

SKRIPSI

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA RDNB JEWELRY**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulusan Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik
Negeri Bali

Oleh:

OKY BERLIANTO

NIM: 1815744130

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA RDNB JEWELRY**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulusan Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik
Negeri Bali

Oleh:

OKY BERLIANTO

NIM: 1815744130

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

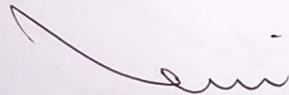
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada RDNB Jewelry
2. Penulis
 - a. Nama : Oky Berlianto
 - b. NIM : 1815744130
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 20 Juli 2022

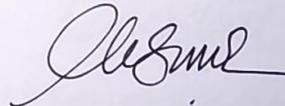
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Menyetujui:
POLITEKNIK NEGERI BALI

Pembimbing I,



Kadek Eni Marheni, SE., MM.
NIP. 196203141993032002

Pembimbing II,



Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb.
NIP. 196512161990032002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA RDNB JEWELRY**

Oleh:

OKY BERLIANTO
NIM: 1815744130

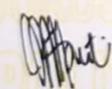
Disahkan:

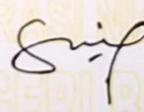
Ketua Penguji


Kadek Eni Marheni, SE., MM.
NIP. 196203141993032002

Penguji I

Penguji II

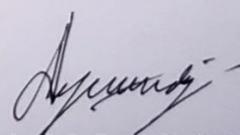

Dr. I Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710211992031002


Ni Ketut Suciani, SS., M.Pd
NIP. 197004221998022002

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,

Badung, 18 Agustus 2022
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,


Dr. I Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710211992031002


Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., M.M.
NIP. 196808271993031002

MOTTO

"JIKA ORANG LAIN BISA, MAKA AKU JUGA BISA."

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT/ Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Karya Harta Nusantara” tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya penelitian ini, maka penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, saudara dan keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril, nasehat dan doa untuk kesuksesan penulis.
2. Kadek Eni Marheni, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi serta memberikan petunjuk selama penyusunan Skripsi Riset Terapan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat waktu.
3. Ibu Lasmini, selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing penulis dengan sabar, memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi Riset Terapan.
4. Rekan-rekan terdekat penulis teman-teman D4 yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan, motivasi kesetiaan selama penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapatkan masukan dari para pembaca, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi tercapainya kesempurnaan dalam Skripsi Riset Terapan ini. Akhir Kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata bagi perkembangan dunia industri dan ilmu pengetahuan kedepannya.

Denpasar,..... 2022

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKIRPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Karya Harta Nusantara”** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Denpasar,..... 2022

Yang Menyatakan,

OKY BERLIANTO

NIM: 1815744130

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga pada CV. KARYA HARTA NUSANTARA untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertempat pada kantor CV. KARYA HARTA NUSANTARA Legian Badung Bali. Alasan memilih penelitian di kantor CV. KARYA HARTA NUSANTARA ialah karena terlihatnya penurunan volume penjualan yang drastis akibat pandemic covid19 selama setahun belakangan ini. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Untuk dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, maka disini menganalisis data secara deskriptif kualitatif. Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu model interaktif. Metode penetapan harga yang diterapkan di CV. KARYA HARTA NUSANTARA adalah (metode berbasis pasar (*market-based pricing*), berdasarkan atas harga. pasar saat ini (*current market price*), harga pesaing (*competitor price*) dan harga yang disesuaikan (*adjusted current market price*)). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diketahui bahwasanya volume penjualan dalam kurun waktu 6 bulan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Strategi Penetapan Harga, dan Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine the pricing strategy at CV. KARYA HARTA NUSANTARA to increase sales volume. This research took place at the CV. KARYA HARTA NUSANTARA Legian Badung Bali office. The reason for choosing research at the CV. KARYA HARTA NUSANTARA office is because there has been a drastic decrease in sales volume due to the covid19 pandemic over the past year. Data collection techniques are interviews and observations. To be able to answer the problem formulation in this study, here analyzed the data descriptively qualitatively. the process of systematically searching and compiling data obtained from interviews, field notes and other materials so that they can be easily understood and of course can be informed to others. The data analysis technique used in this research is an interactive model. The pricing method applied at CV. KARYA HARTA NUSANTARA is a market-based pricing method, based on price. current market price, competitor price and adjusted current market price. Based on the results of interviews and observations, it is known that the sales volume in a period of 6 months has increased.

