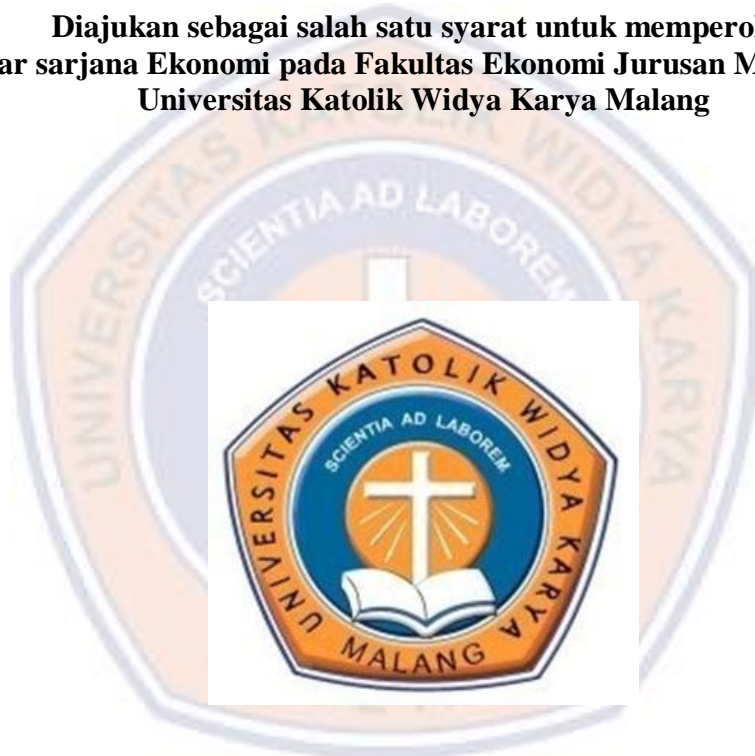


**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP
VOLUME PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAAN
DI PT. KEMAS SUPER INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :
ELVIYANA HONDO
NIM : 201111004**

**JURUSAN MANAJEMEN-FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2015**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ELVIYANA HONDO
NIM : 201111004
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul :PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA
TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTON PADA
PERUSAHAAN PT. KEMAS SUPER INDONESIA

Malang, 07 Juli 2015

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadololo, M.M.
NIDN : 0706055302

Mengetahui :

Drs. Cornelius Niwadololo, M.M.
NIDN : 0706055302

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME
PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAANPT. KEMAS SUPER
INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Elviyana Hondo

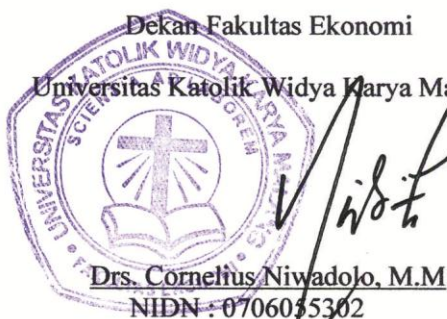
NIM : 201111004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 09 Juli 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Disahkanoleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Drs. Cornelius Niwadojo, M.M
NIDN : 0706055302

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadojo, M.M
NIDN : 0706055302
3. Dewi Ratih, S.E, MSM
NIDN : 0704078107

Tanda Tangan

Three horizontal lines are provided for signatures. The top line has a signature, the middle line has a signature, and the bottom line has a signature.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertandatangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAAN PT. KEMAS SUPER INDONESIA”**

Merupakan karya asli dari :

Nama : ELVIYANA HONDO
NIM : 201111004
Jurusan : manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 09 Juli 2015


(Elviyana Hondo)

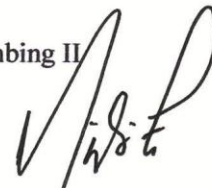
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I




