

Analisa penentuan harga hual paket wisata dengan menggunakan data biro perjalanan umum PT STV Tours & Travel

Shienni Widjaja, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20320190&lokasi=lokal>

Abstrak

Suatu kebijaksanaan dalam menentukan harga suatu produk baik berupa barang maupun jasa yang dijual oleh suatu perusahaan merupakan salah satu jenis keputusan yang dapat mempengaruhi kinerja dari perusahaan, sehingga keputusan tersebut sangat penting agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan tidak merugikan perusahaan. Dalam menentukan harga jual suatu produk, banyak faktor-faktor yang mempengaruhinya baik faktor internal maupun eksternal. Untuk faktor internal biasanya adalah berupa tujuan, strategi pemasaran, biaya dan bentuk organisasi. Sedangkan faktor eksternal berupa sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan faktor lainnya. Selain itu banyak pula metode yang dapat diterapkan untuk menentukan harga jual produk di mana penulis membatasi pada metode penentuan harga jual berdasarkan biaya. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah:

1. Penelitian kepustakaan yang dilakukan dengan jalan meneliti buku-buku dan artikel-artikel yang berhubungan dengan harga jual, faktor-faktor yang menentukan, dan metode penentuan harga jual itu sendiri. Hasil penelitian ini digunakan untuk membangun kerangka teoritis serta sebagai dasar untuk melakukan analisa atas hasil penelitian lapangan.
2. Penelitian lapangan, dengan obyek penelitian berupa produk jasa paket wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan umum PT. STV Tours & Travel. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa paket wisata merupakan salah satu produk yang dijual dengan menggunakan strategi product-bundling, yaitu menawarkan produk dalam bentuk paket dengan harga yang lebih murah sehingga dapat menarik minat pembeli. Tetapi di samping itu, dengan menggunakan metode penentuan harga jual yang didasarkan atas biaya dapat memungkinkan manajemen untuk memberikan harga jual yang lebih kompetitif jika pengalokasian biaya dilakukan dengan lebih tepat. Selain daripada penentuan metode yang tepat, masih ada faktor lain yang merupakan strategi penjualan yang ingin diterapkan perusahaan untuk menentukan harga jual akhir. Jadi dengan menerapkan metode yang tepat ditambah strategi perusahaan akan menghasilkan harga jual produk akhir yang bersifat kompetitif, yang pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan.