

Strategi harga jual jasar cargo udara pada federal express

Ronni Rombe, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461049&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan industri dan perdagangan yang semakin bebas menyebabkan permintaan atas jasa pengiriman barang semakin meningkat. Di Indonesia jasa pengiriman barang dan dokumen ini lewat udara dilaksanakan oleh BUMN (kantor pos), swasta nasional, dan swasta asing yang membuka perwakilannya di Indonesia.

Persaingan yang dihadapi antar pemain asing cukup ketat. Persaingan ini menyebabkan masing-masing perusahaan berusaha untuk memberikan jasa yang lebih baik dan mempunyai nilai lebih (value added service) dibandingkan dengan pesaingnya. Disamping itu ketatnya persaingan menyebabkan reference price menjadi faktor yang cukup dominan dalam penentuan harga untuk jenis jasa ini.

Jenis industri yang dilayani oleh jasa pengiriman barang ini beragam dan mencakup semua lini industri termasuk individu. Saat ini industri yang menjadi penyumbang terbesar pendapatan pada Federal Express adalah elektronik dan garment.

Dalam menghadapi situasi persaingan, hal yang sangat penting diperhatikan adalah pendapatan, mengingat biaya operasional perusahaan yang mengoperasikan pesawat cukup tinggi. Beberapa penentu utama dari pendapatan perusahaan adalah penentuan harga yang optimal pada saat low season dan besarnya kapasitas angkut yang terpakai. Saat ini besarnya kapasitas angkut terpakai di Indonesia baru sekitar 57% dari total kapasitas angkut yang tersedia perharinya. Persentase ini masih jauh jika dibandingkan dengan Philipina yang mempunyai rata-rata kapasitas angkut 77% perharinya.

Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan melalui kombinasi antara harga jual musiman (spot pricing) dengan persepsi nilai yang diterima oleh konsumen sehingga kapasitas angkut perusahaan menjadi lebih baik.

Dengan dasar pemikiran diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk memakai jasa cargo dan menetapkan rentang harga yang sesuai dengan persepsi nilai yang diterima konsumen.

Data primer yang dibutuhkan diperoleh dari wawancara (semistructured individual interview) terhadap 33 responden pada perusahaan yang memakai jasa cargo udara. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi jenis industri dari konsumen pemakai, proses keputusan pemilihan jasa cargo udara, dan sensitivitas responden terhadap tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari pihak Fedex dan PT Repex, literatur-literatur kepustakaan, antara lain jurnal-jurnal

ilmiah, buku teks, internet dan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan kegiatan ekspor.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ada 3 atribut utama yang mempengaruhi pengambil keputusan dalam perusahaan untuk memutuskan pemakaian jasa cargo udara, yaitu Kecepatan, Konfirmasi Ruang (Space), dan Harga.

Hasil analisa terhadap berbagai jenis industri menunjukkan bahwa pada industry agribisnis atribut waktu konfirmasi untuk mendapatkan ruang dalam pesawat menjadi faktor terpenting. Atribut kecepatan dan harga sama-sama menempati urutan kedua.

Pada industri otomotif; atribut kecepatan, atribut waktu konfirmasi dan atribut harga menjadi faktor yang sama penting;

Pada industri kimia, atribut waktu konfirmasi menjadi atribut yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi sedangkan atribut kecepatan dan atribut harga samasama menempati urutan kedua.

Pada industri elektronik, atribut waktu konfirmasi dan atribut harga menempati tingkat kepentingan tertinggi sementara itu atribut kecepatan menempati urutan kedua.

Pada industri garment, atribut harga menempati tingkat kepentingan tertinggi, urutan kedua adalah atribut waktu konfirmasi dan urutan terakhir adalah atribut kecepatan.

Pada industri kerajinan tangan, atribut waktu konfirmasi menempati tingkat kepentingan tertinggi, kemudian urutan kedua adalah atribut kecepatan dan urutan terakhir adalah atribut harga.

Pada industri jasa cargo, atribut harga menempati tingkat kepentingan tertinggi, urutan kedua sama-sama ditempati oleh atribut kecepatan dan atribut waktu konfirmasi.

Jika dilihat pada seluruh industri, maka atribut waktu konfirmasi menempati tingkat kepentingan tertinggi, urutan kedua ditempati oleh atribut kecepatan dan urutan terakhir adalah atribut harga.

Hal ini menjelaskan bahwa penetapan harga dapat dilakukan secara optimal dengan melihat kebutuhan dari masing-masing jenis industri yang ada, sehingga membantu meningkatkan ratio kapasitas angkut pada saat low season.

Temuan-temuan pada penelitian ini mengarahkan pada hal-hal yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa cargo udara untuk mengoptimalkan pendapatan, yaitu: melakukan penetapan harga jual secara spesifik pada masing-masing industri dengan menggunakan pendekatan berdasarkan permintaan pasar. Untuk menunjang keberhasilan penetapan harga jual ini perusahaan perlu untuk melakukan sosialisasi terhadap harga kepada calon konsumen dengan cepat pada saat permintaan rendah sehingga tidak ada waktu yang idle dimana pendapatan perusahaan menjadi tidak optimal