

Faktor dalam Menentukan Harga Jual

Faktor Internal & Eksternal



Menjual Ide
Menentukan Strategi Pemasaran



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Winda Senja

TERINSPIRASI DARI:
Dokuz Eylul University (2012) Pricing Considerations and Approaches





Faktor dalam Menentukan Harga Jual

Pricing merupakan salah satu elemen dari bahasan marketing selain *product*, *place* dan *promotion* yang wajib diketahui ketika memasarkan produk Usaha Sosial Anda.

Anda pasti sering dibayangi pertanyaan, apakah harga-harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan nilai produk Anda? Apakah ini merupakan harga terbaik untuk mendapat keuntungan yang maksimal?

Nah, dalam menentukan harga ada dua faktor yang perlu Anda pertimbangkan:

- Faktor internal
- Faktor eksternal



Penting Anda pertimbangkan dalam menentukan harga:

Faktor Internal

1. Biaya yang Anda gunakan untuk membuat produk (Harga Pokok Penjualan/HPP)

- Wirausahawan sosial terkadang ingin membuat harga produknya bisa bersaing atau bahkan lebih murah dari kompetitor. Saat seperti itu, Anda harus berhati-hati untuk tetap memastikan harga jual produk lebih besar dari harga pokok penjualan agar Anda tak rugi. Sebenarnya, hal ini harus diterapkan pada semua kondisi agar usaha tidak merugi.

2. Apa strategi pemasaran Anda?

- Seperti telah dijelaskan, **harga** merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran. Karena itu, harga yang Anda tetapkan juga harus sejalan dengan strategi pemasaran yang dilakukan.
- **Misal**, Anda menetapkan harga lebih rendah dari pasar berarti Anda ingin berfokus menaikkan kuantitas penjualan.
- Jika Anda menetapkan harga yang lebih tinggi dari pasar (harga premium), Anda berarti fokus kepada kualitas dan keunikan yang ditawarkan produk Anda.

3. Siapa yang berwenang menentukan harga?

- Apakah CEO, pendiri, pimpinan atau kewenangan tim yang menangani produksi?
- Pihak yang menentukan harga biasanya akan memengaruhi strategi harga yang diambil. Maka Anda harus menentukan siapa yang lebih tepat diberi wewenang untuk menentukan harga produk Usaha Sosial Anda.



- **Tips:** Cara menghitung HPP dapat Anda lihat pada materi [finance](#).



Faktor dalam Menentukan Harga Jual

Pricing merupakan salah satu elemen dari bahasan marketing selain *product*, *place* dan *promotion* yang wajib diketahui ketika memasarkan produk Usaha Sosial Anda.

Anda pasti sering dibayangi pertanyaan, apakah harga-harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan nilai produk Anda? Apakah ini merupakan harga terbaik untuk mendapat keuntungan yang maksimal?

Nah, dalam menentukan harga ada dua faktor yang perlu Anda pertimbangkan:

- Faktor internal
- Faktor eksternal



Penting Anda pertimbangkan dalam menentukan harga:

Faktor Eksternal

1. Sifat dari permintaan produk Anda

- Seberapa besar perubahan harga memengaruhi permintaan terhadap produk Anda? Jika permintaan turun terlalu jauh ketika harga dinaikkan, sebaiknya Anda tidak menaikkan harga. Bukannya akan meningkatkan keuntungan, Anda akan rugi karena konsumen tidak lagi membeli produk Anda yang dianggap lebih mahal.
- Mana yang lebih penting bagi konsumen: harga atau *value* produk Anda?

2. Apa yang kompetitor Anda lakukan?

- Ketika Anda menerapkan harga yang rendah, kompetisi akan menurun karena sedikit kompetitor yang bisa bersaing dengan harga yang rendah
- Ketika Anda menerapkan harga yang tinggi (premium) maka akan meningkatkan kompetisi di pasar.
- **Ingat:** Selalu lakukan evaluasi dan bandingkan harga produk Anda dengan kompetitor. Seringkali kompetitor Anda bukan hanya sesama wirausahawan sosial, namun juga perusahaan biasa.

3. Faktor eksternal lain seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi nasional dan global, serta perubahan selera konsumen

- Faktor-faktor yang dimaksud tidak terbatas pada berbagai hal yang sudah disebutkan itu. Intinya, Anda harus jeli melihat perubahan yang terjadi serta mampu memprediksi dampaknya terhadap Usaha Sosial Anda.



- **Baca selengkapnya:**
Menentukan Harga dengan Elastisitas Permintaan