

ABSTRAK SKRIPSI

Arus globalisasi telah menyebabkan persaingan antar badan usaha semakin ketat. Selain itu, didukung dengan perkembangan teknologi yang makin canggih menyebabkan dunia secara keseluruhan cepat berubah. Perubahan teknologi ini membawa dampak yang sangat berarti bagi dunia perdagangan dan industri di seluruh dunia.

Perkembangan ini juga sangat berpengaruh bagi badan usaha, terutama dalam menerapkan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan dalam industrinya. Strategi yang telah dipilih akan menentukan posisi badan usaha untuk melindungi dirinya dari tekanan pesaing dan menarik pelanggan.

Bagi badan usaha yang pertama kali memasuki pasar, strategi penetapan harga sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup produk dan arus kas masuk bagi badan usaha.

Terutama bagi produk yang baru diperkenalkan oleh PT "X" yaitu sepatu anak-anak tipe BT, maka penetapan harga jual adalah sangat kritis. Badan usaha harus mampu menganalisa pasar dan melakukan penyesuaian sesuai dengan keadaan.

Penetapan harga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain: biaya produk, pesaing, daya beli masyarakat, kebijakan pemerintah, persepsi pelanggan, promosi dan iklan.

Faktor utama dari penetapan harga jual produk adalah biaya produk, dimana biaya produk berperan sebagai batas bawah dari harga yang mungkin ditawarkan.

PT "X" selama ini menghitung biaya produk secara tradisional, yaitu menyamakan biaya produk dengan biaya produksi. Perhitungan seperti ini adalah sangat sempit. Dimana dengan pendekatan *Life Cycle Costing*, biaya produksi hanya merupakan sebagian dari biaya produk keseluruhan.

Life cycle cost mengidentifikasikan biaya produk sejak tahap penelitian dan pengembangan diawali dengan mengidentifikasikan kebutuhan/selera masyarakat, lalu tahap produksi, dan tahap setelah produksi yang dikenal dengan biaya logistik, seperti biaya transportasi, iklan, distribusi, garansi dan sebagainya.

Bagi PT "X" perhitungan biaya produk yaitu untuk sepatu yang dijual secara massal, adalah sangat cocok bila dihitung dengan *life cycle costing*, karena sifat sepatu anak-anak yang mempunyai umur relatif singkat, cepat berubah, sehingga kesempatan badan usaha untuk menyesuaikan melalui bauran produk atau perubahan harga adalah sangat kecil.