

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI
PT. BOWOK ITAB BAHAGIA PALEMBANG**



**NAMA :
MELVIA ANGGRAINI
1820504032**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

1443 H/ 2022 M

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI
PT. BOWOK ITAB BAHAGIA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana S1 Dalam Bidang Ilmu Dakwah Jurusan Manajemen
Dakwah**

**Oleh :
Melvia Anggraini
1820504032**

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

1443 H/ 2022 M

NOTA PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Munaqosah

Kepada Yth
Bapak dekan Fakultas
Dakwah UIN Raden Fatah
di-
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

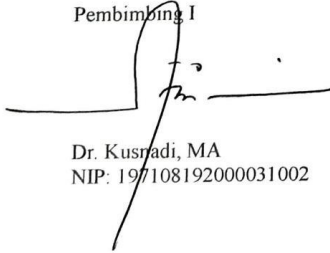
Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara Melvia Anggraini NIM 1820504032 yang berjudul "Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok itab bahagia Palembang" sudah dapat diajukan dalam Ujian Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, 04 Agustus 2022

Pembimbing I



Dr. Kusnadi, MA
NIP: 197108192000031002

Pembimbing II



Hidayat HT, S.Ag., M.Hum
NIP: 197001161996031002

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Melvia Angraini
NIM : 1820504032
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Telah dimunaqosahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada :
Hari/Tanggal : Selasa, 30 Agustus 2022
Tempat : Meja II (Ruang Seminar Lt.3)

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.Sos) pada jurusan Manajemen Dakwah

Palembang, 07 September 2022

DEKAN,

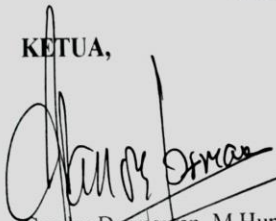


Muhammad Swarifudin, MA.

NIP. 311102000031003

TIM PENGUJI,

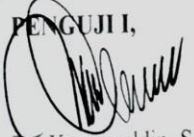
KETUA,


Candra Darmlawan, M.Hum.
NIP. 197306071998031004


SEKRETARIS,


Hasril Atieq Pohan, M.M.
NIP. 198805052019031020

PENGUJI I,


Dr. Komaruddin, S.Ag., M.Si.
NIP. 196910061997031001

PENGUJI II,


Hasril Atieq Pohan, M.M.
NIP. 198805052019031020

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melvia Anggraini
Tempat, Tanggal Lahir : Raja, 05 Mei 2000
Nim : 1820504032
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang di sebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan serta pemikiran saya dengan pengarahannya pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik. Baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 3 Agustus 2022



Melvia Anggraini
1820504032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- ❖ Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Yuyun Bastian dan Ibu Yusni Aprianti yang senantiasa mendoakan yang terbaik untuk anaknya dan orang yang paling terdepan mendukung, memberi motivasi serta memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Untuk dosen pembimbing saya Bapak Dr. Kusnadi, MA dan Bapak Hidayat, S.Ag,.M.Hum
- ❖ Untuk kak Agus, Adik Randa dan kedua keponakan Azril dan Keenan yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT Bowok Itab Bahagia Palembang”**. Sholawat serta salam tak lupa kita hanturkan kepada Nabi besar kita, junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga zaman terang benderang seperti saat ini.

Skripsi ini merupakan suatu karya ilmiah yang dianjurkan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan mungkin dapat diselesaikan sesuai dengan harapan oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si, selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang beserta staf rektorat yang telah berusaha keras memberikan fasilitas terbaik dalam kegiatan akademik maupun non akademik
2. Bapak Dr. Ahmad Syaifudin, MA. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajarannya.
3. Bapak Candra Darmawan, M.Hum, selaku ketua program studi Manajemen Dakwah beserta seluruh jajaran Prodi Manajemen dakwah
4. Ibu Dr. Nurseri Hasnah Nasution, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat serta

motivasi selama masa perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi ini