Keywords: Pricing Strategy, and Sales Volume

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT/ Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. KARYA HARTA NUSANTARA dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Binsis Internasional Jurusan Administrasi Niaga di Politeknik Negeri Bali.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah mendukung sehingga penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari semua pihak dalam menyelesaikan laporan ini. Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. **Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom.**, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. **Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si.**, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.
3. **Ibu Ni Made Kariati, S.Kom.,M.Cs.**, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali
4. **Bapak Cok Gede Putra Yudistira, SE,MM.**, selaku Ketua Prodi Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali
5. **Ibu Kadek Eni Marheni, SE., MM.** selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, masukan, dan nasehat yang sangat berguna
6. **Ibu Ni Ketut Lasmini, SE.,M.Agb**, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan waktunya untuk membimbing selama proses penyusunan skripsi

7. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Niaga yang telah mendidik dan memberikan materi pembelajaran mulai dari semester I hingga semester VIII serta seluruh staf pegawai yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan
8. Seluruh rekan-rekan di CV. KARYA HARTA NUSANTARA yang telah banyak memberikan pelajaran saran, dan dukungan dalam pengumpulan data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Sahabat, kakak tingkat, dan teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, baik dari segi materi maupun penyajian laporan ini. Maka dari itu, kritik dan saran sangat bermanfaat bagi penulis untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Badung,...2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
KULIT MUKA	i
JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKIRPSI	vii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Harga	10
2.2.1 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.2.2 Faktor-faktor penetapan harga.....	15
2.2.3 Metode penetapan harga	17
2.3 Volume Penjualan.....	20
2.3.1 Tujuan Penjualan	22
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	23
2.4 Penelitian Terdahulu	24
2.5 Kerangka Teoritis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29

3.1	Tempat Penelitian	29
3.2	Obyek Penelitian.....	29
3.3	Sumber Data	29
3.4	Jenis Data.....	30
3.5	Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan	34
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	35
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
4.2	Hasil Analisis Dan Pembahasan	36
4.2.1	Menganalisis Harga dan Penawaran Pesaing di CV. KARYA HARTA NUSANTARA.....	36
4.2.2	Metode Penetapan Harga Produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA.....	40
4.2.3	Tujuan Penetapan Harga Produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA.....	46
4.2.4	Volume Penjualan CV. KARYA HARTA NUSANTARA	48
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	50
4.3.1	Implikasi Teoritis.....	50
4.3.2	Implikasi Praktis	51
BAB V PENUTUP.....		52
DAFTAR PUSTAKA		54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	4
Tabel 2.1 Kerangka Teori.....	28
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	35
Tabel 4.2 Penetapan Harga Produk	39
Tabel 4.3 Peningkatan Volume Penjualan.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Transaksi Penjualan	21
Gambar 4.1 Produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA	42
Gambar 4.2 Influencer Produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA.....	43
Gambar 4.3 Pemberian Diskon.....	44
Gambar 4.4 Open Donation 10%	46
Gambar 4.5 Peningkatan Penjualan	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini, dunia usaha telah banyak membawa pengaruh yang sangat signifikan dalam perkembangannya. Namun, hal ini tidak membuat bibit calon pengusaha takut untuk bersaing dalam membangun bisnisnya, baik dengan perusahaan sejenis ataupun yang tidak sejenis, mereka harus terus berinovasi untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Dalam masa persaingan yang begitu ketat ini, perusahaan harus sangat jeli dalam menentukan strategi yang akan diambil serta kebijakan yang akan dibuat. Berbagai macam strategi dan kebijakan yang diambil harus dapat diterapkan dengan perhitungan yang baik agar nantinya dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus menunjukkan perkembangannya dalam dunia bisnis.

Karena pada dasarnya perkembangan dalam bidang ekonomi saat ini benar benar membawa akibat yang cukup pesat dalam bidang usaha. Oleh karena itu menjadi salah satu alasan munculnya perusahaan-perusahaan baru dan kembalinya perusahaan yang sempat di rehabilitasi, dan juga proses pemasaran saat ini tidak semata mata hanya melakukan penjualan saja, akan tetapi harus menuntut ketelitian perusahaan dalam menentukan strategi agar dapat tetap menjadi pilihan konsumen dalam memilih produk ataupun jasa yang dijual. Permasalahan yang sering muncul dalam sebuah perusahaan dalam usahanya untuk menentukan strategi serta kebijakan adalah bagaimana menentukan harga produk yang tepat

bagi konsumen. Penetapan harga produk merupakan salah satu strategi kunci dalam menentukan apakah sebuah perusahaan mampu atau tidak untuk bersaing dengan kompetitor. Semakin bagus strategi perusahaan yang disusun dalam penetapan harga suatu produk maka akan semakin mudah pula bagi perusahaan untuk memimpin pasar dalam persaingan. Bahkan sebaliknya apabila salah dalam menetapkan harga akan berakibat buruk pula bagi perusahaan, bahkan kemungkinan terburuknya produk yang dijual akan dianggap tidak layak untuk dibeli oleh konsumen.

