**BAB IV**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

* 1. **Kesimpulan**

Strategi penetapan harga *skimming pricing* yang dilakukan oleh perusahaan Samsung pada produknya yaitu Samsung S9 pada dasarnya memiliki tujuan dengan menetapkan harga yang tinggi yaitu untuk menambah pendapatan dan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Setelah tujuan ini tercapai, harga produk akan diturunkan agar penjualannya semakin meningkat. Penurunan harga ini juga merupakan langkah antisipasi dari perusahaan terhadap pesaing yang muncul. Biasanya produk saingan ini adalah versi murah dari produk aslinya, dengan bentuk dan spesifikasi yang hampir sama, namun dengan harga yang jauh lebih murah. Berdasarkan hasil tinjauan yang dilakukan oleh penulis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penerapan *skimming pricing* pada samsung S9, perusahaan menganggap metode ini merupakan cara yang paling baik bagi perusahaan dalam mengeluarkan produk baru mereka akan tetapi bukan berarti metode ini bisa diterapkan pada semua jenis produk. Sebuah perusahaan memakai metode *skimming pricing* untuk mengembalikan biaya produksi dengan jumlah yang besar maka metode ini merupakan pilihan yang tepat. Metode ini dapat berjalan dengan baik apabila konsumen tidak sensitif terhadap harga dan cendrung memperhatikan keunikan-keunikan produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan : kualitas, *brand image*, personil maupun layanan tambahan. Setelah *non price sensitive customer* terlayani, perusahaan dapat membuat harga lebih murah untuk melayani *price sensitive customer*
2. Padaprakteknya perusahaan Samsung menggunakan metode *Skimming pricing* memiliki beberapa tujuan yaitu :
3. Untuk menutupi biaya promosi dan riset pengembangan, yaitu dengan cara sebagai berikut :
4. Menetapkan harga yang tinggi diawal pada saat produk diluncurkan dipasaran, sehingga dapat menutupi biaya riset tersebut sekaligus mendapatkan keuntungan yang besar dalam waktu yang singkat.
5. Dengan cara mempromosikan produk tidak dibanyak tempat melainkan ditempat yang dianggap strategis seperti pusat perbelanjaan dan media elektronik seperti televisi sehingga konsumen dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya dan tentunya akan berdampak pada volume penjualan perusahaan dan menutupi biaya promosi. Hal ini dikarenakan konsumen dapat dengan mudah mengetahui promosi yang dilakukan perusahaan dan mengetahui kelebihan produk yang dikeluarkan perusahaan terutama untuk produk sekelas Samsung pasti konsumen akan langsung tertarik untuk membelinya.
6. Untuk menutupi biaya produksi, yaitu dengan cara sebagai berikut :
7. Membeli bahan baku dengan teliti dan cermat, untuk menutupi biaya produksi, bukan berarti pihak perusahaan harus membeli bahan baku dengan harga yang murah namun tidak memperhatikan kualitasnya, perusahaan pastinya mengetahui bahan baku yang berkualitas dengan penyalur yang dapat memberikan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang sesuai, karena bahan baku yang berkualitas akan menghasilkan produk yang berkualitas.
8. Untuk mengantisipasi penurunan *trend* konsumen yaitu dengan cara sebagai berikut :
9. Dengan cara mencari tahu keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga pihak perusahaan dapat mencegah terjadinya penurunan selera konsumen dan tentunya hal ini dapat meningkatkan permintaan akan produk yang dihasilkan perusahaan.
10. Membedakan *trend* pasar, karena selera konsumen selalu berubah, maka perusahaan harus menganalisa tentang perubahan selera konsumen tersebut terjadi dalam waktu yang lama atau sementara, yaitu dengan memperbarui informasi dan berinteraksi dengan pasar secara langsung.
