

**PENGARUH KEBIJAKAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

**PADA PT. MALANG INDAH GENTENG RAJAWALI, MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :**

**NOVIAN ANDRIES**

**NIM :200611035**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**

**2010**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia akal budi yang melimpah kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dalam judul : “PENGARUH KEBIJAKAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MALANG INDAH GENTENG RAJAWALI, MALANG”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu Ekonomi/Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam menyusun skripsi ini banyak sekali bantuan yang peneliti terima, baik itu bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Silvia Indrarini, MM., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang dan Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktunya sehingga peneliti bisa berkonsultasi berkaitan dengan penyusunan skripsi ini
3. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktunya sehingga peneliti bisa berkonsultasi berkaitan dengan penyusunan skripsi ini

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

4. Bapak Umar sebagai pimpinan Perusahaan Tegel Malang Indah Genteng Rajawali, Malang yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian ini sehingga selesai
5. Bapak Edi Sunarto yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan informasi, tenaga dan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini
6. Kedua orang tua mama dan papa yang telah banyak memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini
7. Riska Pratama yang telah membantu, memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
8. Teman-teman angkatan 2006 jurusan manajemen khususnya Reni, Randy, dan Hendra. Serta teman - teman Dony, Wiwi, Danel terima kasih buat semangat dan kekompakan kita.

Malang, Juli 2010

Peneliti

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI** .....

**DAFTAR TABEL** .....

**DAFTAR GAMBAR** .....

**BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4

**BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Hasil Penelitian Terdahulu .....	5
B. Teori	
1. Pengertian Kebijakan Harga .....	7
2. Tujuan Kebijakan Harga .....	8
3. Pentingnya Penetapan Harga .....	9
4. Sasaran Penetapan Harga .....	10
5. Kebijaksanaan Penetapan Harga .....	10
6. Strategi Harga .....	19
7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	20
8. Metode Dasar Penetapan Harga .....	21

9. Pertimbangan-pertimbangan dalam Menetapkan Harga Jual .....	24
C. Kerangka Pikir .....	27
D. Hipotesis .....	28

**BAB III :METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	29
B. Ruang Lingkup Penelitian .....	29
C. Lokasi Penelitian .....	29
D. Sumber Data .....	29
E. Jenis Data .....	30
F. Definisi Operasional Variabel Utama .....	30
G. Metode Pengumpulan Data .....	31
H. Teknik Analisis Data .....	32

**BAB IV :ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	42
1. Sejarah Perusahaan .....	42
2. Bentuk Badan Hukum .....	44
3. Tujuan Perusahaan .....	44
4. Lokasi Perusahaan .....	45
5. Struktur Organisasi .....	47
6. Ketenagakerjaan .....	52
7. Produksi .....	55
8. Pemasaran .....	67

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

B. Penyajian Data Penelitian .....	70
1. Data Penetapan Harga Diskon ( $X_1$ ) .....	70
2. Data Penetapan Harga Secara Geometris ( $X_2$ ) .....	72
3. Data Volume Penjualan ( $Y$ ) .....	73
C. Analisis Data .....	74
1. Pengujian Asumsi Klasik .....	74
a. Uji Normalitas Data .....	74
b. Uji Heteroskedastisitas .....	77
c. Uji Autokorelasi .....	78
d. Uji Multikolinieritas .....	79
2. Pengujian Hipotesis dengan Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda .....	80
2.1. Pengujian Korelasi .....	80
2.2. Pengujian Regresi Linier Berganda .....	81
a) Koefisien determinasi .....	82
b) Uji Simultan (uji F) .....	83
c) Uji Parsial (Uji t) .....	84
2.3. Sumbangan Efektif (Uji Bobot) .....	86
D. Pembahasan .....	87

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	97

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## PENGARUH KEBIJAKAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MALANG INDAH GENTENG RAJAWALI, MALANG

### ABSTRAKSI

Perkembangan perekonomian dan persaingan dunia usaha yang semakin tajam menuntut setiap perusahaan untuk selalu produktif agar tujuan perusahaan, yaitu memperoleh laba yang optimal tercapai. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus mengambil keputusan manajemen yang tepat, terarah, efektif, dan efisien. Salah satu hal yang penting untuk dilakukan adalah perencanaan penetapan harga yang baik, sebab melalui penetapan harga inilah perusahaan dapat memengaruhi pola pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) signifikansi pengaruh kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis terhadap volume penjualan, (2) variabel kebijakan harga yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan. Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Tegel Malang Indah Genteng Rajawali, Malang. Jenis penelitian ini *explanatory research* yang menggunakan sumber data primer dan sekunder.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis terhadap volume penjualan adalah analisis regresi berganda dengan tahap uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang terdiri dari uji F dan uji t.