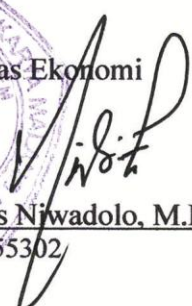
Dra. Anni Yudiastuti, MP.
NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDN : 0706055302

Mengetahui :


Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDN : 0706055302


Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN : 0701056401



P.T. KEMAS SUPER INDONESIA
corrugated box manufacturer



SA RANDUAGUNG, P.O. BOX 36 SINGOSARI - MALANG Phone.(0341) 458480 (hunting) Fax.(0341) 458646, 453198 e-mail : customerservice@ksi.co.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfah Anggraini, SH
Jabatan : HRD PT. Kemas Super Indonesia
Kedudukan : Jl. Industri No. 01 Randuagung
Singosari – Malang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Elviyana Hondo
Nim : 201111004
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Telah melakukan penelitian dari bulan Maret s/d Mei 2015 dengan judul “ **PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAAN PT. KEMAS SUPER INDONESIA**”.

Demikian Surat keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 05 Mei 2015
PT. KEMAS SUPER INDONESIA


Ulfah Anggraini, SH
HRD

RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Elviyana Hondo
2. Nim : 201111004
3. Fakultas : Ekonomi
4. Jurusan : Manajemen
5. Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
6. Tempat, Tanggal Lahir : Maufa, 08 oktober 1993
7. Alamat : Maufa Simuk, Kab Nias Selatan, SUMUT
8. Nama Orang Tua
Ayah : Zakaria Hondo
Ibu : Erlina Telaumbanua
9. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : 1999-2005
 - b. SMP : 2005-2008
 - c. SMA : Negeri 1 P.P.Batu 2008-2011
 - d. PT : Universitas Katolik Widya Karya Malang 2011-2015

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas berkat Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAAN PT.KEMAS SUPER INDONESIA”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk saran dan kritik, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Rm. Albertus magnus Herwanta Triwahyu Noegraha, O.Carm, MA.
Selaku Rektor Universitas katolik Widya Karya Malang
2. Dra. Cornelius Niwadolo. M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan saran agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
3. Ibu Dra. Anni Yudiastuti. M.P. Selaku Dosen Pembimbing I dan ketua Jurusan Manajemen yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan dorongan
4. Bapak Budiyanto selaku pemilik perusahaan PT. Kemas Super Indonesia yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk melakukan penelitian diperusahaan sampai terselesainya skripsi ini.

5. Staff dan Karyawan perpustakaan yang telah memberikan banyak pilihan referensi baik buku pedoman maupun jurnal yang dapat menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak-Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini serta mengharapkan saran dan kritik yang bersifat. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 2015

Penulis

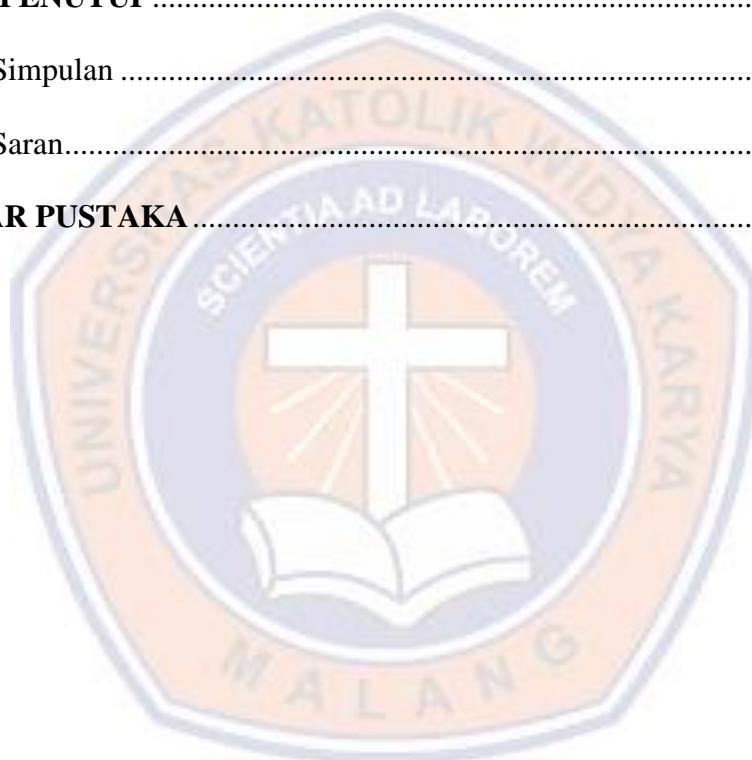
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Definisi Pemasaran	7
2. Pengertian Harga	8
3. Pengertian Strategi.....	8
4. Pengertian Strategi Penetapan Harga	9
5. Tujuan Penetapan Harga.....	14
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	16

7. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan harga	20
8. Metode Penetapan Harga	22
C. Kerangka Pikir	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	28
C. Lokasi Penelitian.....	28
D. Sumber Data.....	28
E. Jenis Data	29
F. Definisi Operasional Variabel.....	30
1. Strategi Penetapan Harga	30
2. Volume Penjualan.....	30
G. Metode Pengumpulan Data.....	30
H. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	35
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	35
2. Lokasi Perusahaan.....	36
3. Bentuk Badan Hukum Perusahaan.....	36
4. Visi dan Misi Perusahaan.....	36
5. Struktur Organisasi Perusahaan	36

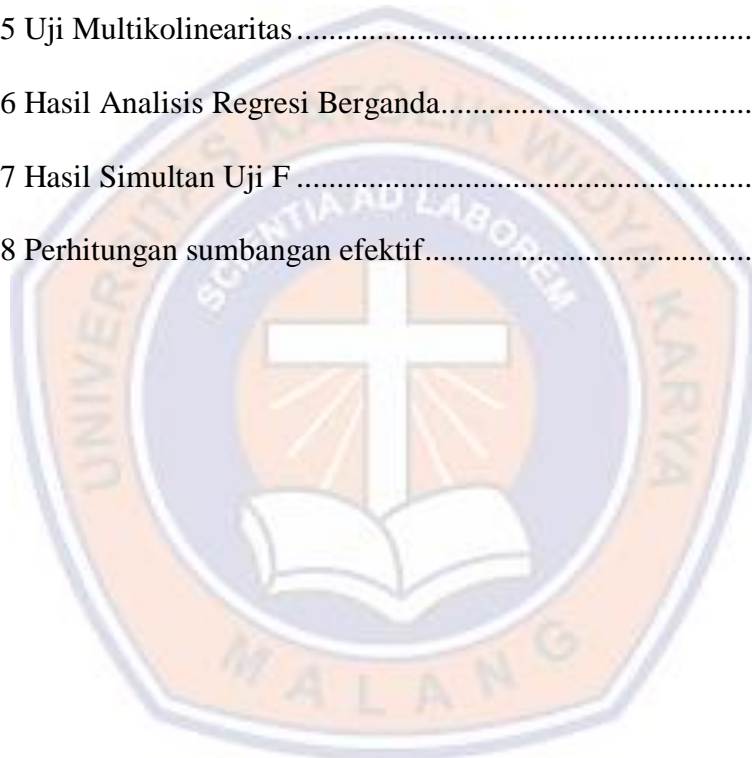
6. Personalia	41
7. Daerah Pemasaran.....	45
8. Tujuan Perusahaan	46
9. Proses Produksi	48
B. Penyajian Data Penelitian	55
1. Data Potongan Harga	55
2. Data Penetapan Harga Geografis	57
3. Data Penjualan	60
C. Analisis Data dan interpretasi	62
1. Uji Asumsi Klasik.....	62
a) Uji Normalitas.....	62
b) Uji Heterokedastisitas	64
c) Uji Multikolinearitas	65
2. Analisis Regresi Berganda.....	66
a) Uji Regresi Linear Berganda.....	66
b) Uji Koefisien Determinasi.....	68
c) Uji Hipotesis.....	69
1) Hasil Simultan Uji F.....	69
2) Uji Parsial T	69
a. Hipotesis pertama (H_1).....	70
b. Hipotesis Kedua (H_2)	70
3) Uji Variabel Dominan.....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	72

