

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan	1
PT AAA dengan Produk NPK Prima.....	3
Pesaing	5
Konsumen	5
Peran Harga dalam Strategi Pemasaran	6
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Susunan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Pemasaran	11

Pengertian Pemasaran	11
Produk yang Dipasarkan	12
Pemasar 14	
Cara Kerja Pemasaran	14
2.2. Konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	15
2.3. Segmentation, Targeting, Positioning	17
Segmentation	17
Targeting 18	
Harga Dalam Positioning Strategy	18
2.4. Harga	21
2.4.1. Tujuan Penetapan Harga	24
2.4.2. Identifikasi Permintaan Konsumen	27
2.4.3. Estimasi Harga Pokok	29
2.4.4. Analisis Pesaing	30
2.4.5. Menentukan Metode Perhitungan Harga	30
2.4.6. Menentukan Harga Yang Tepat.	32
2.5. Hasil Penelitian Sebelumnya	35
BAB III PROFIL PERUSAHAAN DAN METODE RISET	38
3.1. Profil Perusahaan	38
3.2. Metode Riset	40
3.2.1. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.2. Pemilihan Narasumber	41
3.2.3. Teknik Analisis Data	47
3.2.4. Waktu dan Lokasi Penelitian	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Profil Narasumber	50

4.1.1.	Pihak Internal Perusahaan.....	50
4.1.2.	Pihak Eksternal Perusahaan.....	53
4.2.	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.2.1.	Menelaah Data	54
4.2.2.	Pengelompokkan Data	55
	Segmentasi Produk NPK Prima	55
	Target Pasar Produk NPK Prima	58
	Positioning Produk NPK Prima	61
4.2.2.1.	Menentukan Tujuan Penetapan Harga	63
4.2.2.2.	Identifikasi Permintaan Konsumen	66
4.2.2.3.	Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP).....	71
4.2.2.4.	Analisis Pesaing	76
4.2.2.5.	Menentukan Metode Perhitungan Harga	81
4.2.2.6.	Menentukan Harga Yang Tepat	84
4.2.3.	Analisis Data.....	86
4.2.3.1.	Tujuan Penetapan Harga	86
4.2.3.2.	Analisis permintaan konsumen	88
4.2.3.3.	Analisis Estimasi HPP	91
4.2.3.4.	Analisis Pesaing	92
4.2.3.5.	Simulasi Metode Perhitungan Harga	93
4.2.3.6.	Analisis Menentukan Harga Final.....	96
4.2.4.	Analisis Keseluruhan	97
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1.	Kesimpulan	106
5.2.	Saran.....	107
	DAFTAR PUSTAKA	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Kapasitas, Produksi, Impor, Ekspor dan Pasokan Pupuk NPK Periode Tahun 2003–20093
Tabel 3.1	Daftar Wawancara Strategi STP42
Tabel 3.2	Daftar Wawancara Langkah Penetapan Harga44
Tabel 4.1	Luas Tanaman Perkebunan Menurut Propinsi dan Jenis Tanaman, Indonesia (000 Ha) Tahun 201356
Tabel 4.2	Perbandingan Area dan Produksi antara Perkebunan Perusahaan dan Perkebunan Rakyat58
Tabel 4.3	Perkembangan Konsumsi Pupuk NPK Per Sektor/ Tanaman66
Tabel 4.4	Struktur Variabel dan Biaya Tetap dalam Komponen HPP72
Tabel 4.5	Struktur HPP berdasarkan Sumber73
Tabel 4.6	Daftar 10 Besar Pesaing dari Kapasitas Produksi77
Tabel 4.7	Analisis Strategi Penetapan Harga85
Tabel 4.8	Analisis Penetapan Tujuan Harga86
Tabel 4.9	Analisis Permintaan Konsumen88
Tabel 4.10	Analisis Estimasi Perhitungan HPP92
Tabel 4.11	Perbandingan Harga Pesaing Pada Perkebunan Besar94
Tabel 4.12	Perbandingan Harga Pesaing Pada Perkebunan Rakyat94
Tabel 4.13	Alternatif Metode Perhitungan Harga Jual NPK Prima96
Tabel 4.14	Analisis Penetapan Harga Final96
Tabel 4.15	Analisa Variabel Segmentasi pada B2B99
Tabel 4.16	Perbandingan Harga dan Manfaat Yang Diterima Oleh Konsumen103
Tabel 4.17	Rangkuman Langkah Penetapan Harga104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Perkembangan Kapasitas, Produksi, Impor, Ekspor, Suplai (Ton) Periode Tahun 2003–20092
Gambar 1.2	Grafik Penjualan Pupuk NPK Prima Tahun 2009-Juni 20144
Gambar 2.1	Structure of Flows in a Modern Exchange Economy15
Gambar 2.2	Kurva Permintaan dan Penawaran Harga28
Gambar 2.3	Role of Price33