

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, suatu perusahaan ingin menghasilkan sejumlah uang tertentu untuk menjaga stabilitas operasinya selama periode ekspansi dan pengembangan. Seluruh operasional perusahaan, termasuk fungsi-fungsi yang ada, harus berjalan lancar dan terkendali supaya tujuan tersebut dapat terwujud. Tidak mungkin memisahkan biaya promosi itu sendiri dari fungsi-fungsi yang berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan kemampuannya bersaing di pasar saat ini.

Laba yakni suatu keharusan bagi kelangsungan usaha, oleh karena itu tujuan utama perusahaan ialah menghasilkan keuntungan. Besar kecilnya keuntungan akan menjadi barometer seberapa efektif manajemen menjalankan usahanya. Sesekali pihak bisnis akan berupaya mendorong volume penjualan. Sebaliknya, tingkat ini sulit dicapai dalam dunia bisnis nyata, dimana hampir semua bisnis memiliki profitabilitas yang berfluktuasi. Kegiatan promosi dalam organisasi masa kini yang rumit tidak dapat diabaikan lagi, hal ini disebabkan adanya persaingan dalam promosi produknya. pemasaran sebagai sarana untuk menjangkau pasar.

Perusahaan yang beroperasi atau aktif harus selalu mengeluarkan biaya untuk berhasil atau gagal; pengeluaran ini diperlukan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuannya, bisnis harus menawarkan promosi yang menarik. Untuk menghasilkan klien, memenuhi keinginan konsumen, dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, perusahaan akan meningkatkan operasi bisnisnya.

Sudah menjadi rahasia umum perusahaan harus terlebih dahulu mampu meraih pangsa pasar yang lebih besar supaya dapat merealisasikan pendapatan yang optimal. Hal

ini akan menjadi awal yang baik dalam mencapai tujuan tersebut jika bisnis tanggap dalam melihat kebutuhan dan keinginan pelanggan potensial serta status ekonomi lingkungan sekitar.

Pencapaian tujuan tersebut memerlukan suatu strategi, yang meliputi strategi bauran promosi, khususnya promosi penjualan sebagai strategi dalam mempromosikan jasa yang ditawarkan atau dijual. Penjualan saat ini dan di masa depan akan sangat dipengaruhi oleh teknik ini. masa depan. Tanpa adanya iklan, niscaya akan timbul dampak negatif atau menurunnya volume penjualan yang dilaksanakan oleh pelaku usaha. Salah satu unsur yang dapat menyumbang keberhasilan usaha ialah promosi yang yakni salah satu komponen operasi pemasaran.

Penting untuk mempertimbangkan testimoni konsumen saat menentukan harga produk baik barang maupun jasa. Biaya yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan jangka pendek, namun konsumen mungkin mengalami kesulitan dalam mengakses barang dan jasa yang disediakan. Sebaliknya jika harga yang ditetapkan rendah atau murah maka jumlah pelanggan atau pangsa pasarnya akan banyak, namun keuntungan yang diperoleh akan sangat sedikit sehingga menyebabkan pertumbuhan perusahaan akan lesu. Karena harga dapat mempunyai manfaat jangka panjang dan jangka pendek, maka penetapan harga suatu barang atau jasa harus disesuaikan dengan segmentasi pasar.

Kotler dan Kevin (2016:67), Salah satu komponen bauran pemasaran, harga, menciptakan pendapatan; komponen lain, biaya. Tjiptono dan Gregorius (2012: 199) menyatakan penetapan harga dapat dipandang sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan/atau faktor lain (non moneter) yang mencakup kegunaan atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu barang. Supaya bisnis menjadi menguntungkan, harga yakni faktor penting. Serta penting bagi bisnis, pelanggan, dan perekonomian secara keseluruhan. Untuk mengukur harga pada family golf house dengan indikator

keterjangkauan, kesesuaian kualitas produk atau jasa, daya saing, dan kesesuaian manfaat dengan indikator pembelian kembali, penciptaan *word of mouth*, penciptaan citra merek, dan penciptaan keputusan pembelian.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penulis tertarik memilih judul dalam penulisan ini yakni Analisis Penentuan Tarif Jasa Pada Lapangan Golf ABC Di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penulisan ini ialah bagaimana menentukan tarif yang tepat dalam menghasilkan laba optimal pada lapangan Golf ABC Di Surabaya?.

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Penentuan tarif yang tepat dalam menghasilkan laba atas Lapangan Golf ABC Di Surabaya.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti menambah pengetahuan analisis tarif jasa pada lapangan Golf ABC Di Surabaya dalam upaya mencapai laba optimal.

b. Bagi Pihak Perusahaan

- 1) Sebagai sumber daya yang dapat digunakan oleh bisnis untuk membantu menyelesaikan permasalahan saat ini dan mencapai tujuannya seefektif mungkin.
- 2) Sebagai informasi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam pengambilan keputusan seputar penetapan biaya layanan.

c. Bagi peneliti lain

Sebagai sumber informasi bagi yang ingin melaksanakan penelitian pembandingan.