1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
a) Potongan Harga.....	72
b) Harga Geografis	72
c) Variabel Volume Penjualan	72
E. Implikasi Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Potongan Harga Tahun 2008-2014.....	56
Tabel 4.2 Data Penetapan Harga Geografis 2008-2014.....	57
Tabel 4.3 Data Volume Penjualan 2008-2014.....	60
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	67
Tabel 4.7 Hasil Simultan Uji F.....	69
Tabel 4.8 Perhitungan sumbangan efektif.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 4.2 Struktu Organisasi Perusahaan.....	37
Gambar 4.3 Proses Produksi	53
Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas P-P Plot	64
Gambar 4.5 Grafik Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	65



ABSTRAKSI

PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTON PADA PERUSAHAAN PT. KEMAS SUPER INDONESIA

Oleh :

Elviyana Hondo

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat sehingga setiap perusahaan di tuntut untuk melakukan hal-hal baru untuk mencapai target. Target itu sendiri dapat di capai dengan merubah strategi-strategi yang ada sebelumnya, Dan ukuran untuk membuktikan tercapainya target itu adalah dengan laba yang diperoleh oleh perusahaan sedangkan laba sangat dipengaruhi oleh harga. laba merupakan taksiran mengenai penghasilan atau keuntungan sementara yang didapat selama periode tertentu.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Strategi Penetapan Harga yang terdiri dari Potongan Harga (X1), dan penetapan geografis (X2) berpengaruh terhadap Volume Penjualan. Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan PT. Kemas Super Indonesia Singosari Malang dengan metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = -3.082 + 0.686 (\text{Potongan Harga}) + 1.437 (\text{Harga Geografis})$

Hasil analisis dapat diketahui bahwa strategi harga yang berpengaruh lebih dominan adalah faktor strategi potongan harga dengan nilai sumbangan efektif sebesar 39.33 % lebih besar dari nilai sumbangan efektif penetapan harga geografis sebesar 11.71 % dengan total sumbangan efektif sebesar 51.04 %.

Kata Kunci : Strategi Penetapan Harga, Volume Penjualan

Lembar Persembahan

1. Terima Kasih untuk Orang tua tercinta, abang dan adek-adekku yang selalu mendukung dan mendoakanku dalam perjalananku selama 4 tahun ini.
2. Terima Kasih Untuk Rm. Hariawan o. Carm dan Bruder Vincent Parsi yang telah membantu dan membina dalam melanjutkan study selama 4 tahun
3. Teman-teman kelas Manajemen angkatan 2011 Ce Irene Yolanda, Nisa, Ka Maya, Andin, Vido, Christa, Deo, KaSowan, Yola, Mega, David, Olive, Warni, Eva, Erik, David, Iwan, Erik Asem. Terima kasih atas kebersamaan yang akan cepat berakhir namun selama waktu yang telah kita lewati akan teringat dalam benakku,, terima kasih karena kalian telah membantu saya dalam penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir. Good luck sfriend's
4. Teman-teman Asrama Serafic (Ovy, Lala, Katrin, Mori, Ani, Marisa, Neny, Johana, Apri, Uci, Inay, Maria, Yodi, Lamria, Naeny, Tyas, Sisi, Emie, Hoca,



Vivie, Lidya, Tasya, Winda, Lauren, Priska, Agnes, Wita, Noy). Yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta setiap doa yang terucap.

