BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini dan yang akan datang perusahaan maupun organisasi nirlaba lainnya dihadapkan pada berbagai macam tantangan dan persaingan yang semakin tajam.Untuk itu para manajer perlu mengantisipasi perubahan-perubahan dan ancaman tersebut, agar dapat meraih peluang-peluang yang menguntungkan dengan menyusun kekuatan dan mengatasi segala kelemahan-kelemahan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang tepat dan terarah serta kemampuan profesional manajerial yang andal.

Kebijakan penetapan harga jual produk atau jasa yang dilakukan perusahaan adalah salah satu masalah penting dan komplek yang harus dihadapi oleh para penentu kebijaksanaan. Banyak perusahaan menginginkan agar harga jual produk mencerminkan biaya ditambah laba yang diinginkan oleh perusahaan. Tetapi kenyataannya, banyak faktor-faktor dan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi harga jual produk, misalnya permintaan dan penawaran produk, serta campur tangan pemerintah dalam penetapan harga jual untuk barang dan jasa tertentu.

Karena kompleknya masalah penetapan harga jual produk, banyak manajer berpendapat bahwa penetapan harga jual produk adalah subyek yang hanya dapat dikelola atas dasar pengalaman, bahkan beberapa perusahaan menganggap bahwa penetapan harga jual adalah diliputi misteri yang tidak dapat ditembus atau dipecahkan dengan analisa akal sehat. Tetapi kenyataannya, meskipun penetapan

harga jual adalah masalah komplek, manajemen dapat menentukan kebijaksanaan umum yang memadai bagi para eksekutif dalam bertindak sehari-hari.

Perusahaan perlu memikirkan tentang strategi penetapan harga jual produknya secara tepat, karena harga yang tidak tepat akan mengakibatkan kurangnya ketertarikan pembeli untuk membeli produk tersebut. Penentapan harga jual produk yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga harus ditetapkan lebih rendah atau serendah mungkin. Dan tidak selalu benar bahwa harga tinggi tidak menarik minat pembeli. Bagi orang-orang yang memiliki sifat *psychological man* yaitu manusia-manusia yang bergengsi, mereka tidak menyenangi barang-barang yang harganya murah, karena mereka beranggapan tidak sesuai dengan selera mereka dan mereka tidak menyenangi barang-barang yang dapat dibeli dan dimiliki oleh kebanyakan orang. Orang-orang yang bergengsi itu menyenangi barang yang bergengsi pula dan barang yang bergengsi tentu saja harganya tinggi. Dengan harga yang tinggi hanya orang-orang tertentu saja yang mampu untuk membeli barang tersebut, sehingga tidak banyak orang yang memilikinya. Bagi perusahaan sendiri tingkat harga yang ditetapkan memberi pengaruh pada laba yang akan diperoleh oleh perusahaan , sebab cuma harga satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan , sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran yang harus ditanggung perusahaan.

Dengan dilatarbelakangi hal-hal tersebut, serta didorong untuk lebih mengetahui tentang penetapan harga pada suatu perusahaan, maka penyusun

mengambil judul "**Strategi Penetapan Harga Sigma Furniture Pada PT. Dwipapuri Asri – Bandung** ".

1.2.Maksud dan Tujuan

Pembuatan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam kelulusan D III di IGI-LPKIG . Sedangkan tujuan pembuatan Tugas Akhir ini antara lain :

a) Untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai Sigma Furniture.
b) Untuk mengetahui penetapan harga yang berlaku pada Sigma Furniture.
c) Untuk mengetahui strategi apa yang tepat dilakukan oleh Sigma Furniture dalam penetapan harga.

1.3.Pembatasan Masalah

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penyusun membatasi masalah pada metode dan strategi penetapan harga yang berlaku pada Sigma Furniture.

1.4.Metodologi Penelitian

Untuk Tugas Akhir ini penyusun menggunakan metodologi penelitian berupa :

1) *Field Research* (studi lapangan), dengan cara :

a. Interview (wawancara)

Penyusun mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan maupun tulisan sehubungan dengan masalah yang diteliti kepada pihak perusahaan.

b. Observasi

Untuk memantapkan hasil penelitian penyusun melakukan tinjauan langsung dilapangan berupa visualisasi/pengamatan.

2) *Library Research* (studi kepustakaan)

Penyusun memperoleh data dari buku-buku yang memuat materi-materi yang diteliti. Cara ini banyak membantu penyusun dalam mendapatkan data yang tidak diperoleh dari hasil wawancara serta penyusun dapat melihat perbandingan antara hasil observasi dengan teori-teori tertulis.

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi gambaran tentang latar belakang, metodologi penelitian, maksud dan tujuan, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori dari permasalahan yang diambil.

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

Semua informasi yang ada di perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diambil.

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

Melakukan analisa terhadap data hasil penelitian berdasarkan pustaka serta ilmu yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penyimpulan hasil analisa dan memberi masukan/saran perbaikan sistem perusahaan.