

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Budi Makmur Jaya Murni dalam meningkatkan volume penjualan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut: frekuensi responden mengenai harga yang ditetapkan sesuai dengan pasar sasaran sudah sesuai dengan tujuan penetapan harga dengan nilai top two boxes sebesar 70%, Harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan permintaan pasar 52%, dengan memperkirakan biaya pemasaran sebesar 88%, harga yang ditetapkan sudah melalui analisis biaya pemasaran 88%, harga yang ditetapkan sudah melalui analisis harga pesaing 82%, harga yang ditetapkan lebih murah dari harga pesaing 56%, harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan metode penetapan harga 88%, harga akhir yang ditetapkan sudah paling sesuai dengan pasar sasaran 88%.
2. Volume penjualan PT. Budi Makmur Jaya Murni 2000 sampai tahun 2004 selalu mengalami penurunan dan tidak mencapai target, berikut adalah tabel realisasi volume penjualan produk wetblue PT. Budi Makmur Jaya Murni dari tahun 2000-2004 :

Tabel 5.1
Data Penjualan Kulit Wetblue
PT. Budi Makmur Jaya Murni (2000-2004)
(dalam lembar)

Bulan	2000	2001	2002	2003	2004
Januari	85,623	129,307	154,708	130,198	113,426
Februari	121,438	154,986	207,979	145,835	142,733
Maret	104,892	130,156	164,073	139,553	117,218
April	111,313	131,458	202,411	145,106	129,305
Mei	112,041	201,558	243,448	231,906	192,438
Juni	106,056	132,531	201,992	185,245	175,213
Juli	122,793	173,543	161,168	123,941	138,246
Agustus	196,294	127,897	239,886	108,836	142,756
September	139,439	117,033	127,103	192,114	163,231
Oktober	163,907	113,628	193,624	117,078	155,078
November	172,355	114,743	154,348	109,128	102,456
Desember	119,184	142,618	187,599	158,265	153,238
TOTAL	1,555,335	1,669,458	2,238,339	1,787,205	1,725,338

Dari data penjualan PT. Budi Makmur Jaya Murni di atas terlihat bahwa terjadi kenaikan pada tahun 2000 sampai tahun 2002, namun terjadi penurunan volume penjualan pada tahun 2003, penurunan volume penjualan tahun 2003 sebesar 451.135 lembar dan kembali terjadi penurunan pada tahun 2004 sebesar 61.867 lembar, maka penurunan selama 2 tahun di PT. Budi Makmur Jaya Murni sebesar 513.002 lembar. Terjadinya penurunan volume penjualan tersebut dimungkinkan karena faktor pelaksanaan penetapan harga yang kurang tepat.

3. Pengaruh antara pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan di PT. Budi Makmur Jaya murni adalah sebesar 16% berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan disamping penetapan harga sebesar 84%, diantaranya faktor mode produk, tingkat pemesanan, promosi, distribusi, dan pelayanannya. Sedangkan dari perhitungan uji signifikansi (uji T) didapat $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-3,025 < 2,02$

maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti bahwa pelaksanaan penetapan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

5.2 Saran

Di bawah ini terdapat beberapa saran yang yang diberikan penulis, yaitu:

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 16% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 84% yang mempengaruhi volume penjualan produk wetblue di PT. Budi Makmur Jaya Murni seperti mode produk, tingkat pemesanan, promosi, distribusi, dan pelayanannya. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan, atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti mode produk, tingkat pemesanan, promosi, distribusi, dan pelayanannya.
2. Sebaiknya PT. Budi Makmur Jaya Murni dalam menetapkan harganya tidak sering terjadi perubahan sehingga dipercaya dengan para konsumennya, tetap menjalin hubungan baik dengan para distributor, mengadakan penelitian pasar dan mencari informasi tentang pesaing.
3. Untuk lebih meningkatkan volume penjualannya, PT. Budi Makmur Jaya Murni sebaiknya memberikan diskon, pemberian diskon ini diharapkan dapat menciptakan lebih banyak penjualan dan pesanan bagi perusahaan, sehingga pada akhirnya volume penjualan akan meningkat.