Menurut Nawawi (2021) didalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan yang khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Perusahaan perlu mempertimbangkan biaya-biaya dalam produksi dan perubahan yang terjadi dalam kuantitas produksi apabila ingin dapat menetapkan harga secara efektif. Harga sering kali digunakan sebagai faktor penentu nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan kualitas yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam

menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk. Apalagi apabila produk yang akan dibeli tersebut memiliki tujuan untuk nilai investasi ataupun sekedar memenuhi hobby. Perusahaan perlu untuk memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam penentuan harga produk yang dijual, baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya.

Sama seperti halnya CV. KARYA HARTA NUSANTARA. CV. KARYA HARTA NUSANTARA merupakan brand fashion aksesoris yang dibentuk pada tahun 2016 oleh anak muda yang berasal dari Indonesia. CV. KARYA HARTA NUSANTARA sendiri awalnya bernama Rudraksha Bali Beads, tetapi karena pelafalan nama yang sulit diucapkan, maka brand ini merubahnya dengan singkatan menjadi CV. KARYA HARTA NUSANTARA. Ide awal dari brand ini adalah memoderenisasikan sebuah aksesoris lama asal Bali yang terlihat semakin tertinggal jaman. Konsep dari aksesoris ini adalah menonjolkan budaya Indonesia dan Nusantara serta beberapa budaya didunia.

CV. KARYA HARTA NUSANTARA memiliki tiga nilai yang ditonjolkan yaitu *nature*, *fashion*, dan *culture*. *Nature* sendiri mengartikan bahwa produk ini terbuat dari bahan-bahan alam seperti batu alam, kayu, dan biji-bijian. *Fashion* mengartikan bahwa aksesoris merupakan bagian dari fashion. *Culture* sendiri mengartikan bahwa brand ini juga ikut membantu melestarikan budaya-budaya Indonesia dan Nusantara dengan memiliki cerita disetiap produknya. Sebagai salah satu bisnis yang berkecimpung di bidang fashion, tentunya CV. KARYA HARTA

NUSANTARA adalah salah satu contoh nyata dari berkembangnya bisnis yang semakin lama semakin berkembang pesat.

Dalam proses berkembangnya perusahaan ini tentunya tidak luput dari kualitas produk dan juga ketetapan harga yang telah didiskusikan sebagai bentuk dari penentuan strategi serta kebijakan yang diberikan oleh perusahaan, keinginan perusahaan yang tentunya ingin selalu memberikan yang terbaik kepada konsumen agar selalu puas dengan apa yang telah didapatkan. Akan tetapi tak bisa di pungkiri bahwa di masa pandemi COVID 19 ini perusahaan ini juga terkena imbasnya dengan mengalami jumlah penurunan pembeli yang signifikan dari target yang ingin dicapai pada produknya.

Di bawah ini telah dicantumkan data dari target yang ingin dicapai dengan kenyataan dalam kurun waktu 12 bulan pada tahun 2021.

Tabel 1.1 Data Penjualan

BULAN	TARGET/BULAN	PENJUALAN/BULAN
<i>JANUARI</i>	500 pcs	515 pcs
<i>FEBRUARI</i>	500 pcs	560 pcs
<i>MARET</i>	500 pcs	588 pcs
<i>APRIL</i>	500 pcs	475 pcs
<i>MEI</i>	500 pcs	421 pcs
<i>JUNI</i>	500 pcs	406 pcs
<i>JULI</i>	500 pcs	397 pcs
<i>AGUSTUS</i>	500 pcs	390 pcs
<i>SEPTEMBER</i>	500 pcs	366 pcs
<i>OKTOBER</i>	500 pcs	388 pcs
<i>NOVEMBER</i>	500 pcs	401 pcs
<i>DESEMBER</i>	500 pcs	328 pcs

Sumber: CV. Karya Harta Nusantara

Dari data yang telah dipaparkan di atas dapat di lihat bahwa perusahaan mengalami penurunan volume penjualan pada 2021. Dalam upaya untuk tetap menjaga eksistensi dan meningkatkan volume penjualan dimasa pandemi saat ini maka perusahaan harus melakukan beberapa gebrakan salah satunya dengan menetapkan harga agar konsumen dapat memilih atau membandingkan produk untuk mendapatkan nama produk mana yg lebih layak dibeli.

Setelah konsumen dihadapkan dalam proses membandingkan produk, konsumen akan memilih produk yang tentunya sepadan dengan uang yang akan dihabiskan. Maka dari itu penting bagi sebuah perusahaan memberikan harga dan kualitas yang sejalan dengan keinginan serta kebutuhan bagi para konsumen. Sehingga perlu adanya strategi penetapan harga yang dapat menjadi acuan konsumen dalam membeli produk.

