

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan cukup kuat antara kebijakan penetapan harga dengan volume penjualan. Hal ini dapat dibuktikan dari analisa korelasi Spearman dan koefisien determinasinya, yaitu hubungan kebijakan penetapan harga dengan volume penjualan ternyata cukup kuat dan berhubungan erat positif. Hasil analisis pada bab IV menunjukkan bahwa koefisien korelasi Spearman atas kebijakan penetapan harga terhadap volume penjualan sebesar **94 %**. Kesimpulan ini juga didukung dengan penjelasan koefisien determinasinya yang sebesar **88,36 %**, hal ini berarti peningkatan volume penjualan kopi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang tidak dapat diukur seperti produk, promosi, dan distribusi atau faktor-faktor yang lainnya. Selain analisis diatas dapat juga dibuktikan dari penjelasan terhadap koefisien korelasi t hitung sebesar **5,51** > t tabel yang sebesar **2,13**. Maka dengan demikian hipotesis penulis dapat diterima.

2. Metode penetapan harga yang dilakukan oleh PK. BUMI JAYA adalah :
 - a. Cost – plus pricing method

Dengan metode ini perusahaan menetapkan harga jualnya setelah biaya total ditambah dengan sejumlah profit tertentu, dimana harganya dihitung dalam satuan kilogram (kg) produk
 - b. Break even pricing method

Dimana penetapan harga dengan tingkat keuntungan tujuan, yaitu dimana permintaan pasar sebagai dasar untuk menentukan harga tetapi tetap memperhitungkan faktor biaya, dan margin laba menjadi pertimbangan utama.
 - c. Competition based pricing method.

Selain menetapkan harga berdasarkan metode cost plus pricing dan break even pricing, perusahaan ini juga menetapkan harga berdasarkan para pesaingnya, dimana metode ini dapat mengenakan harga yang lebih tinggi, sama, maupun lebih rendah daripada para pesaingnya tanpa mengurangi kualitas atau mutu produknya.
3. Tujuan PK. BUMI JAYA dalam melakukan kebijakan penetapan harga adalah untuk menjaga dan meningkatkan volume penjualan produk mereka yang berupa biji kopi matang dan kopi bubuk. Dimana sasaran utama mereka dalam kebijakan penetapan harganya yaitu : menjaga loyalitas konsumen, berorientasi pada laba, menilai kinerja perusahaan, dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk melaksanakan tujuan perusahaan diatas, maka perusahaan menjaga kualitas dan mutu

produknya. Sehingga dengan meningkatnya volume penjualan kopi, perusahaan dapat terus bertahan dan mempertahankan konsumen yang telah ada maupun meningkatkan jumlah konsumen yang dianggap potensial.

4. Kebijakan penetapan harga yang dilakukan oleh PK. BUMI JAYA adalah : potongan kuantitas (Quantity Discount), yang diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

5.2. SARAN.

Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, maka penulis berusaha mengemukakan saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Saran-saran tersebut antara lain :

1. Dengan telah terbuktinya bahwa penggunaan kebijakan penetapan harga dengan memberikan potongan kuantitas berdasarkan jumlah barang minimal yang harus dibeli ternyata berhasil dalam meningkatkan volume penjualan kopi mereka, maka sebaiknya perusahaan PK. BUMI JAYA harus lebih menfokuskan diri pada potongan kuantitas tanpa mengabaikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat volume penjualannya.

2. Walaupun konsumen telah mendapatkan potongan kuantitas, tetapi para konsumen mempunyai tenggat waktu terbatas dalam pembayarannya yaitu maksimal 10 hari, sehingga dikhawatirkan jika ada para perusahaan pesaingnya yang menerapkan cara yang serupa maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lainnya, karena itu perusahaan harus lebih melonggarkan lagi kebijakannya agar dapat mempertahankan konsumen.
3. Untuk menjaga persaingan dengan perusahaan lainnya, maka perusahaan harus melakukan kebijakan lainnya, seperti meningkatkan mutu atau kualitas produk kopi mereka, sehingga para pelanggan akan tetap setia dengan produk kopi yang dihasilkan oleh mereka.
4. Memberikan / meningkatkan penghargaan kepada karyawan khususnya pada bagian pemasaran, dimana penghargaan ini dapat berupa bonus penjualan agar mereka dapat lebih termotivasi / terdorong untuk bekerja lebih baik dan lebih giat lagi, yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan.
5. Melakukan evaluasi ulang terhadap kebijakan-kebijakannya, karena sifat keinginan dari konsumen / pelanggan yang dinamis atau berubah dari waktu ke waktu, maka evaluasi seperti ini sebaiknya dilakukan secara periodik / berkala (misalnya 6 bulan sekali atau disesuaikan dengan situasi dan kondisi perusahaan).