11. Dengan melakukan cuci gudang, karena selera pasar selalu berubah, maka dari itu pihak perusahaan apabila mengalami penurunan volume penjualan pada produk yang dijualnya maka perusahaan harus melakukan promosi dengan menurunkan harga dibawah harga sebelumnya, akan tetapi hal ini tidak merugikan pihak perusahaan karena sebelumnya pihak perusahaan sudah mendapatkan keuntungan yang besar dalam waktu yang singkat ketika produk baru diluncurkan dipasaran dan tentunya harga tersebut tidak merugikan pihak perusahaan, apalagi untuk produk sekelas Samsung dengan menurunkan harga sedikit saja namun tidak dibawah pesaing pasti konsumen akan lebih memilih produk Samsung, karena kualitas produknya sudah dikenal masyarakat secara luas.
12. Untuk mengantisipasi persaingan yaitu dengan cara sebagai berikut :
13. Dengan mempromosikan kelebihan yang dimiliki oleh produk perusahaan seperti terdapatnya fitur serta tampilan yang baru dan berbeda dengan produk sebelumnya yang dihasilkan perusahaan.
14. Dengan memberikan potongan harga pada produk perusahaan apabila sudah terjadinya penurunan permintaan disertai sudah masuknya pesaing setingkat dengan spesifikasi yang sama dengan harga yang lebih murah, akan tetapi harga tersebut tidak merugikan pihak perusahaan dan harga yang ditetapkan tidak harus dibawah harga pesaing karena *handphone* merek Samsung sudah memiliki *brand equity* tersendiri dikalangan konsumen.
15. Keuntungan yang bisa diperoleh oleh pihak perusahaan Samsung apabila menggunakan metode *skimming pricing* pada produknya khususnya Samsung S9 yaitu membantu Citra sebuah produk sebagai barang yang berkualitas pada konsumen, perusahaan mendapatkan pengembalian modal yang digunakan untuk mengembangkan produk dalam waktu singkat, menciptakan margin yg tinggi bagi perusahaan.
16. Hambatan yang akan dihadapi oleh pihak perusahaan Samsung apabila menerapkan metode *skimming pricing* pada produk Samsung S9 baik hambatan internal maupun eksternal yaitu sebelum menetapkan harga yang tinggi untuk produk baru perusahaan harus bisa menentukan nilai jual produk tersebut untuk menarik minat konsumen membeli produk meski harganya mahal, bukan strategi jangka panjang karena akan banyaknya pesaing dengan produk yang sama, penerapan *skimming pricing* dapat dimanfaatkan oleh konsumen sehingga konsumen akan menunggu lebih lama agar mendapatkan produk yang lebih murah, dipasaran dan memasarkan produk baru lagi setelahnya maka akan membangun citra negatif dimasyarakat mereka akan merasa tertipu karena sudah membeli produk tersebut.
    1. **Saran**
17. Walaupun perusahaan Samsung menerapkan *skimming pricing* pada Samsung S9 dengan harga yang tinggi, Samsung S9 harus memberikan nilai lebih dibandingkan produk sebelumnya, perusahaan harus mempertahankan kualitas produknya agar pelanggan tidak merasa dirugikan karena sudah membeli produk yang ditawarkan. Karena bukan strategi untuk jangka panjang maka dari itu pihak perusahaan harus mampu untuk memanfaatkan waktu yang ada ketika produk baru dipasarkan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya barulah harga tersebut dapat diturunkan sehingga hal ini dapat meminimalisir kedatangan pesaing yg baru yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak perusahaan karena ketatnya persaingan.
18. Perusahaan harus dapat menarik perhatian konsumen saat produk baru diluncurkan dipasaran dan menjual produk sebanyak-banyaknya, agar ketika pesaing dengan tingkat spesifikasi yang sama dengan harga yang lebih murah datang, perusahaan dapat mengantisipasi dengan menurunkan harga dan tentunya harga yang ditetapkan tidak merugikan perusahaan, karena sebelumya perusahaan sudah mendapatkan keuntungan yang sangat besar, hal ini juga dapat menghentikan pesaing agar tidak merebut pangsa pasar perusahaan.