5. Bapak Dr. Kusnadi, MA dan Bapak Hidayat, S.Ag.,M.Hum, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta nasihat selama penelitian dan penulisan skripsi ini
6. Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang telah memberikan banyak ilmu
7. Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan
8. Pihak perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta pihak perpustakaan pusat Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini
9. Pihak PT. Bowok Itab bahagia Palembang yang telah memberikan izin penelitian dan membantu dalam penelitian skripsi ini
10. Bapak dan mamak tercinta yang senantiasa mendoakan, selalu memberikan motivasi, dukungan, selalu memberikan curahan kasih sayang untukku dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Saudara-saudaraku terkasih, kak Agus Tiawan, adik Randa Wijaya, dan keponakan Azril dan Keenan, serta seluruh kerabat lainnya yang selalu memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi serta selalu membantu.

Terakhir penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini, yang mungkin tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, dan dengan tidak mengurangi rasa hormat penulis kepada kalian semua.

Palembang, 27 Juni 2022

Melvia Anggraini
1820504032

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Tinjauan Pustaka.....	10
B. Kerangka Teori	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	30
B. Jenis dan Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Lokasi Penelitian.....	33
E. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
B. Hasil Penelitian	40
C. Pembahasan	49
1. Strategi Penetapan Harga Jual Produk Di PT Bowok Itab Bahagia Palembang	49
2. Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	62
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	65
-------------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91
----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Daftar Harga Produk PT. Bowok Itab Bahagia Palembang ...53

Tabel 2: Jumlah Penjualan PT. Bowok Itab Bahagia Palembang Pada Bulan

Juni Oktober 2021.....56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Data-Data Penjualan	65
Gambar 2: Instrumen penelitian.....	82
Gambar 3: Surat Balasan Izin Penelitian Dari Perusahaan	84
Gambar 4: Surat Izin Penelitian	85
Gambar 5: SK Pembimbing	86
Gambar 6: Produk-Produk Yang Di Jual PT. Bowok Itab Bahagia Palembang	87
Gambar 7: Kantor PT. Bowok Itab Bahagia Palembang	88
Gambar 8: Wawancara 1 Bersama Direktur Utama	89
Gambar 9: Wawancara 2 Bersama Wakil Direktur	90

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif dengan sumber data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta teknik analisis data pada penelitian ini adalah secara deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, Peneliti menggunakan teori Fandy Tjiptono yaitu Strategi penetapan harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok itab Bahagia Palembang melalui dua strategi, yaitu strategi penetapan harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga. PT. Bowok Itab Bahagia Palembang sudah menerapkan strategi penetapan harga cukup baik walaupun terdapat beberapa kendala dan hambatan dalam penerapannya. Adapun faktor yang menjadi penghambatnya yaitu tidak cukup modal, persaingan harga dan kualitas produk, dan faktor pendukungnya yaitu harga yang ditetapkan relatif lebih murah serta pemberian discon. Walaupun demikian volume penjualan pada PT. Bowok Itab Bahagia Palembang masih berjalan lancar walaupun mengalami penurunan.

Kata Kunci : Strategi, Penetapan Harga, Volume Penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan perubahan perilaku konsumen membawa dampak bagi pertumbuhan dan daya saing industri. Di samping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.¹

Harga menjadi ukuran konsumen dimana mereka mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.²

¹ Nurmawati, *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*, (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021). h.1.

² Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019). h. 37.

Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Penetapan harga berkaitan dengan strategi kebijakan dan taktis suatu perusahaan meliputi jumlah harga, kebijakan diskon, sistem pembayaran, dan tingkat perbedaan harga dari berbagai kelompok konsumen atau pelanggan. Harga merujuk jumlah besaran rupiah (Rp) yang selalu diberikan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan produk harga semestinya dapat menjangkau konsumen sasaran. Harga dalam pemahaman secara sempit adalah jumlah nilai uang (Rp) ditawarkan untuk suatu nilai produk atau layanan jasa. Harga dalam artian luas, adalah jumlah nilai dibutuhkan konsumen untuk memiliki, memanfaatkan, dan menggunakan suatu produk atau layanan jasa bagi konsumen ataupun pelanggan.³

Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta

³ Arianto, *Komunikasi Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*, (airlangga university press, 2021) h. 53.

tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.⁴

Bagi suatu perusahaan harga tersebut merupakan pendapatan bersih dan juga merupakan keuntungan bersih. Harga suatu barang dan jasa merupakan suatu variable pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen. Karena dalam hal ini secara langsung akan mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang ingin dicapai.⁵ Dan Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satu unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Oleh karena itu, harga dapat dipengaruhi oleh luasnya pangsa pasar atau besarnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya.⁶

Penentuan harga jual produk yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jual secara tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Pada hakikatnya perusahaan dalam menjual produknya harus dapat mencapai

⁴ Tati urrokhmah, *strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada kayla fashion serba 35.000 purwokerto*, skripsi purwokerto, universitas institute agama islam negeri purwokerto, 2018. h. 3

⁵ Hasnidar, Ratih, Muhammad, Dkk. *Pemasaran Terpadu*, (Bandung, Media Sains Indonesia, 2021) h. 85.

⁶ Didin Fatihudin Dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Keputusan Dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019) h. 122.

keuntungan yang diharapkan sehingga perusahaan dalam menjual produknya harus menetapkan harga jual dengan tepat. Tujuan menetapkan harga jual yang sesuai adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang diperoleh oleh perusahaan dalam setiap periode.

Harga dalam perspektif islam yaitu, menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad.⁷

Landasan hukum islam yang terdiri dari ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits. Telah memberikan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penetapan harga yaitu Firman Allah SWT. Dalam Q.S An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuhdirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*⁸

Di dalam ayat ini terdapat isyarat adanya berbagai faedah:

pertama, Dasar halalnya perniagaan adalah saling meridhai antara

⁷ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000) h.87.

⁸ Departen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2010), h.83.

pembeli dengan penjual, Penipuan, pendusataan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan. *Kedua*, Segala yang ada di dunia berupa perniagaan dan yang tersimpan di dalam maknanya seperti kebatilan yang tidak kekal dan tidak tetap, hendaknya tidak melalaikan orang berakal untuk mempersiapkan diri demi kehidupan akhirat yang lebih baik dan kekal. *Ketiga*, Mengisyaratkan bahwa sebagian besar jenis perniagaan mengandung makna memakan harta dengan batil. Sebab, pembatasan nilai sesuatu dan menjadikan harganya sesuai dengan ukurannya berdasar neraca yang lurus, hampir-hampir merupakan sesuatu yang mustahil, oleh karena itu, disini berlaku toleransi jika salah satu diantara dua benda pengganti lebih besar daripada yang lainnya, atau jika yang menjadi penyebab tambahnya harga itu adalah kepandaian pedagang di dalam menghiasi barang dagangannya, dan melariskannya dengan perkataan yang indah tanpa pemalsuan dan penipuan. Sering orang membeli sesuatu, sedangkan dia mengetahui bahwa dia mungkin membelinya di tempat lain dengan harga yang lebih murah. Hal ini lahir karena kepandaian pedagang di dalam berdagang. Ia termasuk kebatilan perniagaan yang dihasilkan karena saling meridhai, maka hukumnya halal.⁹

Di era modern ini adanya perubahan yang cepat dalam selera dan persaingan yang ketat merupakan suatu kenyataan yang dapat kita lihat di bidang perdagangan. Yaitu khususnya perdagangan dalam bidang alat-alat kesehatan. PT. Bowok Itab

⁹ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang : CV. Toha Putra Semarang, 1986), h. 27.

