

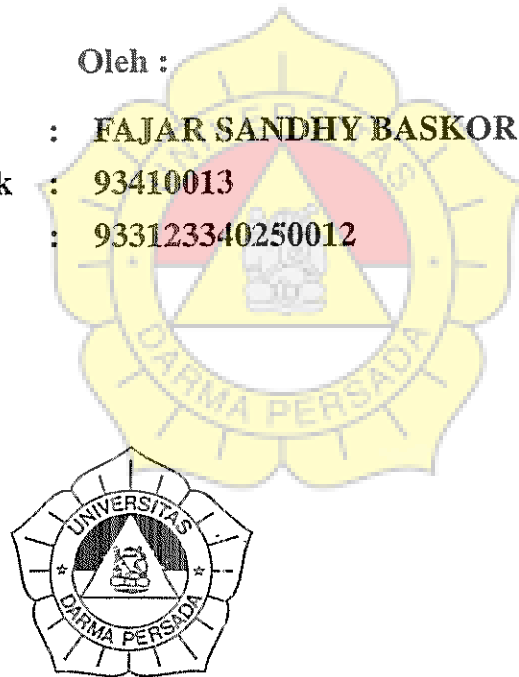
**PERANAN STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA PT. ARZANU PERMATA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan
Melengkapi Sebagian Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh :

NAMA : FAJAR SANDHY BASKORO
No. Pokok : 93410013
NIRM : 933123340250012

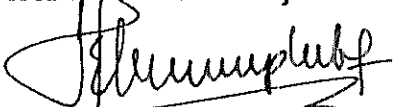


**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1998**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fajar Sandhy Baskoro
No. Pokok : 93410013
NIRM : 933123340250012
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Program Studi : S1
Judul Skripsi : **Peranan Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Arzanu Permata**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi.

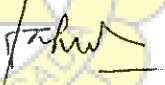
Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)



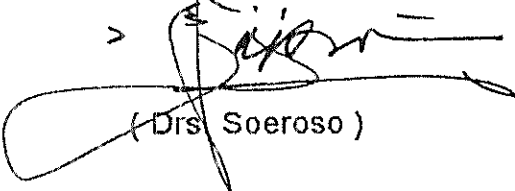
Jakarta, Agustus 1998

Menyetujui

1. Pembimbing Materi


(Drs. Rahedi Soegeng)

2. Pembimbing Teknis


(Drs. Soeroso)

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fajar Sandhy Baskoro
No. Pokok : 93410013
NIRM : 933123340250012
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Program Studi : S1
Judul Skripsi : Peranan Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Arzanu Permata

Skripsi ini telah dikaji dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi tanggal 31 Agustus 1998.



Jakarta, Agustus 1998

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. H. Usman Saleh K., SE.Ak.	Ketua
2. Ir. M. Noor Salim, SE	Anggota
3. Drs. Rahedi Soegeng	Anggota

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis memanjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga atas bimbingan dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini berjudul “ **Peranan Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Arzanu Permata** ”.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya, baik dari teknik penulisan maupun bobot istimewanya.

Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis, terbatasnya waktu dan kesempatan yang tersedia dalam mengolah serta memperoleh data-data, untuk itu penulis sangat mengharapkan sekali saran-saran dan kritikan-kritikan yang bersifat membangun dari para pembaca.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidaklah mungkin skripsi ini tersusun, oleh karena itu pula kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. WD. Sukisman, selaku Rektor Universitas Darma Persada, Jakarta.
2. Bapak Drs. Shanti Danu, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.
3. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas

Ekonomi, Universitas Darma Persada, Jakarta.

4. Bapak Drs. Rahedi Soegeng, selaku Dosen pembimbing materi yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis.
5. Bapak Drs. Soeroso, selaku pembimbing teknis.
6. Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, yang selama ini telah memberikan pengajaran dan bimbingan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu, tante, kakak dan adik yang selama ini telah banyak membantu dan memberikan dorongan moril maupun materi kepada penulis selama pendidikan dan penulisan skripsi ini.
8. Nuning Sudarwati yang telah bersusah payah memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan bantuan dan dorongan semangat.

