

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan yang pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan di berbagai aspek, salah satunya mempengaruhi aspek perekonomian. Perubahan ini turut memicu banyaknya perusahaan-perusahaan yang mulai mengembangkan bisnisnya dan juga meningkatnya jumlah jenis usaha-usaha baru. Survey yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat jumlah usaha menurut hasil sementara pendaftaran usaha Sensus Ekonomi (SE) 2016 sebanyak 26,7 juta wirausahawan non-pertanian atau naik sekitar 17,6 persen atau sekitar 4 juta orang dari hasil SE 2006 sebesar 22,7 juta wirausahawan (Yuliyanna, 2016).

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan saling berpacu memberikan penawaran dan pelayanan yang maksimal untuk menjadi yang teratas. sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi perubahan suatu lingkungan dalam dunia pemasaran, utamanya dalam pengambilan keputusan terhadap harga. Hal tersebut tidak terlepas dari aktifitas pemasaran yaitu bauran pemasaran (4p = *product, place, price, promotion*) karena harga merupakan salah satu bagian penting dari bauran pemasaran dan menjadi sumber pendapatan terhadap perusahaan.

Menurut Tjiptono (2015), Salah satu dari unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel adalah harga, artinya dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Jika perusahaan ingin meningkatkan laba atau pendapatan bagi perusahaan, yang harus dilakukan yaitu dengan menarik minat beli konsumen terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Cara yang dapat dilakukan salah satunya dengan menentukan harga yang tepat. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas barang yang diproduksi, sesuai pula dengan persepsi konsumen, dan dapat memberikan nilai kepuasan terhadap konsumen.

Harga suatu produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri dan menjadi ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan pembelian konsumen menurut Wijayanti (2012). Seseorang akan berani membayar mahal terhadap suatu produk atau jasa apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk atau jasa yang akan mereka beli itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai rendah terhadap suatu produk atau jasa maka dia tidak akan bersedia untuk membayar ataupun membeli dengan harga yang mahal. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan bagi pebisnis untuk unggul dari para pesaing.

Berkaitan dengan sangat pentingnya masalah proses penentuan harga terhadap pendapatan suatu perusahaan maka penulis mengambil objek pada PT. ERA ASTA MARIN NUSANTARA JAKARTA. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *Maintenance Chemical industry* untuk kebutuhan industri pertambangan, perminyakan dan perusahaan industri lainnya. Perusahaan ini juga

mengagenkan beberapa produk guna penunjang kegiatan industri. PT. Era Asta Marin Nusantara mendukung untuk perusahaan pelayaran, pembangkit listrik dan industri utama seperti industri minyak dan gas. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang *Maintenance Chemical industry* perusahaan ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa klien mereka selalu berada di puncaknya dan mendapatkan pelayanan yang maksimal.

Semakin besarnya pertumbuhan industri pertambangan dan perminyakan di Indonesia turut memicu munculnya perusahaan baru yang mulai melirik bisnis yang mengarah hal tersebut. Salah satunya adalah perusahaan yang mencoba masuk dalam bisnis *Maintenance Chemical industry* dan hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi PT. Era Asta Marin Nusantara. Perusahaan harus cermat memperhatikan masalah mengenai penentuan harga jual yang tepat dan menentukan strategi harga untuk menghadapi persaingan dalam tender. Penulis melihat salah satu metode penentuan harga jual yang digunakan oleh perusahaan ini adalah menggunakan metode penentuan harga berbasis persaingan.

Dari latar belakang yang penulis telah kemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penetapan harga yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi para pesaingnya. Oleh sebab itu penulis mengambil judul sebagai berikut :
“ Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan Pada PT. ERA ASTA MARIN NUSANTARA JAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dibahas, maka rumusan masalah yang penulis angkat adalah :

Bagaimana penerapan metode penetapan harga yang dijalankan perusahaan untuk menghadapi pesaing ?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui penerapan metode penetapan harga berbasis pesaing pada PT. Era Asta Marin Nusantara Jakarta.

1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat penelitian yang dimaksud adalah mencakup hal-hal sebagai berikut, yaitu :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pendapat pada PT. Era Asta Marin Nusantara Jakarta untuk dapat menerapkan metode penetapan harga berbasis persaingan untuk menyikapi persaingan bisnis di kota-kota besar terutama pada bisnis *Maintenance Chemical industry*. Sehingga dapat memberikan *profit* yang lebih besar bagi perusahaan.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber masukan dalam melakukan penelitian untuk selanjutnya mengenai peran dari metode penetapan harga berbasis persaingan bagi perusahaan di kota-kota besar seperti pada PT. Era Asta Marin Nusantara Jakarta.

1.5 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung di lapangan, yang disebut dengan metode observasi. Proses ini berupa bentuk pengamatan yang meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur dan mencatat kejadian di lapangan. Metode observasi bisa disebut sebagai kegiatan yang meliputi pencacatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Pada tahap awal penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin yaitu melakukan metode observasi secara umum.

Tahap selanjutnya penulis mulai menyempitkan data ataupun informasi yang diperlukan dalam penelitian dengan menjalankan metode observasi yang terfokus, sehingga penulis dapat menemukan pola-pola hubungan yang terus menerus terjadi pada objek yang diamati.

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan tentang penetapan harga berbasis persaingan pada PT. Era Asta Marin Nusantara.

1.7 Tempat Dan Waktu Magang

Kegiatan Praktek Kuliah Kerja Lapangan/magang akan dilaksanakan di PT. Era Asta Marin Jakarta selama jangka waktu yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu 2 bulan (40 hari kerja).

1.8 Sistematika Penulisan Laporan

Secara garis besar pembahsan studi ini terdiri dari lima bab dengan sitematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat magang, metode penelitian, ruang lingkup pembahsan, tempat dan waktu magang serta sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian, dalam hal ini penulis membahas tentang konsep harga dan strategi penetapan harga yang tepat bagi perusahaan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang bagaimana gambaran umum perusahaan. dalam bab ini menjelaskan seperti sejarah berdirinya perusahaan, kegiatan utama perusahaan, jenis produk dan pelayanan yang ditawarkan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan legalitas perusahaan.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang dilakukan. Berisikan pembahasan tentang kebijakan penetapan harga yang diterapkan pada PT. Era Asta Marin Nusantara Jakarta.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran baik bagi perusahaan ataupun untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan dan saran yang ditarik berdasarkan dari hasil observasi yang dilakukan.