

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan hasil pembahasan mengenai peranan strategi penetapan harga Twinlite dalam meningkatkan volume penjualan PT. Arzanu Permata, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Arzanu Permata adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pemasaran bahan-bahan bagi keperluan bangunan, salah satunya Twinlite yang diimport dari Italia.
2. Dalam menjalankan usahanya PT. Arzanu Permata tidak mengadakan produksi melainkan memasarkan produk dari luar negeri maupun produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam negeri.
3. Metode penetapan harga yang dilakukan PT. Arzanu Permata adalah metode penetapan harga yang berorientasi kepada biaya dan strategi harga yang dipilih adalah metode cost plus pricing.
4. Dari analisa koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel-variabel sangat erat yaitu antara strategi penetapan harga dan volume penjualan, dimana hubungan atau korelasinya adalah sebesar 0,76269.

5. Sasaran penetapan harga pada masa yang akan datang adalah untuk menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat terhadap produk yang dipasarkan. Dalam pencapaian itu maka harus selalu dilakukan penetapan harga yang tepat dan berupaya untuk tidak mengecewakan konsumen.

B. Saran-saran

Sebelum mengakhiri penulisan skripsi ini maka penulis akan memberikan saran yang mungkin berguna bagi PT. Arzanu Permata :

1. Dalam strategi penetapan harga hendaknya PT. Arzanu Permata memilih metode Mark Up Pricing dibandingkan dengan metode yang sekarang digunakan, yang tentunya akan memberikan keuntungan yang cukup baik karena harga jual yang ditetapkan lebih tinggi daripada metode Cost Plus Pricing.
2. Dalam usaha meningkatkan volume penjualan, ada baiknya jika perusahaan mengadakan atau melakukan kegiatan promosi yang lebih gencar agar produknya lebih luas lagi dikenal oleh masyarakat.
3. Sebaiknya perusahaan berusaha untuk memperluas daerah pemasaran ke daerah-daerah yang potensial sehingga penjualan akan dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex. S. Nitisemito, Drs., **Marketing**, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1991.
- Basu Swastha D. H. MBA., Drs., **Azas-azas Marketing**, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1996.
- Hadir Hudyanto dan Herry Sussanto, **Pengantar Manajemen Pemasaran**, Penerbit Gunadarma, Jakarta, 1993.
- Mohammad Abdul Mukhyi dan Iman Hadi Saputro, **Pengantar Manajemen Umum**, Penerbit Gunadarma, Jakarta, 1991.
- Murti Sumarni, Drs., dan Drs. John Soeprihanto., **Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan**, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta, 1995.
- William J. Stanton, **Fundamental of Marketing**, disadur oleh Drs. Idolich Amras, (Bandung Alumni), Bandung, 1992.