Harapan penulis, skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca.

Jakarta, Agustus 1998

Penulis,

Fajar Sandhy Baskoro

ABSTRAK

- (A) Fajar Sandhy Baskoro (93410013/9333123340250012)
(B) Peranan Strategi Penetapan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Arzanu Permata
(C) viii + 65 halaman; Tabel, 1998.
(D) Kata kunci : Harga, Penetapan Harga, Volume Penjualan, Korelasi, Regresi.

(E) **Alasan dan Tujuan Penelitian.** Untuk menunjang kegiatan pemasaran di suatu perusahaan, maka sangat diperlukan adanya strategi penetapan harga yang efektif, sehingga produk atau jasa yang dihasilkan dapat cepat terjual dengan disertai oleh kualitas baik, dalam keadaan pasar yang mengarah pada pasar pembeli dimana barang mencari pembeli. Keadaan ini menyebabkan perusahaan harus melaksanakan strategi penetapan harga yang tepat agar dapat memperoleh jumlah penjualan yang tinggi serta maksimum.


Metode Penelitian. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan ke PT. Arzanu Permata untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Hasil Penelitian. Strategi penetapan harga yang dilaksanakan oleh PT. Arzanu Permata berperan positif, karena dengan adanya kenaikan harga yang terjadi dari tahun 1993 - 1997 disertai dengan kenaikan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis korelasi yaitu 0,76269. Perkiraan penjualan untuk tahun 1998 yang akan datang ditetapkan sebesar 490 lembar dan untuk tahun 1999 yang akan datang ditetapkan sebesar 548 lembar dengan asumsi ceteris paribus.

Kesimpulan dan Saran. 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.

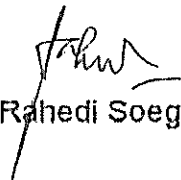
(F) Daftar Acuan : 7 (1991 - 1995)

(G) Ketua Jurusan Manajemen



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

(H) Dosen Pembimbing Materi



(Drs. Rahedi Soegeng)

DAFTAR ISI

	Hal
TANDA PERSETUJUAN	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	10
B. Pengertian Harga dan Pentingnya Harga	19
C. Tujuan Penetapan Harga	22

	D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	25
	E. Prosedur Penetapan Harga	30
	F. Metode Penetapan Harga	32
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	36
	B. Struktur Organisasi Perusahaan	38
	C. Bidang Usaha	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Strategi Penetapan Harga Pada PT. Arzanu Permata....	47
	B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga....	55
	C. Permasalahan Yang Dihadapi Oleh PT. Arzanu Permata.	57
	D. Analisa Strategi Penetapan Harga Terhadap Hasil Penjualan	58
	E. Sasaran Penetapan Harga Pada Masa Yang Akan Datang Dalam Kaitannya Dengan Volume Penjualan.....	60
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran-saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL		Hal
Tabel 4-1	Daftar Harga Jual Twinlite Tahun 1993 - 1997.....	53
Tabel 4-2	Daftar Perubahan Harga Jual Twinlite Tahun 1993-1997.....	53
Tabel 4-3	Daftar Perubahan Penjualan Twinlite Tahun 1993 - 1997.....	54
Tabel 4-4	Daftar Hasil Penjualan Twinlite Tahun 1993 - 1997.....	54
Tabel 4-5	Perhitungan Korelasi Antara Harga Per Lembar Twinlite Dengan Penjualan	59
Tabel 4-6	Perhitungan Peramalan Penjualan	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan akan perumahan yang sangat meningkat akhir-akhir ini memberikan peluang yang besar bagi para pengusaha yang bergerak dalam bidang perlengkapan bahan bangunan. Dengan semakin membaiknya taraf hidup masyarakat, khususnya masyarakat di kota-kota besar, maka kebutuhan akan perumahan bukan hanya pada rumah yang dapat ditempati semata, melainkan sudah mengarah pada keindahan dari suatu bangunan, baik dilihat dari segi eksterior (luar) maupun interior (dalam). Bahkan sampai pada perkantoran dan pertokoanpun sangat memerlukan atau memperhatikan hal tersebut. Bahan bangunan yang tersedia juga bermacam-macam, misal bahan bangunan yang terbuat dari plastik.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan atau menyediakan produk tersebut, maka akan timbul persaingan yang tajam. Tajamnya persaingan inilah yang akan mendorong perusahaan untuk menentukan berbagai strategi dalam memenangkan persaingan. Salah satu fungsi yang diterapkan adalah pemasaran, yang merupakan salah satu penunjang utama kehidupan bagi perusahaan. Pertimbangan-pertimbangan

merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan. Pemasaran akan berhasil dengan baik bila ditunjang oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat dan didukung oleh tenaga pemasaran yang handal.

