

LAPORAN SKRIPSI

**INOVASI ATAU MATI: STRATEGI TETAP EKSIS DI
INDUSTRI ALBUM FOTO (STUDI KASUS PT. XYZ)**



ANGELA DEVINA WIDAGDO DJOJOSEPUTRO

21.G1.0064

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

LAPORAN SKRIPSI

**INOVASI ATAU MATI: STRATEGI TETAP EKSIS DI
INDUSTRI ALBUM FOTO (STUDI KASUS PT. XYZ)**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi**



ANGELA DEVINA WIDAGDO DJOJOSEPUTRO

21.G1.0064

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat ditandai dengan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi. Terlebih bagi perusahaan *decline* seperti PT. XYZ di era yang semakin digital, hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan. Maka dari itu, perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek penting dalam pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi perusahaan dalam menetapkan harga jual dan inovasi produk yang dilakukan pada penjualan album foto. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak terkait, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan adalah penetapan harga berbasis laba, dengan memperhitungkan tiga komponen utama biaya ditambah dengan pembebanan biaya yang telah ditetapkan berdasarkan keputusan manajemen. Selain itu, upaya agar tetap eksis terus dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Penelitian ini memberikan implikasi langsung bagi para manajer perusahaan agar dapat menentukan strategi penetapan harga dan inovasi produk yang tepat.

Kata kunci: harga, inovasi produk, penjualan

ABSTRACT

The increasingly stringent development of the business world is characterized by increasingly high competition between companies. Especially for declining companies like PT. XYZ in an increasingly digital era, this can cause a decline in sales. Therefore, companies need to pay attention to important aspects in product marketing. This study aims to analyze the company's strategy in determining selling prices and product innovation in selling photo albums. The research method used is qualitative research. Data collection was carried out through direct interviews with related parties, documentation and observation. The results of this study show that the pricing strategy used is profit-based pricing, which considers three main cost components plus cost charges that have been determined by management decisions. In addition, the company continues to make efforts to continue to exist by innovating products that suit market needs and preferences. This study provides direct implications for company managers so they can determine appropriate pricing and product innovation strategies.

Keywords: price, product innovation, sales