

Product Knowledge and Pricing Concept

Minggu-9

Perubahan Harga (*price change*)

By :
Ai Lili Yuliati, Dra, MM

Further Information :
Mobile : 08122035131
Email:
ailili1955@gmail.com



Pokok Bahasan (1)

- Beberapa Cara Melakukan Perubahan Harga.
- Alasan Perusahaan Melakukan Pemotongan Harga.
- Alasan Perusahaan Menaikkan Harga.
- Beberapa Cara Menaikkan Harga.
- Jebakan Dari Strategi Penurunan Harga.
- Reaksi Pembeli terhadap Pemotongan Harga.



Pokok Bahasan (2)

- Reaksi Pembeli terhadap Kenaikkan Harga.
- Reaksi Pesaing Terhadap Perubahan Harga.
- Berbagai Pertimbangan Dalam Merespon Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing.
- Respon Perusahaan Terhadap Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing.
- Beberapa Cara Untuk Menghindari Menaikkan Harga.

Beberapa Cara Yang Dapat Dilakukan Perusahaan Untuk Melakukan Perubahan Harga



- Pemotongan Harga.
- Meningkatkan Harga.

Alasan Perusahaan Melakukan Pemotongan Harga

- **Kelebihan kapasitas**
- **Turunnya permintaan**
 - Adanya persaingan harga yang kuat.
Perusahaan bisa memotong harga yang agresif untuk mendorong penjualan dan pangsa pasar.
- **Untuk mendominasi pasar melalui biaya yang lebih rendah.**
 - Memulai dengan biaya yang lebih rendah dari pesaing,
 - *Atau memotong harga-untuk meraih pangsa pasar,*
 - *Selanjutnya menurunkan biaya melalui volume yang lebih besar.*

Contoh: Dell Computer

Beberapa Alasan Perusahaan Menaikkan Harga

- Untuk meningkatkan Laba

- Adanya kelebihan permintaan
(*misalnya industri minyak dan gas di seluruh dunia*)

- Adanya Inflasi Biaya



Ilustrasi Perolehan Laba Sebelum Dan Setelah Kenaikkan Harga

	Sebelum	Sesudah	
Harga	\$ 10	\$10,10	(kenaikan harag 1 %
Unit Terjual	100	100	
Pendapatan	\$1.000	\$1.010	
Biaya	\$970	\$970	
Lab	\$30	\$40	(Peningkatan laba)

Yang Harus Diperhatikan Oleh Perusahaan Ketika Menaikkan Harga

- Harus dihindari anggapan sebagai pengeksploitasi harga
- Kenaikan harga harus diimbangi rasa keadilan
 - Harus didukung oleh komunikasi perusahaan, mengapa harga dinaikkan

Beberapa Cara Yang Dapat Dilakukan Perusahaan Untuk Menghindari Menaikan Harga (1)

- Mengurangi/menyusutkan jumlah produk

Contohnya :

Hershey Foods (perusahaan permen) mempertahankan harga permen coklatnya tetapi memperkecil ukurannya

- Mengganti dengan bahan atau unsur yang lebih murah

Contohnya:

Perusahaan permen coklat menggunakan coklat sintesis/buatan untuk menggantikan coklat asli guna mengatasi kenaikan harga kakao.

Beberapa Cara Yang Dapat Dilakukan Perusahaan Untuk Menghindari Menaikan Harga (2)

- Mengurangi atau menghilangkan fitur (ciri) produk.

Contohnya:

Perusahaan elektronik mengurangi sejumlah fitur produk peralatan rumah tangga sehingga dapat mengenakan harga yang lebih kompetitif terhadap barang yang dijual di toko diskon.

- Mengurangi atau menghilangkan layanan produk.

Contohnya:

Menghilangkan layanan pemasangan (instalasi) atau pengiriman produk gratis.

Beberapa Cara Yang Dapat Dilakukan Perusahaan Untuk Menghindari Menaikan Harga (3)

- Menggunakan bahan kemasan yang lebih murah atau ukuran kemasan yang lebih besar.
 - Mengurangi jumlah ukuran dan model yang ditawarkan.
 - Menciptakan merek hemat yang baru.

Contohnya:

Suatu toko makanan memperkenalkan 170 barang generik yang dijual pada harga 10% sd 30% lebih murah dibandingkan merek-merek yang berlaku secara nasional.

Beberapa Cara Untuk Menaikkan Harga (1)

- **Penundaan penetapan harga
(*delayed quotation pricing*).**

Perusahaan tidak menetapkan harga akhir sampai produk tersebut selesai atau dikirimkan.

