PERPUSTAKAAN
UNIKOM BANDUNG

STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA SBU. REKAYASA MEKAPLAS PT. INTI (PERSERO) BANDUNG

TUGAS AKHIR

Jurusan : Ahli Komputer Manajemen Pemasaran

Oleh :

Yanti Siti Nurhayanti

NIM MP 396044

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE

LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER INDONESIA JERMAN

BANDUNG

1999

STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA SBU. REKAYASA MEKAPLAS PT. INTI (PERSERO) BANDUNG

TUGAS AKHIR

Jurusan : Ahli Komputer Manajemen Pemasaran

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Kelulusan Program Diploma 3 IGI - LPKIG

Oleh :

Yanti Siti Nurhayanti

NIM MP 396044

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE

LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER INDONESIA JERMAN

BANDUNG

1999

Judul : Strategi Penetapan Harga Pada SBU. Rekayasa Mekaplas PT. INTI (Persero) Bandung

Nama : Yanti Siti Nurhayanti

N I M : MP 396044

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan

Bandung, 04 Agustus 1999

Dosen Pembimbing	Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran
Dr. Ir. Maspul Aini Kambry., MSc.	Ahmad Iskandar Z., SE., MBA

Mengetahui,

Direktur IGI – LPKIG

Ir. Eddy Suryanto Soegoto., MSc.

STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA SBU. REKAYASA MEKAPLAS

PT. INTI (PERSERO) BANDUNG

Data – Data Dalam Tugas Akhir ini

Disetujui dan Disahkan Oleh :

Pembimbing Instansi I

Agus Suprihadi

NIP : 7803019

Pembimbing Instansi II

Nandang Ahmad M.

NIP : 7803005

Mengetahui,

Manajer PU & SAR SBU. Rekayasa Mekaplas

Drs. H. Halili Kamdus

NIP : 7603021

Laporan Kerja Praktek ini telah diuji dan disahkan

Oleh Komisi Sidang Tugas Akhir

Pada Tanggal 04 Agustus 1999

Penguji I

Ir. Eddy Suryanto Soegoto., MSc.

Penguji II

Ahmad Iskandar Z., SE., MBA.

Penguji III

Dr. Ir. Maspul Aini Kambry., MSc.

"Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati; semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya".

(Q.S. Al – Israa', 17 : 36)

Kupersembahkan untuk

Mama dan Bapak tercinta

yang telah mencurahkan kasih sayangnya

ABSTRAK

Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya : iuran, tarif, sewa,bunga, upah, gaji, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang/jasa.

Dalam situasi pasar yang semakin rumit, tinjauan atas strategi harga semakin terasa penting. Penurunan daya beli menyebabkan masyarakat sebagai konsumen semakin peka akan harga. Produsen atau perusahaan pun harus semakin hati – hati dalam menetapkan harga produknya yang tidak jarang menghadapi dilema. Perusahaan di satu pihak harus menanggung biaya produksi yang semakin tinggi akibat kenaikan harga material, tetapi di pihak lain harus menghadapi pasar yang lesu.

PT. INTI (Persero) Bandung sebagai BUMN yang berada dalam lingkungan Badan Pengelola Industri Strategis (BPIS) yang bergerak dalam bidang telekomunikasi juga dihadapkan pada masalah tersebut di atas. SBU. Rekayasa Mekaplas adalah salah satu unit bisnis (SBU/*Strategic Bussiness Unit*) di PT. INTI (Persero) yang bergerak dalam bidang mekanik, konstruksi, plastik, jasa konsultasi dan instalasi; yang mendukung proses produksi produk – produk yang dihasilkan PT. INTI (Persero) secara keseluruhan. SBU. Rekayasa Mekaplas dalam menetapkan harga produknya menggunakan metode penetapan harga yang berbasis atas biaya.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusun dapat melaksanakan dan menyelesaikan praktek kerja yang bertempat di PT. INTI (Persero) Bandung. Praktek kerja ini merupakan salah satu syarat kelulusan Diploma 3 pada Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman, jurusan Manajemen Pemasaran.

