

**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA PADA
“PG . KEBON AGUNG” MALANG**

SKRIPSI

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



**DISUSUN OLEH :
MARIA KRISTIANI
NIM : 200611028**

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

2010

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MARIA KRISTIANI

NIM : 200611028

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA
PADA “PG. KEBON AGUNG” MALANG

Malang, Juni 2010

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti.MP
NIP/NIK: 190015

Drs.Cornelius Niwadolo. MM
NIP/NIK: 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, MM, AK
NIP/NIK: 193027

Drs. Cornelius Niwadolo. MM
NIP/NIK: 185004

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK GULA PADA “PG. KEBON AGUNG”
MALANG**

yang dipersiapkan dan di susun oleh :

Nama : Maria Kristiani

NIM : 200611028

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal : 15 Juni 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S- 1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini, MM, AK
NIP/NIK: 193027

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Dra. Anni Yudiastuti. MP

.....

2. Drs. Junianto Tjahjo. MM

.....

3. Drs. Cornelius Niwadolo. MM

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA PADA “PG.KEBON AGUNG” MALANG**

merupakan karya asli dari :

Nama : Maria Kristiani
NIM : 200611028
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, Juni 2010

(Maria Kristiani)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudistuti.MP
NIP/NIK: 190015

Drs.Cornelius Niwadolo. MM
NIP/NIK: 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, MM, AK
NIP/NIK: 193027

Drs. Cornelius Niwadolo. MM
NIP/NIK: 185004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Maria Kristiani

NIM : 200611028

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat tanggal lahir : Malang, 17 Juli 1987

Alamat : Dukuh Tunggul Rt 01 / Rw 04, Desa Permanu
Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang

Nama orangtua (ayah) : Misenan

(ibu) : Liatun

Riwayat Pendidikan :

- Tahun 2000 : Lulus SDN Permanu 03 Malang
- Tahun 2003 : Lulus SLTPK Pamerdi Kebonagung Malang
- Tahun 2006 : Lulus SMUK Frateran Malang
- Tahun 2006 : Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan

Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang

"Skripsi ini aku persembahkan untuk

Ibuk dan Bapakku

serta

Suamiku Tercinta"



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmad dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA PADA “PG. KEBON AGUNG” MALANG .**

Skripsi ini di buat untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Karya Malang.

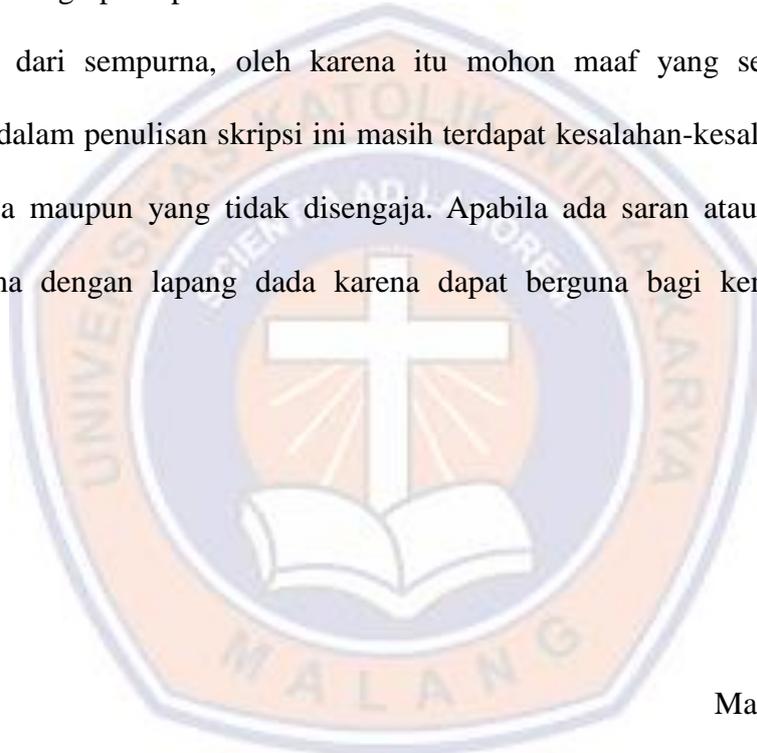
Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dra. Silvia Indrarini, MM, AK, selaku dekan Fakultas Ekonomi UNIKA Widya Karya Malang.
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM, selaku ketua jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi UNIKA Widya Karya Malang dan juga merangkap sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan skripsi.
3. Dra. Anni Yudistuti.MP, selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar dan penuh pengertian memberi bantuan, arahan, semangat dan memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua dan suami yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
5. Pimpinan PG. Kebon Agung Malang yang senantiasa mengijinkan peneliti untuk melakukan penelitian.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

6. Bapak Thomas selaku Personalia Pabrik Gula Kebon Agung Malang terima kasih atas bimbingannya selama penulis mengadakan penelitian.
7. Teman-teman penulis yang senantiasa berjuang bersama dan memberikan semangat kepada penulis disaat penulis benar-benar membutuhkannya dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca sekalian. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan-kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Apabila ada saran atau kritik, penulis menerima dengan lapang dada karena dapat berguna bagi kemajuan penulis sendiri.