→ *Umumnya dilakukan dalam industri dengan waktu jeda (lead time) produksi yang panjang , seperti konstruksi industri dan peralatan berat.*

Beberapa Cara Untuk Menaikkan Harga (2)

- **Klausula peningkatan harga**
(escalator clauses)
 - « Mengharuskan pelanggan membayar harga saat ini dan semua atau sebagian kenaikan inflasi yang terjadi sebelum pengiriman.
- *Klausula peningkatan harga didasarkan pada beberapa indeks harga tertentu.*
- *Klausula ini ditemukan dalam kontrak proyek-proyek industri besar.*
- Contohnya : Pembuatan konstruksi pesawat dan pembangunan jembatan.*

Beberapa Cara Untuk Menaikkan Harga (3)

- **Pemisahan bagian/penguraian
(*Unbundling*).**

Perusahaan mempertahankan harganya tetapi melepas atau menetapkan harga tersendiri atau terpisah untuk satu atau beberapa elemen yang tadinya merupakan bagian dari tawaran sebelumnya.

Contohnya : Pengiriman atau instalasi gratis.

Beberapa Cara Untuk Menaikkan Harga (4)

- **Pengurangan diskon
(*reducing of discounts*).**

Perusahaan tidak menawarkan lagi *discount* tunai dan diskon kuantitas seperti biasanya.

Jebakan Dari Strategi Penurunan Harga (1)

- **Jebakan kualitas rendah**
(Low-quality trap).

Konsumen akan menganggap bahwa mutu dari barang tersebut rendah.

- **Jebakan pangsa pasar yang rentan**
(fragile-market-share trap).

Harga rendah dapat merebut pangsa pasar, tetapi bukan kesetiaan (loyalitas) pasar.

Pelanggan yang sama akan beralih ke setiap perusahaan yang memberikan harga yang lebih rendah.

Jebakan Dari Strategi Penurunan Harga (2)

- **Jebakan dompet tipis (*shallow-pockets trap*).**

Pesaing dengan harga yang lebih tinggi akan menurunkan harganya dengan waktu yang lama karena memiliki cadangan tunai/kas yang lebih banyak.

- **Jebakan perang harga (*price-war trap*).**

Pesaing merespon dengan menurunkan harga mereka, hal ini akan memicu perang harga.

Reaksi Pembeli terhadap Pemotongan Harga

- Barang tersebut cacat dan tidak terjual dengan baik.
 - Kualitas sudah berkurang.
- Perusahaan tidak akan berada dalam bisnis yang cukup lama atau menyediakan suku cadang untuk masa yang akan datang.
- Model tersebut akan diganti dengan model yang lain yang lebih baru.

Reaksi Pembeli terhadap Kenaikkan Harga

- Barang tersebut sangat laris/laku dan kemungkinan tidak dapat diperoleh kecuali membelinya segera.
- Barang tersebut memiliki performa yang bagus yang tidak biasa.
- Perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang besar dan mengenakan harga yang akan ditanggung oleh konsumen.

Reaksi Pesaing Terhadap Perubahan Harga

- Perusahaan mencoba meraih pangsa pasar yang lebih besar.
 - Kinerja perusahaan cukup buruk dan berusaha mendorong penjualannya.
- Perusahaan ingin keseluruhan industri memotong harga untuk meningkatkan total permintaan.

Berbagai Pertimbangan Dalam Merespon Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing

- **Mengapa pesaing mengubah harga ?**

Apakah untuk :

Merebut pangsa pasar ?,

Memanfaatkan kelebihan kapasitas ?,

Mengikuti kondisi biaya yang sedang berubah ?.

Memimpin perubahan harga dalam industri tersebut ?.

- **Apakah perubahan harga itu bersifat sementara atau permanen ?**

- **Apa yang terjadi terhadap pangsa pasar dan laba perusahaan jika perusahaan tidak merespon?.**

- **Apakah perusahaan lain akan merespons ?.**

→ *Perusahaan harus mempertimbangkan situasi, strategi dan reaksi pelanggan yang mungkin terjadi terhadap perubahan harga.*

Respon Perusahaan Terhadap Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing (1)

- Perusahaan dapat mengurangi harganya untuk menyamai harga pesaing.
- *Perusahaan berpendapat bahwa pasar sensitif terhadap harga, dan perusahaan akan kehilangan terlalu banyak pangsa pasar dalam menghadapi pesaing yang harganya lebih rendah.*
- Mengurangi kualitas produk, pelayanan, dan komunikasi pemasaran untuk memperoleh margin laba.

Respon Perusahaan Terhadap Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing (2)

- Mempertahankan harga tetapi meningkatkan nilai anggapan penawaran.
- Mengembangkan komunikasi pemasaran, dengan lebih menekankan pada nilai relatif kualitas barang yang diproduksinya terhadap barang pesaing yang harganya lebih rendah.
- Mempertahankan harga dan mengeluarkan uang untuk memperbaiki nilai anggapannya daripada menurunkan harga dan beroperasi pada margin yang lebih rendah .

