

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Garuda dalam meningkatkan volume penjualan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut: frekuensi responden mengenai harga yang ditetapkan sesuai dengan keinginan konsumen dengan nilai top two boxes sebesar 43%, pertimbangan jika terjadi kenaikan harga kerupuk dengan minat beli konsumen 29%, pertimbangan jika terjadi penurunan harga kerupuk dengan minat beli konsumen 35%, harga kerupuk yang telah ditetapkan terjangkau dengan daya beli konsumen 40%, harga kerupuk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan 44%, harga kerupuk dapat bersaing dengan merek lain yang sejenis 39%, pertimbangan pindah ke produk pesaing sejenis jika tawaran harganya lebih murah 34%, pertimbangan pindah ke produk pesaing sejenis jika tawaran harganya lebih mahal 26%, pertimbangan pindah ke produk pesaing sejenis jika tawaran harganya sama saja 28%, harga yang ditetapkan lebih murah dari pesaing 31%, harga yang ditetapkan lebih mahal dari pesaing 33%, harga yang ditetapkan sama saja dengan pesaing 33%.
2. Volume penjualan PT. Garuda dari tahun 2001 sampai tahun 2005 selalu mengalami penurunan, berikut adalah tabel data volume penjualan kerupuk PT. Garuda dari tahun 2001-2005:

Tabel 5.1
Data Volume Penjualan Kerupuk PT.Garuda (2001-2005)
(dalam ton)

Tahun	Volume Penjualan
2001	330
2002	322
2003	316
2004	315
2005	313

3. Pengaruh antara pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan di PT. Garuda adalah sebesar 53,59% berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan disamping penetapan harga sebesar 46,41%, diantaranya faktor kegiatan promosi, faktor produk, saluran distribusi, dan pelayanannya. Sedangkan dari perhitungan uji signifikansi (uji T) didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,638 > 1,98$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti bahwa pelaksanaan penetapan harga berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

5.2 Saran

Dari hasil yang diperoleh dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 53,59% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 46,41% yang mempengaruhi volume penjualan kerupuk di PT. Garuda seperti promosi, produk, saluran distribusi, dan pelayanannya. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh penetapan harga terhadap volume penjualan, atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti promosi, produk, saluran distribusi, dan kualitas pelayanan.

2. Sebaiknya PT. Garuda dalam menetapkan harganya tidak sering terjadi perubahan sehingga dipercaya dengan para konsumennya, dan tetap menjalin hubungan baik dengan para distributor, serta terus mengadakan penelitian pasar dan mencari informasi tentang pesaing.
3. Untuk lebih meningkatkan volume penjualannya, PT. Garuda sebaiknya memberikan potongan harga, pemberian potongan harga ini diharapkan dapat menciptakan lebih banyak penjualan dan pesanan bagi perusahaan, sehingga pada akhirnya volume penjualan akan meningkat. Namun perlu juga PT. Garuda memperhitungkan efisiensi biaya yang dikeluarkan dalam memberikan potongan harga dengan tetap memperhatikan laba perusahaan.