Bahagia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan yang menyediakan berbagai macam alat-alat kesehatan seperti masker, sarung tangan, alat suntik, kasa, perban, tabung oksigen, alat tensi, nebulizer, korsi roda, bad pasien dan lainnya. Mekanisme penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia adalah melalui media sosial dan mendatangi langsung ke tempat konsumen atau apotik-apotik (*face to face*). Selain PT. Bowok Itab Bahagia banyak juga perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Produk-produk yang di jual oleh PT. Bowok Itab bahagia merupakan produk-produk yang dibeli melalui supplier dari jakarta dan surabaya. Dan dalam penetapan harga jual produk PT. Bowok Itab Bahagia menetapkan harga 20% dari harga modal.¹⁰

Berdasarkan hasil dari observasi awal yang peneliti lakukan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, yaitu menurunnya volume penjualan dikarenakan pesaing harga yang bergerak dalam bidang yang sama serta kualitas produk yang sama tetapi dengan harga penjualan yang berbeda, sehingga perusahaan harus bekerja secara maksimal dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk. penurunan bisa terjadi disetiap bulan, menurut bapak Kms Ismail penjualan pada bulan Juli-Oktober mengalami penurunan dari Rp. 146.958.300 – Rp.58.025.000.¹¹

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mempelajari lebih dalam lagi bagaimana konsep serta cara yang PT. Bowok Itab Bahagia dapat menjalankan usahanya ditengah

¹⁰ Wibowo, Pemimpin PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, Wawancara Tanggal 17 November 2021.

¹¹ Kemas Ismail, Komisararis PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, Wawancara Tanggal 17 November 2021.

persaingan. Dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI PT. BOWOK ITAB BAHAGIA PALEMBANG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

D. Kegunaan penelitian

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan rujukan bagi perusahaan dalam hal melakukan dan menetapkan strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan yang baik dan tepat serta dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk PT.Bowok

Itab Bahagia dalam menjalankan usahanya.

b. Bagi prodi manajemen dakwah

Semoga bisa menambah referensi mengenai strategi penetapan harga, serta untuk mahasiswa khususnya prodi manajemen dakwah agar dapat mempermudah dalam mencari referensi dalam penulisan skripsi.

c. Peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi tinjauan atau landasan untuk peneliti selanjutnya

E. Sistematis Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam memahai penelitian ini, maka peneliti memaparkan beberapa hal yang akan dibahas terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN TEORI

Bab ini berisi konsep dan teori-teori yang mendukung seperti teori para ahli. Serta menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, uji validitas data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil dan pembahasan.

BAB V

PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa literatur pustaka serta jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai rujukan untuk mendasari beberapa dasar pijakan berpikir sebagai berikut:

- a. Iman Romansya yang berjudul “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” Tahun 2016 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan metode yang dipakai dalam penetapan harga jual produk pada Yussy Akmal dan Shereen *cake's and bread* terhadap volume penjualan. Hasil dari penelitian ini yaitu *pertama* : perusahaan Yussy Akmal menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambah tertentu (*full cost plus mark-up*). Metode ini terlihat pada data penjualan sangat efektif meningkatkan volume penjualan tiap tahunnya. Sedangkan Shereen *cake's and bread* menggunakan metode berbasis pasar harga pesaing (*competitor price*). Dalam hal ini data penjualan atau grafik data penjualan [ada tahun 2013-2015 terdapat mengalami penurunan volume penjualan pada beberapa produk shereen dapat diartikan bahwa metode yang ditetapkan shereen dalam

menetapkan harga tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan pada tahun 2013-2015. *Kedua* : penetapan harga terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam tidak ada batasan dalam proses penetapannya, pada kedua perusahaan ini tidak ada praktek yang dilarang agama islam, tetapi perusahaan harus meningkatkan kemaslahatan bersama dann kode etik dalam berdagang tidak ada unsur merugikan salah satu pihak.¹²

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif dan teknik pengumpulan data. Dan perbedaanya terletak pada strategi penetapan harga serta lokasi penelitian.

