

## ABSTRAK

PT. Media java nusa merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa percetakan, yang awal mulanya menjual produk percetakan pada umumnya, dengan seiring berkembangnya waktu perusahaan ini membuat produk kemasan. Berdasarkan observasi dilapangan adanya permasalahan munculnya perusahaan yang sejenis dan harganya lebih murah serta banyaknya konsumen yang beralih vendor karena menyangkut penetapan harga yang terlalu tinggi, sehingga terjadinya penurunan omzet penjualan. Oleh karena itu, penulis meneliti strategi penetapan harga pada perusahaan jasa percetakan.

Tujuan dari penelitian ini untuk (1) Mengetahui gambaran umum pada PT. Media Java Nusa. (2) Memahami penetapan harga produk pada PT. Media Java Nusa. (3) Menentukan strategi penetapan harga produk pada PT. Media Java Nusa. (4) Mengetahui dua faktor yang dilakukan PT. Media Java Nusa dalam mempertimbangkan penetapan harga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan studi kasus. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun tahapan teknik analisa data pada penelitian ini yaitu, pengumpulan data, reduksi, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian pada PT. Media java nusa ini, perusahaan menetapkan harganya ditetapkan oleh owner lalu ke manajer , operator, dan lini produk. Strategi penetapan harga yang digunakan perusahaan ini adalah *strategi market skimming pricing* dan *status quo pricing*. Faktor-faktor dalam mempertimbangkan penetapan harga yang dijalani oleh perusahaan dari faktor internal perusahaan sudah sesuai, tetapi pada faktor eksternal lingkungan perlu diperhatikan lagi.

Saran dari peneliti untuk perusahaan sebaiknya jika penetapan harganya menggunakan strategi market skimming pricing kepada customer yang membeli produknya banyak agar diberi potongan harga. Jika perusahaan ingin berjalan dengan baik, perlu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor lingkungan eksternal pada perusahaan dari penetapan harga pesaing.

**Kata kunci: Strategi Penetapan Harga, Perusahaan Jasa.**

## ***ABSTRACT***

PT. Media Java Nusa is a company engaged in the field of printing services, which initially sold printing products in general, but over time this company made packaging products. Based on observations in the field, there are problems with the emergence of similar companies and cheaper prices and many consumers who switch vendors because they involve setting prices that are too high, resulting in a decrease in sales turnover. Therefore, the authors examine the pricing strategy of printing service companies.

The purpose of this research is to (1) find out the general description of PT. Media Java Nusa. (2) Understand product pricing at PT. Media Java Nusa. (3) Determine the product pricing strategy at PT. Media Java Nusa. (4) Knowing the two factors that PT. Media Java Nusa in considering pricing.

The method used in this research is descriptive qualitative research method. The approach in this study uses case studies. Data collection techniques from this study, namely, interviews, observation and documentation. The stages of data analysis techniques in this study are data collection, reduction, data presentation, and conclusions.

Research results at PT. Media java nusa, the company sets the price set by the owner then to the manager, operator and product line. The pricing strategy used by this company is market skimming pricing and status quo pricing strategies. The factors in considering the price fixing carried out by the company from the company's internal factors are appropriate, but the external environmental factors need to be considered again.

Suggestions from researchers for companies should use a market skimming pricing strategy for companies that buy a lot of their products to be given a discount. If the company wants to run well, it needs to pay attention and consider external environmental factors to the company from competitor pricing.

**Keywords: Pricing Strategy, Service Company.**

## ABSTRAK

PT. Media Java Nusa mangrupa hiji pausahaan anu bergerak dina widang jasa percetakan, anu mimitina ngajual produk percetakan sacara umum, tapi lila-lila pausahaan ieu nyieun produk kemasan. Dumasar observasi di lapangan, aya masalah munculna pausahaan sarupa jeung harga nu leuwih murah sarta loba konsumen anu pindah vendor sabab ngawengku netepkeun harga anu luhur teuing, hasilna panurunan dina omzet jualan. Ku alatan éta, pangarang nalungtik strategi harga pausahaan jasa percetakan.

Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun (1) mikanyaho gambaran umum PT. Media Java Nusa. (2) Ngartos harga produk di PT. Media Java Nusa. (3) Nangtukeun stratégi harga produk di PT. Media Java Nusa. (4) Mikanyaho dua faktor anu PT. Media Java Nusa dina nimbang-nimbang harga.

Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kualitatif. Pamarekan dina ieu panalungtikan ngagunakeun studi kasus. Téhnik ngumpulkeun data tina ieu panalungtikan nya éta wawancara, observasi, jeung dokuméntasi. Léngkah-léngkah téhnik analisis data dina ieu panalungtikan nya éta ngumpulkeun data, réduksi, penyajian data, jeung kacindekan.

Hasil panalungtikan di PT. Media Java Nusa, pausahaan netepkeun harga anu ditetepkeun ku nu bogana tuluy ka manajer, operator jeung lini produk. Strategi harga anu dianggo ku perusahaan ieu nyaéta harga skimming pasar sareng strategi harga status quo. Faktor-faktor dina nimbang penetapan harga anu dilakukeun ku perusahaan tina faktor internal perusahaan anu pas, tapi faktor lingkungan éksternal kedah dipertimbangkeun deui.

Saran ti panalungtik pikeun pausahaan kudu ngagunakeun strategi harga skimming pasar pikeun pausahaan anu meuli loba produk maranéhanana pikeun dibere diskon. Upami perusahaan hoyong jalanna saé, éta kedah merhatikeun sareng nimbangkeun faktor lingkungan éksternal ka perusahaan tina harga pesaing.

**Kata Kunci: Strategi Harga, Perusahaan Jasa.**