Mengingat waktu yang diberikan selama praktek kerja terbatas, maka dalam penyusunan laporan ini penyusun menyadari hasil dari laporan ini masih terdapat banyak kekurangannya, baik dalam hal penyusunan kata – kata, kalimat, maupun dalam hal penyampaian materi yang dikemukakan dalam laporan ini.

Dalam laporan ini, penyusun mengambil judul ***"Strategi Penetapan Harga pada SBU. Rekayasa Mekaplas PT. INTI (Persero) Bandung"***.

Pada kesempatan ini penyusun dengan lapang dada akan menerima setiap kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat digunakan dalam penyusunan laporan di masa yang akan datang, sehingga menjadi lebih baik.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penyusun, sehingga penyusun dapat menyelesikan laporan ini. Adapun ucapan terima kasih ini penyusun sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Maspul Aini Kambry., MSc., selaku pembimbing dalam pembuatan laporan ini.
2. Bapak Agus Suprihadi, selaku pembimbing I di perusahaan.

3. Bapak Nandang Ahmad M., selaku pembimbing II di perusahaan.
4. Bapak Drs. H. Halili Kamdus, selaku Manajer Pengembangan Usaha dan Pemasaran SBU. Rekayasa Mekaplas.
5. Mama dan Bapak yang telah memberikan dukungan, baik moril maupun materil.
6. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto., MSc., selaku Direktur Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman, Bandung.
7. Bapak Ahmad Iskandar Z., SE., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran.
8. Seluruh staf Bagian Pemasaran SBU. Rekayasa Mekaplas.
9. April, Lia, Ade, Diah, dan Rita, yang telah membantu penyusun dalam berbagai hal; serta rekan – rekan di Manajemen Pemasaran angkatan '96.
10. Elfrima, yang menjadi dorongan bagi penyusun untuk segera menyelesaikan laporan ini.

Semoga amal baiknya mendapat balasan dari Allah SWT, dan penyusun berharap semoga laporan ini bermanfaat khususnya bagi penyusun dan umumnya bagi semua pembaca.

Bandung, Juli 1999

Penyusun

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Maksud dan Tujuan 3

1.3 Metodologi Penelitian 3

1.4 Pembatasan Masalah 4

1.5 Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1 Definisi Strategi 6

2.2 Konsep dan Peranan Harga 8

2.3 Tujuan Penetapan Harga 9

2.4 Metode Penetapan Harga 12

2.4.1 Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan 12

2.4.2 Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya 14

2.4.3 Metode Penetapan Harga Berbasis Laba 15

2.4.4 Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan 16

2.5 Strategi Penetapan Harga 17

BAB III DATA HASIL PENELITIAN 20

3.1 Sejarah Berdirinya PT. INTI (Persero) 20

3.1.1 Periode Sebelum Tahun 1945 20

3.1.2 Periode Tahun 1945 – 1960 21

3.1.3 Periode Tahun 1960 – 1969 21

3.1.4 Periode Tahun 1969 – 1979 22

3.2 PT. INTI (Persero) 24

3.3 Sasaran dan Tujuan PT. INTI (Persero) 26

3.4 Aktivitas PT. INTI (Persero) 28

3.5 Struktur Organisasi PT. INTI (Persero) 31

3.6 Strategi Penetapan Harga pada SBU. Rekayasa Mekaplas .. 34

3.6.1 Tujuan Penetapan Harga pada SBU. Rekayasa Mekaplas 34

3.6.2 Metode Penetapan Harga pada SBU. Rekayasa Mekaplas 35

3.6.3 Penetapan Harga pada SBU. Rekayasa Mekaplas .. 36

3.6.3.1 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga 36

3.6.3.2 Kalkulasi Harga Pokok Produk SBU. Rekayasa Mekaplas 36

3.6.3.3 Prosedur Penetapan Harga Jual SBU. Rekayasa Mekaplas 38

BAB IV ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA SBU. REKAYASA MEKAPLAS PT. INTI (PERSERO) BANDUNG 40

4.1 Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga 40

4.2 Analisis Metode Penetapan Harga 42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 46

5.1 Kesimpulan 46

5.2 Saran 47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Daftar Tarif Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik 38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. INTI (Persero) 32

Gambar 3.2 Prosedur Penetapan Harga Jual pada PT. INTI (Persero) Bandung 39