Salah satu kegiatan dari pemasaran yang sangat penting adalah penetapan harga. Harga merupakan unsur yang penting bagi perusahaan, terutama dalam menghadapi para pesaing yang sama-sama memiliki barang yang sejenis, karena suatu produk yang baik bukan hanya ditentukan oleh kualitas yang baik, melainkan bagaimana cara penetapan harga dari produk tersebut dapat sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga masing-masing mencapai kepuasan, artinya konsumen tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan, sedangkan perusahaan tidak mengalami kerugian dengan penetapan harga yang telah ditentukan. Dengan melihat aktivitas serta kemungkinan yang ada, dari perusahaan barang dan jasa oleh setiap perusahaan, maka suatu perusahaan berusaha agar produk yang dihasilkannya dapat disalurkan dan diterima hingga ke tangan konsumen. Untuk itu perlu adanya strategi penetapan harga yang tepat dari perusahaan agar volume penjualan dapat dipertahankan dan bahkan dapat ditingkatkan. Dalam menjaga agar konsumen tidak berpindah ke produk yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing, maka ketepatan strategi penetapan harga harus diperhatikan.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, untuk menunjang kegiatan pemasaran disuatu perusahaan, maka sangat diperlukan adanya strategi penetapan harga yang efektif, sehingga produk atau jasa yang dihasilkan dapat cepat terjual dengan disertai oleh kualitas baik, dalam keadaan pasar yang mengarah pada pasar pembeli dimana barang mencari pembeli. Keadaan ini menyebabkan perusahaan harus melaksanakan strategi penetapan harga yang tepat agar dapat memperoleh jumlah penjualan yang tinggi serta maksimum.

Tentunya strategi penetapan harga tidak dapat dilakukan oleh perusahaan secara langsung, yang dimaksud langsung disini adalah perusahaan tidak dapat menetapkan harga tanpa memperhatikan segala aspek yang ada diluar, misalnya pesaing dan tingkat kemampuan konsumen. Harga mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena harga merupakan unsur yang menghasilkan pendapatan. Dalam harga, perusahaan harus yakin mengenai sasaran harga dan pemasaran yang hendak dicapai sebelum perusahaan melaksanakan penetapan harga produknya. Masing-masing harga yang ditetapkan mempunyai akibat yang berbeda-beda terhadap laba. Jika suatu perusahaan dapat melakukan pengamatan terhadap segala aspek yang ada dengan baik dan teliti, maka perusahaan akan berhasil mendapatkan pangsa pasarnya. Tentunya strategi penetapan harga menjadi hal yang sangat mendasar

bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, seperti halnya dengan PT. Arzanu Permata.

PT. Arzanu Permata adalah distributor tunggal, bagi bahan bangunan yang terbuat dari plastik, yang dipergunakan untuk atap bangunan dan lain sebagainya, yang beredar dengan merk Twinlite. Mengingat penetapan harga merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran produk twinlite.

Sehubungan dengan peran harga yang besar dalam meningkatkan volume penjualan maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai permasalahan harga. Kemudian penulis memilih objek penelitian pada PT. Arzanu Permata, sehingga penulis menetapkan judul skripsi ini "**Peranan Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Arzanu Permata**" di Jakarta.

B. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan judul penelitian ini maka penulis memfokuskan ruang lingkup permasalahan mengenai "*Peranan strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Arzanu Permata*". Adapun beberapa masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada hal :

1. Harga dan volume penjualan untuk periode 1992 sampai 1996.

2. Faktor yang mempengaruhi penetapan harga.
3. Metode-metode yang digunakan dalam penetapan harga.
4. Sejauh mana dampak dari strategi penetapan harga terhadap penjualan Twinlite.

C. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengangkat masalah tentang penetapan harga dan menentukan objek penelitian di PT. Arzanu Permata, sehingga disini penulis membuat pokok penelitiannya adalah strategi penetapan harga, dengan perumusan masalahnya adalah bagaimana strategi penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Arzanu Permata dalam upaya meningkatkan volume penjualannya.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui bagaimana cara penetapan harga Twinlite yang dilakukan oleh PT. Arzanu Permata.
2. Untuk mengetahui sejauh mana strategi penetapan harga dapat mempengaruhi volume penjualan.

3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perusahaan didalam melaksanakan penetapan harga.

Kegunaan Penelitian :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan, serta dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan terutama yang berkaitan dengan peningkatan volume penjualan.
3. Sebagai sumber informasi bagi penelitian lanjutan dalam bidang yang sama.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

a. Penelitian Lapangan (Field Research)

Yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengadakan peninjauan secara langsung pada objek penelitian, dengan cara :

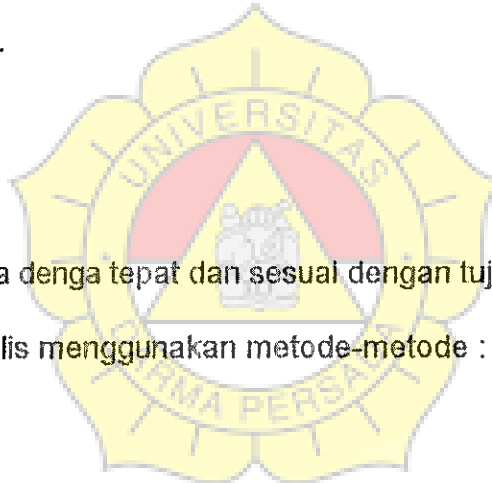
- 1) Wawancara, yaitu perolehan data dengan mengajukan beberapa

pertanyaan secara langsung kepada staff dan karyawan yang berwenang.

2) Observasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang sedang dilakukan dan menarik kesimpulan dari pengamatan tersebut.

b. Penelitian Kepustakaan

Yaitu suatu metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku sebagai referensi dan literatur-literatur yang berhubungan langsung dengan penulisan karya akhir ini.



2. Metode Analisa Data

Untuk mengukur data dengan tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan maka penulis menggunakan metode-metode :

a. Metode Kualitatif

Metode ini dimaksudkan untuk menganalisa data yang tidak ada hubungannya dengan angka, misalnya hasil penjualan meningkat, promosi yang dilakukan efektif, harga stabil dan lain sebagainya.

b. Metode Kuantitatif

Metode ini dimaksudkan dalam menganalisa data yang diperoleh dititik beratkan pada perhitungan angka-angka. Analisa korelasi analisa ini digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang

sifatnya kuantitatif. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui hubungan penetapan harga dengan penjualan. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan oleh variabel yang lain, baik secara langsung maupun

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan, penulis membagi isi karya akhir ini menjadi 5 (lima) bab dengan pokok pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, ruang lingkup dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian serta sistematika pembahasan karya akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, dikemukakan teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yaitu teori mengenai pengertian pemasaran, pengertian harga dan pentingnya harga, tujuan penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, prosedur penetapan harga, metode penetapan harga serta dikemukakan pula kerangka pemikiran skripsi ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mengemukakan tentang PT. Arzanu Permata sebagai objek penelitian dalam penulisan karya akhir ini. Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan bidang usaha perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Arzanu Permata yaitu strategi penetapan harga dan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta permasalahan yang dihadapi PT. Arzanu Permata sehubungan dengan strategi penetapan harga tersebut. Dalam bab ini juga akan dikemukakan mengenai analisis strategi penetapan harga terhadap hasil penjualan perusahaan dan sasaran penetapan harga pada masa yang akan datang dalam kaitannya dengan volume penjualan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, penulis akan menyimpulkan hasil akhir dari bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan karya akhir ini.