Malang, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	
HALAMAN KATA PENGANTAR	i
HALAMAN DAFTAR ISI	iii
HALAMAN DAFTAR TABEL	vi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	vii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Hasil Penelitian Terdahulu	5
B. Teori	7
1. Pengertian Kebijakan Harga	7

2. Tujuan Kebijakan Harga	8
3. Sasaran Penetapan Harga	9
4. Pengertian Strategi	9
5. Pentingnya Penetapan Harga	10
6. Kebijakan Penetapan Harga	11
7. Strategi Harga	15
8. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga	16
9. Pertimbangan Dalam Menetapkan Harga Jual	17
C. Kerangka Pikir	18
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Ruang Lingkup Penelitian	20
C. Lokasi Penelitian	20
D. Sumber Data	20
E. Jenis Data	21
F. Definisi Operasional Variabel	21
1. Strategi Harga	21
2. Penetapan Harga Tersegmentasi	22
3. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan ..	22
4. Volume Penjualan	22
G. Metode Pengumpulan Data	23
H. Teknik Analisis Data	23

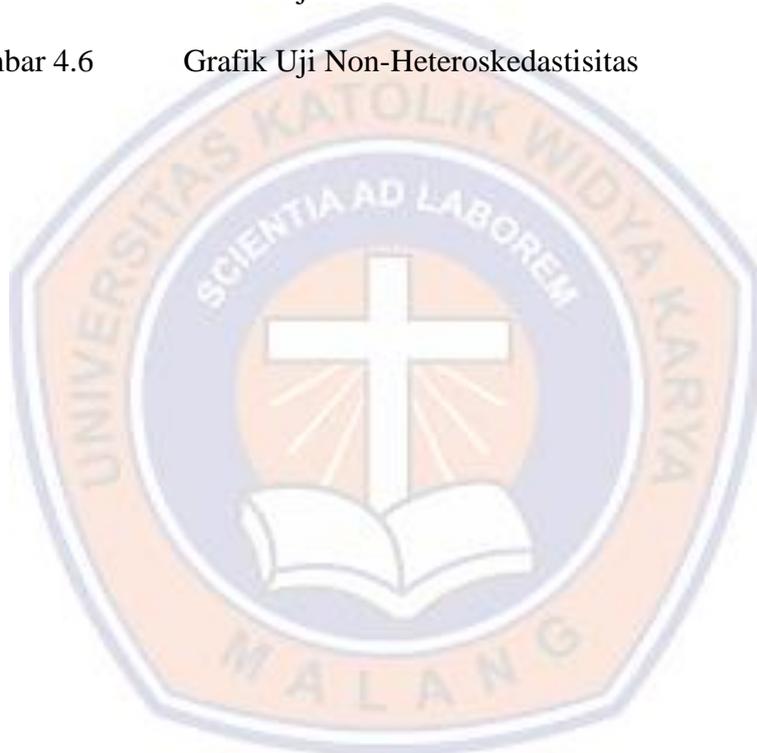
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	31
A. Gambaran Umum Perusahaan	31
1. Sejarah Perusahaan	31
2. Tujuan Perusahaan	34
3. Lokasi Perusahaan	36
4. Struktur Organisasi Perusahaan	38
5. Personalia	50
6. Kegiatan Produksi dan Hasil produksi	66
7. Kegiatan Pemasaran	74
B. Penyajian Data Penelitian	76
C. Analisis Data	83
1. Pengujian Asumsi Klasik	83
2. Pengujian Hipotesis dengan Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda	90
D. Implikasi Hasil Penelitian	97
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Badan Hukum PG. Kebon Agung Malang	32
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan Dalam Masa Giling	53
Tabel 4.3 Jumlah Karyawan Tetap Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4.4 Jumlah Karyawan Kampanye Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
Tabel 4.5 Tunjangan Karyawan Berdasarkan Golongan	59
Tabel 4.6 Jumlah Hasil Produksi PG. Kebon Agung Malang	74
Tabel 4.7 Data Harga Gula Tersegmentasi Tahun 2005-2010	77
Tabel 4.8 Data Harga Gula Berdasarkan Persaingan (lelang) Thn 2005-2010	79
Tabel 4.9 Data Volume Penjualan Tahun 2005-2010	81
Tabel 4.10 Uji Normalitas	85
Tabel 4.11 Hasil Durbin Watson	89
Tabel 4.12 Uji Non- Multikolinieritas dengan (VIF)	90
Tabel 4.13 Uji Korelasi	90
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	92
Tabel 4.15 Perhitungan Sumbangan Efektif	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	40
Gambar 4.2	Proses Produksi Pada	72
Gambar 4.3	Saluran Distribusi Gula	76
Gambar 4.4	Gambaran Data Volume Penjualan	82 - 83
Gambar 4.5	Grafik Uji Normalitas Data	86
Gambar 4.6	Grafik Uji Non-Heteroskedastisitas	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 Uji Asumsi Klasik Regresi

Lampiran 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dengan

Software SPSS release 15

Lampiran 3 Daftar Gula Pertani Yang Dilelang PG. Kebon Agung Malang

Periode Tahun 2005 - 2009



ABSTRAKSI

PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA PADA PG. KEBON AGUNG MALANG.

