BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses penerapan kebijakan harga pada CV. Hexa Decimal terhadap para konsumennya telah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat dari jawaban atau persepsi para pelanggan terhadap kebijakan harga CV. Hexa Decimal yaitu pemilihan tujuan kebijakan harga sebesar 89,46%, penentuan permintaan sebesar 60,52%, perkiraan biaya sebesar 63,15%, penganalisaan harga pesaing sebesar 84,2%, pemilihan metode kebijakan harga sebesar 70,38%, penetapan kebijakan harga akhir sebesar 84,19%.
2. Volume penjualan CV. Hexa Decimal pada tahun 2000-2004 adalah sebagai berikut:

Tahun	Realisasi Volume Penjualan	Target Penjualan
2000	1.854.000.000	2.400.000.000
2001	2.344.500.000	2.500.000.000
2002	2.502.000.000	2.600.000.000
2003	2.691.000.000	2.700.000.000
2004	2.857.500.000	2.800.000.000

Kondisi diatas menunjukkan bahwa penjualan pada CV. Hexa Decimal tidak pernah mencapai target yang telah ditentukan pada periode sebelum 2003-2004. Pada tahun 2003 hampir mencapai target penjualannya dan pada tahun 2004, penjualan yang dilakukan CV. Hexa Decimal berhasil mencapai target yang diinginkannya.

3. Pengaruh antara penerapan kebijakan harga terhadap volume penjualan adalah sebagai berikut:

- Hubungan antara penerapan kebijakan harga dengan volume penjualan CV. Hexa Decimal ditunjukkan dengan adanya koefisien korelasi antara kebijakan harga dengan volume penjualan sebesar $r_s = 0,9$. Hal ini berarti terdapat hubungan kuat menuju sempurna antara kedua variabel tersebut. Untuk melihat pengaruh kebijakan harga terhadap volume penjualan, dapat dilihat dari koefisien determinasi $R = 81\%$.
- Berdasarkan perhitungan statistik yang dilakukan dengan uji hipotesis dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan hasil perolehan sebesar $12,3853 > 1,6883$ pada tingkat $\alpha = 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti penerapan kebijakan harga yang dilaksanakan CV. Hexa Decimal memiliki pengaruh searah positif terhadap peningkatan volume penjualan.

5.2 Saran

Melihat dari koefisiensi determinasi antara penerapan kebijakan harga dan volume penjualan, masih terdapat faktor-faktor lain sebesar 19% yang juga mempengaruhi tingkat volume penjualan selain penerapan kebijakan harga pada CV. Hexa Decimal, seperti produk, tempat, dan bauran promosi lainnya seperti iklan, promosi penjualan.

- Produk (Product)

Dalam hal ini, produk yang dijual oleh CV. Hexa Decimal adalah produk komputer dan produknya sudah standar, sehingga CV. Hexa Decimal tidak dapat melakukan pengembangan dan penyesuaian produk komputer tersebut.

Dan yang dapat melakukan pengembangan dan penyesuaian produk komputer tersebut adalah Mugen Corporation.

- Tempat

CV. Hexa Decimal harus dapat mempertahankan atau bahkan mencari tempat yang strategis lainnya dalam menjual dan memasarkan produknya seperti tempat yang sekarang dimilikinya. Lokasi tempat CV. Hexa Decimal dalam memasarkan dan menjual produknya merupakan tempat yang sangat strategis karena tempatnya berada di pusat kota, dekat dengan perumahan, perkantoran, dan pusat perdagangan di kota Palembang. Oleh karena itu, tempat CV. Hexa Decimal tersebut harus dipertahankan.

- Bauran Promosi lainnya

CV. Hexa Decimal tetap harus melakukan bauran promosi lainnya seperti pemasangan iklan di koran, iklan lewat spanduk, dan brosur-brosur tentang produk yang dijualnya. Iklan yang dipasang di koran harus dapat menarik perhatian pembaca, dan pemasangan spanduk ataupun pembagian brosur harus dilakukan di tempat yang strategis dan ramai, sehingga banyak konsumen dapat mengetahui dan tertarik pada produk yang dijualnya tersebut. CV. Hexa Decimal juga harus tetap melakukan promosi penjualan seperti memberikan bonus berupa mouse dan keyboard, speaker, cover, dan mousepad bagi setiap konsumen yang melakukan transaksi pembelian untuk satu unit komputer, sehingga konsumen tertarik dan senang untuk melakukan pembelian pada CV. Hexa Decimal.