Kemudian adanya peningkatan HPP (Harga Pokok Penjualan). Salah satunya ialah meningkatnya biaya marketing pada sosial media seperti biaya iklan pada tiktok, instagram, facebook, dan juga beberapa toko online lainnya membuat meningkatnya harga pokok penjualan disetiap produknya. Setelah itumeningkatnya biaya HPP juga disebabkan oleh meningkatnya upah pekerja untuk para karyawan di perusahaan yang harus terus mengikuti UMR setempat.

Maka atas masalah yang telah di paparkan diatas, strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan merupakan salah satu rangka dalam mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualan produk. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul

“STRATEGI PENETAPAN HARGA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. KARYA HARTA NUSANTARA ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, permasalahan yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan pada CV. KARYA HARTA NUSANTARA

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah ntuk mengetahui strategi penetapan harga pada CV. KARYA HARTA NUSANTARA untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian di bagi menjadi 3 yakni manfaat bagi peneleti sendiri, manfaat bagi akadamemis, dan yang terakhir bermanfaat untuk perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti: menjadikan hasil penelitian sebagai sarana pengaplikasian teori selama perkuliahaan dengan praktek di lapangan
2. Manfaat bagi Akademis: memberikan hasil suatu karya ilmiah keilmuan bagi perpustakaan POLITEKNIK NEGERI BALI
3. Manfaat bagi pihak perusahaan: memberikan refrensi baru untuk dijadikan bahan pertimbangan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut penjabaran sistematika penulisan penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang pendahuluan yang menjabarkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang telah disusun secara teoritis dan praktis.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang landasan teori yang telah banyak di paparkan dari hasil beberapa buku dan artikel. Serta berisi tentang beberapa penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan judul penelitian ini, serta di bagian akhir pada bab ini berisikan tentang gambaran kerangka teoritis pada penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

pada bab ini berisikan tentang kerangka metode penelitian yang berupa tempat penelitian, obyek penelitian, sumber data yang akan di gunakan sebagai penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data yang akan di gunakan, teknik analisis data, jadwal penelitian, dan yang terakhir ada sistematika penulisan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan dilakukannya pembahasan yang berdasarakan hasil dari analisis penelitian, bab ini terdiri dari gambaran umum variabel penelitian, analisis data dan hasil penelitian serta pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memaparkan kesimpulan dan juga sarandari hasil data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan pembahasan tentang strategi penetapan harga produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA , maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Strategi Penetapan harga produk pada CV. KARYA HARTA NUSANTARA yaitu menetapkan harga berdasarkan ongkos dan biaya produksi dan juga menggunakan metode berbasis pasar (*market-based pricing*) berdasarkan atas harga pasar saat ini (*current market price*), harga pesaing (*competitor price*) dan harga yang disesuaikan (*adjusted current market price*).
2. Penetapan harga produk produk CV. KARYA HARTA NUSANTARA ini meningkatkan volume penjualan yaitu melebihi target yang sudah di tentukan, sehingga kedepannya dapat dipergunakan.

5.2 Saran

1. Untuk CV. KARYA HARTA NUSANTARA

Bagi CV. KARYA HARTA NUSANTARA diharapkan dapat mengetahui setiap perilaku-perilaku konsumen dengan menggunakan bauran pemasaran, sehingga hal tersebut dapat dipahami oleh semua pihak dan dapat dijadikan informasi atau teori sebagai referensi oleh masyarakat, dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan evaluasi CV. KARYA HARTA NUSANTARA untuk terus menetapkan harga yang sesuai dengan keadaan.

2. Untuk peneliti

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan yang di harapkan bagi penelitian selanjutnya mampu melanjutkan penelitian tersebut yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. (2015). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Roberta Gorontalo. *Skripsi*, 1(931411027).
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Antari, K. R. M., Dunia, I. K., & Indrayani, L. (2014). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Ari Setyaningrum, dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1).
- Basu Swastha. 2014. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Calvin L. Wangarry, Altje Tumbel & Merlyn M. Karuntu (2018), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana, *Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018*, Hal. 2058-2067
- Herman. 2006. *Marketing Strategy, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, No. 01). edisi.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Nawawi, B., Abdul Waid, S. H. I., & MSI, N. (2021). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dalam menetapkan Harga pokok Penjualan Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada industri Songkok al Fakhri Desa surotrunan)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen).
- Nugraha, L. A. (2011). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri Kerajinan

- Perak Di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Rahmadani, W. (2015). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Tiga Putri Mutiara Palembang* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Saragih, H. (2017). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2).
- Sofjan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo.
- Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42-47.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Urrokhmah, T. (2018). *Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kayla fashion Serba 35.000 Purwokerto* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Penerbit : Rajawali Per, Jakarta
- Zikmund, W. G., & Stanton, W. J. (1971). Recycling solid wastes: a channels-of-distribution problem. *Journal of marketing*, 35(3), 34-39.
- Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.