

BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN

Pemasaran adalah Proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan (Kotler dan Amstrong, 2012;29)

Menemukan tujuan pemasaran dengan tepat dan jelas dapat menjadi acuan untuk mengendalikan kegiatan pemasaran perusahaan, apakah kegiatan pemasaran telah menjalankan dengan baik dan telah disusun berdasarkan potensi sumber data yang dimiliki oleh perusahaan serta telah mempertimbangan perubahan yang terjadi masa yang akan datang.

A. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah nilai yang pelanggan pertukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2012:314)

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang. Adapun tujuan suatu perusahaan menentukan harga terhadap barang dan jasa adalah:

1) Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan, dan hal ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan

2) Memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu

3) Memaksimalkan penjualan

