

3. Pasar Persaingan Oligopoli (Oligopolistic Competition), yaitu pasar yang terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
4. Pasar Monopoli Murni (Pure Monopoly), yaitu pasar yang hanya ada satu penjual saja.⁷

d. Tujuan Penetapan Harga

Adapun tujuan dari Strategi Penetapan Harga sendiri adalah :

- 1) Tujuan Berorientasi pada Laba
 - a) *Mencapai target laba*, sebuah perusahaan dapat menetapkan harga produknya untuk mencapai presentase tertentu dari penjualan atau investasinya. Pencapaian tujuan seperti ini diterapkan oleh pedagang perantara atau produsen. Banyak pengusaha perdagangan eceran dan grosir menggunakan target laba pada penjualan *netto* sebagai tujuan penetapan harga periode jangka pendek.
 - b) *Meningkatkan laba*, tujuan penetapan harga untuk mendapatkan uang sebanyak-banyaknya mungkin diikuti oleh sejumlah besar perusahaan daripada tujuan lainnya. Kesulitan yang dihadapi tujuan ini adalah bahwa istilah memperbesar laba berkonotasi buruk yang di hubungkan dengan harga tinggi dan monopoli perusahaan. Tujuan memperbesar laba akan lebih menguntungkan perusahaan jika di aplikasikan dalam

⁷ Di Akses dari <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-harga-definisi-tujuan-faktor.html> pada tanggal 13 maret 2016