A friend is someone who gives you total freedom to be yourself

If You judge people, you have no time to love them

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha dewasa ini sangat pesat dimana setiap perusahaan dituntut untuk melakukan hal-hal baru yang memiliki keunggulan untuk mencapai target. Target itu sendiri dapat dicapai dengan selalu memperbaiki strategi-strategi yang ada sebelumnya. Ukuran untuk membuktikan tercapainya target itu adalah melalui indicator ketercapaian laba yang diperoleh oleh perusahaan.

Perolehan laba sangat dipengaruhi oleh harga, laba merupakan taksiran mengenai penghasilan atau keuntungan sementara yang didapat selama periode tertentu. Harga didefinisikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa (Tjiptono 2002:65), sedangkan menurut (Agustina2011 : 105) mengemukakan bahwa harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Untuk itu pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan harus mampu menentukan pilihan dengan menggunakan kebijaksanaan yang relevan dan sistematis. Dan salah satu hal yang harus dilakukan adalah melakukan strategi penetapan harga. Dengan strategi penetapan harga akan memberikan gambaran pada batas tertentu dengan hasil penjualan yang dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Kotler (2008 : 91) menyatakan bahwa Strategi Penetapan Harga diantaranya terdiri dari: penetapan harga secara geografis, potongan dan insentif harga, penetapan harga promosi dan penetapan harga terdiferensiasi. Tujuan strategi penetapan harga adalah untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

Abas Kardaniata (1996:151) menyatakan volume penjualan adalah merupakan faktor yang memengaruhi besarnya modal kerja maupun komponen-komponen modal kerja. Artinya bahwa suatu perusahaan menanamkan sebagian dananya dalam modal kerja karena modal kerja digunakan untuk menunjang kegiatan operasional yang bertumpu pada penjualan”. Teori mengenai strategi harga dikemukakan oleh Kotler (2008 : 91) yang menyatakan bahwa strategi penetapan harga terdiri dari: penetapan harga secara geografis, potongan dan insentif harga, penetapan harga promosi dan penetapan harga terdiferensiasi.

PT. Kemas Super Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang Karton. Perusahaan saat ini hanya menerapkan dua strategi yaitu : strategi penetapan harga secara geografis dan strategi penetapan harga berdasarkan potongan harga itu disebabkan karena pihak perusahaan mengemukakan bahwa hanya strategi itulah yang paling berpengaruh dan yang selalu diterapkan. Strategi yang di tetapkan ini sudah lama diterapkan sehingga untuk saat ini hanya kedua strategi itulah yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Perusahaan belum mencoba menerapkan strategi harga yang lain dengan anggapan bahwa dengan strategi harga yang

diterapkan sudah dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini akan dilaksanakan khususnya pada strategi penetapan harga yang diterapkan oleh perusahaan selama ini dalam meningkatkan volume penjualan “penetapan harga yang diberikan oleh perusahaan guna untuk menarik minat konsumen dan untuk menjaga kepercayaan para konsumen.

Dengan demikian dari latar belakang diatas maka Judul penelitian ini adalah “Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Karton Pada Perusahaan Pt. Kemas Super Indonesia”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh strategi penetapan harga yang terdiri dari Potongan Harga (X1), penetapan harga secara geografis (X2), terhadap volume penjualan (Y) karton pada Perusahaan PT. Kemas Super Indonesia?
2. Manakah strategi harga yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan Karton pada Perusahaan PT. Kemas Super Indonesia ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh strategi penetapan harga yang terdiri dari Potongan Harga (X1), penetapan harga secara

geografis (X₂), terhadap volume penjualan (Y) karton pada Perusahaan PT. Kemas Super Indonesia.

- b. Untuk mengetahui strategi penetapan harga yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Kemas Super Indonesia

2. Manfaat penelitian :

- a. Bagi Peneliti

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

- b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi lembaga untuk mengadakan penelitian selanjutnya di bidang yang sama

- c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam rangka menentukan kebijakan harga yang akan diambil waktu mendatang agar tujuan perusahaan dapat dicapai