



D3 manajemen
Pemasaran

Modul Praktika Manajemen Pemasaran



D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

DAFTAR PENYUSUN

Bethani Suryawardani, S.E., M.M.

Fanni Husnul Hanifa, S.E., M.M.

NAMA :

NPM :

KELAS :

Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan

| | | |
|------------------|---|----------------|
| Pertemuan | : | 9 |
| Pokok Bahasan | : | Strategi Harga |
| Hari/ Tanggal | : | |

9.1 Tujuan

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

- Memahami Definisi Harga
- Memahami Langkah-langkah Penetapan Harga
- Memahami Tujuan Penetapan Harga
- Memahami Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan, Biaya, Laba, Persaingan

9.2 Alat & Bahan

Buku referensi dan modul praktika

9.3 Dasar Teori

- Definisi Harga
- Faktor-faktor yang mempengaruhi harga
- Langkah-langkah Penetapan Harga
- Tujuan Penetapan Harga
- Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan, Biaya, Laba, Persaingan

SOAL 1 – FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENETAPAN HARGA

Jelaskan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi penetapan harga!

Faktor Internal:

Faktor Eksternal:

SOAL 2 - BIAYA PRODUKSI

| Q | TFC | TVC | TC | AFC | AVC | AC | MC |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 0 | 100 | 0 | | | | | |
| 2 | 100 | 20 | | | | | |
| 4 | 100 | 30 | | | | | |
| 6 | 100 | 40 | | | | | |
| 8 | 100 | 50 | | | | | |
| 10 | 100 | 60 | | | | | |