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) strategi penetapan harga yang terdiri dari penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) berpengaruh terhadap volume penjualan (2) variabel penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) yang lebih dominan memengaruhi volume penjualan.

Penelitian dilakukan di PG. Kebon Agung Malang dengan jenis penelitian explanatory yang menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh strategi penetapan harga yang terdiri dari : penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) 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) strategi penetapan harga yang terdiri dari penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) berpengaruh sebesar 75,81% terhadap volume penjualan. (2) Secara simultan strategi penetapan harga yang terdiri dari : penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. (3) Secara parsial penetapan harga berpengaruh terhadap volume penjualan. Pengaruh strategi ditunjukkan oleh nilai-nilai pengaruh strategi harga yang lebih dominan berpengaruh terhadap volume penjualan adalah dari penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) dengan nilai sumbangan efektif sebesar 46,29% dibanding dengan penetapan harga tersegmentasi yang memiliki sumbangan efektif hanya sebesar 29,52%, sedangkan sisanya 24,2% ditentukan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata kunci : Strategi penetapan harga tersegmentasi (X1), Strategi penetapan harga berdasarkan lelang (X2), dan Volume penjualan (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi pada saat ini sudah sangat pesat, sehingga sangat berpengaruh terhadap dunia industri, contohnya saja pabrik-pabrik pada saat ini tidak banyak lagi menggunakan tenaga Manusia dalam proses produksinya, tetapi menggunakan mesin. Demi pencapaian keefektifitasan dan keefisienan tenaga, waktu serta biaya yang dikeluarkan dalam proses produksinya, dan semua hal yang sangat memengaruhi harga akhir dari suatu produk yang dihasilkan.

Oleh karena itu strategi penetapan harga yang digunakan dalam proses pemasaran suatu produk harus jelas dan tepat, karena strategi penetapan harga mempunyai peranan yang sangat penting dalam perkembangan maupun kemajuan suatu produk yang di hasilkan oleh suatu perusahaan.

Setiap perusahaan yang menggunakan strategi penetapan harga selalu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan atas produk yang dimilikinya dan tujuan itu dapat tercapai apabila kebijakan harga yang di keluarkan oleh suatu perusahaan dapat di terima dan di sepakati oleh konsumen, dengan maksud harga yang di keluarkan terjangkau bagi konsumen, Tetapi keputusan penetapan harga oleh suatu perusahaan harus cocok dan seimbang dengan kualitas/mutu suatu produk yang dihasilkan sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian, tetapi mendapat keuntungan dan pelanggan atau konsumen yang banyak, sehingga otomatis volume penjualan akan meningkat.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan memengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga memengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Penetapan harga memengaruhi pendapatan total dan biaya total, dan karenanya keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Strategi harga yang dikemukakan oleh Kotler (2005:485) dapat berupa Penetapan harga untuk menyaring pasar, Penetapan harga dengan penetrasi pasar, Penetapan harga lini produk, Penetapan harga produk pilihan, Penetapan harga produk terikat, Penetapan harga produk sampingan, Penetapan harga paket produk, Penetapan harga tersegmentasi dan pengurangan harga, Penetapan harga tersegmentasi, Penetapan harga psikologis, Persaingan harga promosi, Penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang), Penetapan harga internasional, Penetapan harga berdasarkan biaya, Penetapan harga berdasarkan nilai, dan Penetapan harga berdasarkan persaingan. Dalam melaksanakan strategi tersebut manajemen menghadapi berbagai masalah baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan sendiri.

Dalam menjalankan strategi penetapan harga, Perusahaan Gula PG. Kebon Agung saat ini menetapkan berbagai macam strategi penetapan harga yang terdiri dari Penetapan harga tersegmentasi dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang). Hal ini untuk menyesuaikan dengan kondisi naik turunnya harga dan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan serta peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini berjudul: **"PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK GULA PADA PG. KEBON AGUNG MALANG"**

B. Perumusan Masalah

1. Apakah penerapan strategi harga yang terdiri dari penetapan harga tersegmentasi (X1) dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) (X2), berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap volume penjualan (Y) produk gula pada PG Kebon Agung Malang?
2. Strategi penetapan harga manakah yang lebih dominan memengaruhi volume penjualan (Y) produk gula pada PG Kebon Agung Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh penerapan strategi harga yang terdiri dari penetapan harga tersegmentasi (X1) dan penetapan harga berdasarkan persaingan (lelang) (X2), terhadap volume penjualan (Y) produk gula pada PG Kebon Agung Malang baik secara simultan maupun parsial.
2. Untuk mengetahui strategi penetapan harga yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan (Y) produk gula pada PG Kebon Agung Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh kedalam dunia yang ada pada perusahaan dan bermanfaat untuk memperluas wawasan berfikir 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 dicapai.

3. Bagi akademis

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