- b. Tati Urrokhmah yang berjudul ” *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerta*” Tahun 2018 Jurusan Ekonimi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerta. Tujuan dari penelitian Tati Urrokhmah adalah untuk mengetahui bagaiman strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. hasil dari penelitian Tati Umrrokhmah adalah strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 purwokerto melalui dua metode, yaitu strategi penetapan

¹² Iman Romansya. “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Lampung 2016

harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga metode ini sangat efektif dalam meningkatkan volume penjualan, terlihat pada data penjualan atau grafik data penjualan tahun 2015-2017 Kayla Fashion mengalami peningkatan volume penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga yang dilakukan oleh toko Kayla Fashion memberi dampak positif bagi perusahaan.

13

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif dan teknik pengumpulan data. Dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian

- c. Jurnal EMBA, Vol.7, No.3 , Hal. 2969-2978. Penelitian mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. Ditulis oleh Firna M. A. Poluan, Silvya L. Mandey, Imelda W. J. Ogi pada tahun 2019. Dengan judul “ *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero*”. Peneliti ini menggunakan penelitian analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pengendalian internal dan mengetahui strategi marketing mix yang tepat dan diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada minuman kesehatan instant ALVERO. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh ALVERO sudah berjalan dengan baik, dimana keempat variabel strategi bauran pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta

¹³ Tati Urrokhmah, ” *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerta*”. Purwokerto (2018).

memiliki peran yang berbeda dalam memasarkan produknya. Sebaiknya pemilik UKM minuman kesehatan ALVERO harus memelihara dengan benar bauran pemasaran yang sudah diterapkan. Strategi yang digunakan perusahaan sudah baik namun akan lebih baik apabila perusahaan terus meningkatkan strategi-strateginya melihat pada saat ini sudah banyak kompetitor lain yang mengeluarkan produk minuman kesehatan.¹⁴

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif dan teknik pengumpulan data. Dan perbedaannya terletak pada variabel, strategi serta lokasi penelitian.

- d. Jurnal Pilar Nusa Mandiri, Vol. XII, No. 2, Hal 211. Penelitian mahasiswa STMIK Nusa Mandiri Jakarta dan AMIK BSI Jakarta ditulis oleh Zakaria Ian Setiawan dan Rusdiansyah tahun 2016. Dengan judul "*Peran Bauran Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Kesehatan*". Peneliti ini menggunakan penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran bauran harga terhadap peningkatan penjualan alat kesehatan pada PT Faiz Sejahtera. Hasil penelitian yaitu pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda, sedangkan untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis, peneliti menggunakan uji F dan T. Pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner terhadap 100 responden

¹⁴ Firna M. A. Poluan, Silvy L. Mandey, Imelda W. J. Ogi, "*Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero*". Jurnal Emba, Vol.7, No.3, h. 2969-2978. (2019).

teknik pengambilan sample menggunakan teknik *non probability sampling*. Berdasarkan hasil analisis menyatakan adanya pengaruh antara peranan bauran harga terhadap peningkatan penjualan alat kesehatan pada PT Faiz Sejahtera diantaranya produk, harga, tempat, promosi.¹⁵

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada produk yang dijual. Dan perbedaanya terletak pada variabel, jenis penelitian, strategi serta lokasi penelitian

- e. Anja Putranda, yang berjudul “ *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*”. Tahun 2021 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dua persoalan yaitu: bagaimana strategi penetapan harga pada gerai 212 mart cabang Bengkulu jl. Mahakam kota Bengkulu dan bagaiman strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi islam pada Gerai 212 Mart cabang Bengkulu. Untuk mengungkapkan kedua persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, maka peneliti menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi penetapan harga Gerai 212 Mart cabang Bengkulu menggunakan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga dimulai dari

¹⁵ Zakaria Ian Setiawan Dan Rusdiansyah, “*Peran Bauran Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Kesehatan*” Jurnal Pilar Nusa Mandiri, Vol. XII, No. 2, h. 211. (2016).

pembelian produk, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga jual produk dengan menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu (full cost plus mark-up). Dan penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi islam pada gerai 212 mart cabang bengkulu dilihat dari konsep harga menurut ekonomi islam dengan menerapkan harga yang adil dan tidak menerapkan praktik ikhtiar(penimbunan).¹⁶

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif dan teknik pengumpulan data. Dan perbedaannya terletak pada strategi serta lokasi penelitian.

