalahan dan obyek harga yang menarik untuk di teliti menjadikan penulis tertarik untuk menggali lebih dalam dan merumuskan masalah mengenai dasar penetapan harga, kemampuan bersaing Polabeton dengan perusahaan lainnya dan kemampuan menarik pelanggan dengan harga yang telah ditetapkan. Atas dasar penjelasan latar belakang tersebut maka dalam penyusunan karya imiah ini, penulis dapat memberikan judul “Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Polabeton”.

Dalam memperoleh informasi dan data terkait, penulis melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara dengan sumber data primer yang langsung penulis kumpulkan dari pihak PT. Polabeton Pantongraha Utama.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa dasar penetapan harga yang diterapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama?
2. Bagaimana mengkomunikasikan harga yang ditetapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama agar menarik minat pelanggan?
3. Mengapa harga yang ditetapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama mampu bersaing dengan perusahaan beton lainnya?

C. Tujuan Dan Manfaat

Maksud penulis melakukan penelitian adalah untuk mengkaji penetapan harga pada PT. Polabeton Pantongraha Utama, faktor yang mempengaruhi penetapan harga (harga pokok dan penyesuaian harga) kemampuan bersaing penetapan harga yang diterapkan Polabeton dengan perusahaan beton lainnya hingga cara mengkomunikasikan harga yang ditetapkan agar dapat di terima pasar, mengambil peluang dan menarik konsumen untuk membeli produk.

Selain itu, dengan penyusunan karya ilmiah ini tentunya sebagai bahan penyusun karya ilmiah, guna memenuhi tugas akhir yang diberikan

oleh prodi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (Amd).

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui dasar penetapan harga yang diterapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama.
- b. Mengetahui kemampuan bersaing penetapan harga yang diterapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama dengan perusahaan beton lainnya.
- c. Mengetahui cara mengkomunikasikan harga yang ditetapkan PT. Polabeton Pantongraha Utama terhadap pelanggan.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang penetapan harga, hal-hal yang mempengaruhi dan pengaruhnya, kesesuaian dengan teori yang dipelajari serta dapat dijadikan pembandingan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terhadap penetapan harga dapat berpengaruh dalam menembus pangsa pasar.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada perusahaan tentang kualitas strategi penetapan harga yang ditetapkan perusahaan dalam bersaing

dengan perusahaan beton lainnya, dan sebagai bahan untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan melakukan strategi penetapan harga bisnis selanjutnya.

c. Bagi Fakultas

Sebagai penambah dan pelengkap arsip karya ilmiah di bidang pemasaran dengan tema penetapan harga. Dan mempermudah peneliti dari fakultas untuk melakukan perbandingan.