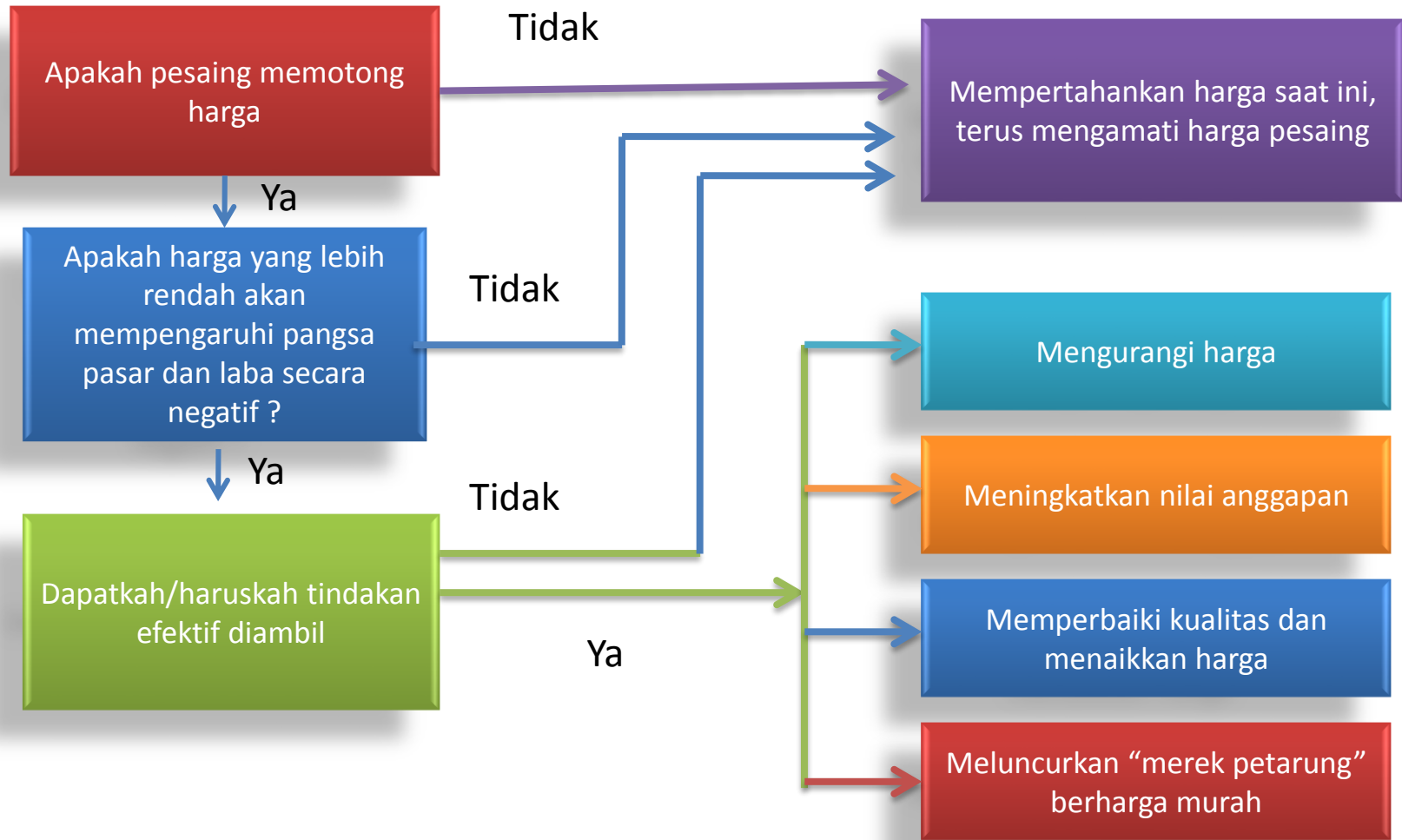
Respon Perusahaan Terhadap Perubahan Harga Yang Dilakukan Pesaing (3)

- Memperbaiki kualitas dan menaikkan harga, menggerakkan mereknya ke posisi nilai harga yang lebih tinggi.
- Meningkatkan kualitas yang lebih tinggi, menciptakan nilai pelanggan yang lebih besar yang memberi alasan bagi harga yang lebih tinggi.
 - Meluncurkan “*merek petarung*” yang lebih murah, menambahkan barang yang lebih murah ke dalam lini atau menciptakan merek murah terpisah.

How should a company respond to a competitor's price change?



Menilai Dan Merespon Perubahan Harga Pesaing



thank you