

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian.

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Penerapan kebijakan harga pada CV. Work Shop Mebel Malang berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan strategi kebijakan harga yang selama ini telah dilakukan oleh CV. Work Shop Mebel Malang sudah dinilai cukup tepat. Indikasinya adalah adanya peningkatan secara bertahap dari tahun ke tahun pada volume penjualan akibat kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan pengurangan harga, serta penetapan harga berdasarkan biaya yang juga cenderung mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya.
2. Secara simultan kebijakan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan pengurangan harga (X_1) dan penetapan harga berdasarkan biaya (X_2) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y) di CV. Work Shop Mebel Malang, dengan besarnya pengaruh dari ke-2 strategi harga tersebut sebesar 98.2%. Demikian pula secara parsial ternyata variabel penetapan harga diskon dan pengurangan harga (X_1) dan penetapan harga berdasarkan biaya (X_2) yang merupakan faktor dari strategi harga juga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

3. Selanjutnya, dari hasil pengujian menunjukkan bahwa strategi kebijakan harga yang tepat pada CV. Work Shop Mebel Malang dan mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap volume penjualan adalah penetapan harga diskon dan pengurangan harga. Hal ini didukung oleh besarnya pengaruh (SE) dari potongan harga tersebut terhadap peningkatan volume penjualan sebesar 50.38%.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

- a. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwasanya volume penjualan ternyata sangat dipengaruhi oleh penetapan harga diskon dan pengurangan harga dan penetapan harga berdasarkan biaya. Oleh karena itu, agar perusahaan CV. Work Shop Mebel Malang dapat meningkatkan volume penjualannya, maka pihak manajemen perusahaan hendaknya memperhatikan faktor strategi kebijakan harga terutama faktor penetapan harga diskon dan pengurangan harga. Selain itu, hal ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam rangka menentukan kebijakan yang akan diambil pada waktu mendatang, agar tujuan perusahaan dapat dicapai, dengan harapan agar dapat meningkatkan volume penjualan di CV. Work Shop Mebel Malang tersebut.
- b. Setiap perusahaan hendaklah dapat menetapkan harga yang paling tepat dalam arti kata dapat memberikan keuntungan atau laba yang paling baik,

dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta berhati-hati dalam melakukan penetapan harga yang sesuai.

2. Bagi Teoritis

- a. Perlu dilakukan penelitian lanjutan, karena variabel dalam penelitian ini belum mencakup seluruh aspek yang dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan perusahaan, selain dari pengaruh penetapan harga diskon dan pengurangan harga dan penetapan harga berdasarkan biaya. Variabel-variabel lain yang perlu diteliti adalah strategi kebijakan harga yang lainnya, antara lain penetapan harga pada beberapa macam barang, *price lining*, penetapan harga pengenalan, garansi dan penurunan harga, dan sebagainya, sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik
- b. Pada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek penelitian bukan di satu perusahaan saja, sehingga dapat lebih mencerminkan kondisi suatu perusahaan secara lebih luas. Dan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi pihak perusahaan untuk lebih meningkatkan volume penjualan mereka secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Gery dan Kotler philip. 2005. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. edisi 8, Erlangga. Jakarta

Budiono, Teguh dan Ciptono Fandi. 2001. *Pemasaran Internasional*. BPFE. Yogyakarta

Dajan, A. 1995. *Pengantar Metode Statistik*. Jilid I. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 1. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hasan Iqbal. 2002. *Pokok-poko Metodologi Penelitian*.Ghalia Indonesia. Jakarta

Ma'ruf Hendri.2006. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka. Utama Jakarta

Nachrowi Djalal Nachrowi. 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometrika*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

Saladin. 2003. *Teori Kebijakan Harga* .Gramedia. Jakarta

Santoso,S. 2003. *Buku Statistik Multivariat*. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta

Santoso,S. 2004. *Buku Statistik Parametrik*. Cetakan keempat. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta

Steel, R.G.D and Torrie, J.H., 1995, *Principles and Procedures of statistics*, alih bahasa: Bambang sumantri (IPB), Cetakan keempat. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 13. Liberty. Yogyakarta

Tjiptono Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Penerbit andi. Yogyakarta

Wijaya, 2001. *Analisis Statistik dengan program SPSS 10.0*, Penerbit Alfabeta. Bandung

