

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan kebijakan penyesuaian harga jual produk CO₂ cair pada PT Petrokimia Gresik. Kebijakan penyesuaian harga ini diperlukan untuk menanggapi dinamika pasar, fluktuasi biaya produksi, dan permintaan konsumen yang terus berubah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif meliputi wawancara dengan manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyesuaian harga yang dilakukan PT Petrokimia Gresik didasarkan pada beberapa faktor utama, yaitu ketidakstabilan bahan baku dan persaingan pasar. Penyesuaian harga ini dilakukan secara periodik untuk memastikan keberlanjutan keuntungan perusahaan tanpa mengurangi daya saing produk di pasar. Penyesuaian harga ini sejalan dengan berbagai tujuan pemasaran perusahaan, termasuk memaksimalkan laba, meningkatkan pangsa pasar, dan menghadapi persaingan. Dengan menawarkan harga yang lebih kompetitif, perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta distributor. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk implementasi kebijakan penyesuaian harga yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan kondisi pasar.

Kata kunci: penyesuaian harga, CO₂ cair, PT Petrokimia Gresik, kebijakan harga, analisis pasar, biaya produksi, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the selling price adjustment policy for liquid CO₂ products at PT Petrokimia Gresik. This price adjustment policy is needed to respond to market dynamics, fluctuations in production costs, and changing consumer demand. The method used in this research is descriptive qualitative including interviews with management. The results showed that price adjustments made by PT Petrokimia Gresik were based on several main factors, namely the instability of raw materials and market competition. This price adjustment is carried out periodically to ensure the sustainability of company profits without reducing product competitiveness in the market. This price adjustment is in line with the company's various marketing objectives, including maximizing profits, increasing market share, and facing competition. By offering more competitive prices, the company seeks to meet the needs and wants of consumers and distributors. This study provides recommendations for the implementation of a price adjustment policy that is more flexible and responsive to changing market conditions.

Keywords: price adjustment, liquid CO₂ liquid, PT Petrokimia Gresik, price policy, market analysis, production cost, customer satisfaction.