Hasil analisis menunjukkan (1) kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis berpengaruh sebesar 97.8% terhadap volume penjualan, (2) secara simultan kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, (3) secara parsial kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Pengaruh kebijakan harga ditunjukkan oleh nilai-nilai yang lebih dominan terhadap volume penjualan yang terdiri dari penetapan harga diskon dengan nilai sumbangan efektif sebesar 55.31% dibanding dengan penetapan harga secara geografis yang memiliki sumbangan efektif 42.49%.

Kata Kunci :



# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

X : Kebijakan Harga  
Y : Volume Penjualan



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Era globalisasi ditandai dengan adanya perubahan teknologi, komunikasi, dan informasi, serta persaingan usaha yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang ketat tersebut dunia usaha harus segera merespon perubahan - perubahan yang terjadi guna memenangkan persaingan atas produk-produk baik barang maupun jasa yang dihasilkan dari lingkup regional, nasional, maupun internasional. Tujuan utama perusahaan baik perusahaan barang maupun perusahaan jasa adalah memperoleh laba optimal.

Sasaran utama perusahaan saat ini adalah bagaimana mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan cara mendapatkan keuntungan dari penjualan produknya. Untuk mencapai sasaran tersebut maka perusahaan harus bisa memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki secara efektif dan efisien. Selain itu perusahaan harus bisa mengatasi segala kendala diluar perusahaan seperti kondisi pasar, keadaan pesaing, serta kebijakan pemerintah yang mungkin saja dapat memengaruhi sasaran perusahaan. Salah satu cara untuk dapat bertahan dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif adalah merencanakan dan mengendalikan operasi serta menetapkan harga jual produk untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Faktor dari dalam perusahaan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan adalah strategi produk, promosi, kebijakan harga, dan saluran distribusi. Salah satu

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

faktor yang berhubungan dengan hal di atas adalah mengenai perencanaan kebijakan harga, di mana hal ini mempunyai peranan penting dalam penyampaian produk perusahaan kepada konsumen. Harga jual produksi terlalu tinggi berdampak pada menurunnya volume penjualan, sebaliknya jika harga jual produk terlalu rendah maka hal ini dapat menyebabkan pihak manajemen tidak mampu menutup biaya-biaya yang telah digunakan dan laba perusahaan yang diharapkan tidak akan tercapai. Oleh karena itu, pihak manajemen harus bisa menetapkan harga jual produk yang dapat menutupi seluruh biaya produksi dan mencapai laba yang diharapkan.

Perusahaan Tegel Malang Indah Genteng Rajawali, Malang merupakan perusahaan pribadi yang mengembangkan usahanya dalam pembuatan tegel, genteng, dan paving stone yang mempunyai peluang besar untuk memenuhi permintaan pembangunan, baik pembangunan fasilitas umum maupun pembangunan perumahan.

Budiarto (2001:148) menyatakan “kebijaksanaan harga adalah merupakan suatu keputusan yang krusial bagi setiap perusahaan, baik yang berskala domestik maupun internasional, serta baik untuk pertama kali saat meluncurkan produk baru maupun untuk produk lama sebagai respon terhadap adanya perubahan lingkungan (misalnya pesaing mengubah harga, adanya inflasi, keterbatasan pemasok, perkembangan teknologi, dan sebagainya)”.

Ketepatan kebijakan harga akan membawa perusahaan dalam posisi persaingan yang kuat dalam merebut pasar. Di dalam menjalankan kebijakan harga Perusahaan Tegel Malang Indah Genteng Rajawali, Malang menerapkan penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis guna mendukung tercapainya tujuan perusahaan dan peningkatan volume penjualan. Beberapa kebijakan yang ditetapkan perusahaan seharusnya dapat diterima oleh konsumen karena hal ini akan memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Saat ini dengan kebijakan harga

tersebut bagi volume penjualan di Perusahaan Tegel Malang Indah Genteng Rajawali dari tahun ke tahun mengalami peningkatan secara bertahap.

Berdasarkan pertimbangan diatas maka diangkat topik permasalahan yang ada dengan judul “ **Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Malang Indah Genteng Rajawali, Malang**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa perusahaan menghadapi permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana signifikansi pengaruh kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis terhadap volume penjualan pada PT. Malang Indah Genteng Rajawali?
2. Manakah diantara variabel penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis yang lebih dominan memengaruhi volume penjualan pada PT. Malang Indah Genteng Rajawali?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan penetapan harga secara geografis terhadap volume penjualan pada PT. Malang Indah Genteng Rajawali.
2. Untuk mengetahui variabel kebijakan harga yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan pada PT. Malang Indah Genteng Rajawali.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

### 1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh dalam dunia yang ada pada perusahaan dan bermanfaat untuk memperluas wawasan berpikir dalam menganalisa suatu masalah.

### 2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam rangka menentukan kebijakan yang akan diambil pada waktu mendatang agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan untuk memberikan masukan yang bermanfaat kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai pengaruh kebijakan harga terhadap volume penjualan.

### 3. Bagi Universitas

Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan pengembangannya terhadap kebijakan harga dalam peningkatan volume penjualan.