

Strategi harga pada pasar angkutan barang melalui udara

Simatupang, Agatha T., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75501&lokasi=lokal>

Abstrak

Perlakuan terhadap atribut harga dengan cara yang kurang tepat berhubungan secara langsung dengan pendapatan. Kebanyakan penyusunan kebijakan harga diilhami oleh hukum permintaan dan penawaran yang menyatakan bahwa harga yang murah akan memberikan lebih banyak sumbangan kepada pendapatan dari pada harga yang mahal, Kenyataan yang terjadi tidaklah selalu demikian.

Penulisan ini ditujukan untuk memberikan gambaran dan memodelkan keputusan harga yang berorientasi permintaan (demand oriented pricing). Pada demand oriented pricing, harga ditentukan oleh dua hal : value dan elasticity. Konsep Value menyatakan bahwa produk dipilih karena memiliki satu atau lebih atribut yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pembeli. Konsep elasticity menyatakan bahwa harga merupakan atribut yang paling sensitif. Demand oriented pricing yang diperdalam melalui teori customer behavior menyatakan bahwa perilaku konsumen direfleksikan pada preferensinya terhadap alternatif produk. Utilitas produk membedakan preferensi konsumen. Utilitas adalah ukuran numerik kepuasan pelanggan.

Pada hukum permintaan dan penawaran, harga dan permintaan berhubungan negatif, searah, dan memberikan pengaruh yang proporsional. Sedangkan harga dan penawaran berhubungan positif, searah dan juga memberikan pengaruh yang proporsional. Penurunan harga akan meningkatkan permintaan, peningkatan harga akan menurunkan permintaan. Sebaliknya, penurunan harga akan menurunkan penawaran dan peningkatan harga akan meningkatkan penawaran.

Hukum permintaan dan penawaran juga mengamati peranan harga pada pendapatan ketika aspek lain diasumsikan pada kondisi konstan sehingga harga berdiri sendiri. Pada kenyataannya, hubungan ketiganya tidak selalu searah dan proposional. Setiap variabel saling memberikan pengaruh yang timbal balik, Suatu sebab yang dihasilkan suatu variabel tidak selalu memberikan pengaruh "akibat" pada variabel lain dengan jumlah yang proporsional. Ketiganya juga terkait pada pola antar variabel yang rumit dan canggung. Harga juga tidak berdiri sendiri akan tetapi terkait dalam tatanan multi atribut yang membentuk profil produk.

Analisis Conjoint dan berfikir sistem yang dioperasikan melalui sistem dinamis merupakan metode pendekatan hubungan mutlit atribut yang bersifat non-linear. Kekuatan pada metode ini adalah kemampuannya mengubungan secara timbal balik berbagai atribut mengikuti pola hubungan sebagaimana seharusnya yang terjadi pada dunia nyata dengan mempertimbangkan dimensi waktu sebagai proses pembelajaran Berfikir sistem yang mengkaitkan aspek value dan elasticity untuk memberikan model simulasi harga pada sistem pasar.