

## INTISARI

Indonesia merupakan negara agraris dengan sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Pupuk merupakan produk strategis nasional yang mendukung pengembangan sektor pertanian. Sejak tahun 2003, Pemerintah mulai menggalakkan pengembangan pupuk majemuk nasional. Sejak itu pula perkembangan pupuk NPK sebagai salah satu pupuk majemuk mulai mengalami peningkatan kapasitas produksi. Hal ini didukung pula dengan berkembangnya industri kelapa sawit nasional yang membawa Indonesia sebagai penghasil minyak sawit terbesar dunia.

PT AAA sebagai salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang pupuk memanfaatkan peluang pada bisnis pupuk majemuk. Perusahaan mendirikan pabrik pupuk NPK dengan kapasitas 120.000 ton per tahun yang diberi merek NPK Prima. Dalam perkembangannya, pada tahun 2012, penjualan pupuk mengalami penurunan. Kondisi ini sangat berbeda dengan beberapa pesaing yang terus meningkatkan kapasitas produksinya. Penyebab permasalahan tersebut adalah harga produk yang tidak mampu bersaing.

Penelitian ini dilakukan untuk menetapkan harga yang tepat untuk NPK Prima sehingga produk tersebut dapat diterima oleh konsumen. Dengan harga tersebut, konsumen dapat memperoleh manfaat yang setara bahkan melebihi manfaat yang diterima jika dibandingkan dengan pesaing lainnya. Penetapan harga ini merupakan langkah awal bagi perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi yang lebih besar dengan teknologi yang lebih mutakhir dalam jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif secara kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didukung dengan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari perusahaan berupa laporan kinerja perusahaan dan hasil wawancara dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. Teknik analisis dilakukan dengan membandingkan konsep pemasaran yang menjadi acuan penelitian dengan hasil pengolahan data, serta melakukan beberapa simulasi yang diperlukan dalam penetapan harga.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pasar dalam industri pupuk majemuk memiliki sensitivitas harga cukup tinggi. Jika harga naik secara signifikan, konsumen akan beralih dengan mencari produk yang lebih murah, mencari produk pengganti atau menunda pembelian. Para produsen berusaha memberikan manfaat sebesar-besarnya dengan harga tertentu. Agar perusahaan dapat terus bertahan dalam industri ini, NPK Prima perlu menekan HPP agar mampu menetapkan harga rendah. Hal ini dipengaruhi oleh manfaat yang diberikan oleh perusahaan terbatas jika dibandingkan dengan pesaing. Penetapan harga ini sebagai tolak ukur dalam penetapan harga terkait dengan rencana peningkatan kapasitas produksi NPK Prima dalam jangka panjang.

**Kata kunci:** *harga, penetapan harga*

## ABSTRACT

Indonesia is an agricultural country where most of the population work as a farmer. That is the reason why fertilizer is a national strategic product that supports the development of the agricultural sector. Since 2003, the Government has started to encourage the development of a national compound fertilizer. Since then, the growth of NPK compound fertilizer has increased production capacity. This is supported also by the development of national palm oil industry which brings Indonesia as the world's largest palm oil producer.

PT AAA as one of the private companies engaged in the fertilizer business takes the advantage of opportunities in the compound fertilizer. The company establishes NPK fertilizer plant with a capacity of 120,000 tonnes per year by NPK Prima brand. In 2012, sales of fertilizers was decreasing. This condition was very different from the competitors who moved to increase their production capacity. The problem was caused by the uncompetitive price.

This study was conducted to determine the proper price for the product NPK Prima accepted by consumers. At that price, consumers can require the benefits even when compared with other competitors. This is the first step for the company to increase production capacity greater with the more advanced technology in the long term.

The method used was a descriptive method qualitatively using primary data and supported by secondary data. Primary data were the company's performance and the results of interviews with internal and external parties. Technical analysis was executed by comparing the marketing concept with the results of data processing, and simulations for a set price.

The result showed that the consumer price sensitivity was high. The manufacturer tried to give maximum benefit for a price. If the company would like to survive in this industry, NPK Prima needed to press the COGS to be able to set a low price. This was affected by the limited benefits that could be provided by the company than other competitors. This pricing as a benchmark in pricing was associated with the planned increase in production capacity in the long term.

**Keywords:** *to determine the proper price*