B. Landasan Teori

1. Penetapan harga

a. Pengertian Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda

¹⁶ Anja Putranda, “ *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*”. Bengkulu (2021).

halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.¹⁷

b. Tujuan penetapan harga

Menurut Adrian Padye tujuan penetapan harga antara lain::

1) Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketita perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsunga hidup prusahaan.

2) Memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam suatu periode tertentu.

3) Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

4) Prestise

Tujuan penentuan harga di sini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2019), h. 289.

tersebut sebagai produk yang eksklusif.

5) Mengembangkan atas investasi (ROI)

Tujuan penetapan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang di inginkan.¹⁸

c. Metode penetapan harga

Menurut Herman ada beberapa metode metode penetapan harga (*method of price determination*) yang dapat dilakukan dalam perusahaan yaitu:

1) Metode taksiran (*judgemental method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan insting saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para penguaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh insting.¹⁹

2) Metode berbasis pasar (*market based pricing*)

i. harga pasar saat ini

metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru yaitu hadil

¹⁸ Rambat & Hamdni, *Ekonomi Manajerial*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), Edisi Ke-1, h. 181.

¹⁹ Herman, *Marketing Strategy*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), Edisi 1, h. 165.

modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama, penggunaan metode ini murah dan cepat, akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun awal relatif kecil karena para konsumen mengetahui profil produk baru dari perusahaan tersebut.

ii. Harga pesaing

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar pada saat ini. Perbedaannya perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan sainganya untuk produk yang sama atau berkaitan.

iii. Harga pasar yang disesuaikan

penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan, tingkat pertumbuhan ekonomi nasional dan internasional, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk

baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.²⁰

3) Metode berbasis biaya (*cost-based pricing*)

- i. Biaya tertentu plustambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)

Dalam metode ini *budgeter* harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan atau dibebankan sejak bahan baku diproses sampai produk jadi siap untuk dijual.

- ii. Biaya variabel plus tambah tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini *budgeter* menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada *full cost*.²¹

2. Harga dalam perspektif islam

menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih

²⁰ *Ibid*, h. 168-170.

²¹ T. Sunarno, *Ekonomi Manajerial, Aplikasi Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 69.

sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad.²²

Landasan hukum islam yang terdiri dari ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits. Telah memberikan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penetapan harga yaitu Firman Allah SWT. Dalam Q.S An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuhdirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”²³

Di dalam ayat ini terdapat isyarat adanya berbagai faedah:

- a Dasar halalnya perniagaan adalah saling meridhai antara pembeli dengan penjual, Penipuan, pendusataan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan.
- b Segala yang ada di dunia berupa perniagaan dan yang tersimpan di dalam maknanya seperti kebatilan yang tidak kekal dan tidak tetap, hendaknya tidak

²² Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000) h.87.

²³ Departen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2010), h.83.

melaikan orang berakal untuk mempersiapkan diri demi kehidupan akhirat yang lebih baik dan kekal.

- c Mengisyaratkan bahwa sebagian besar jenis perniagaan mengandung makna memakan harta dengan batil. Sebab, pembatasan nilai sesuatu dan menjadikan harganya sesuai dengan ukurannya berdasar neraca yang lurus, hampir-hampir merupakan sesuatu yang mustahil, oleh karena itu, disini berlaku toleransi jika salah satu diantara dua benda pengganti lebih besar daripada yang lainnya, atau jika yang menjadi penyebab tambahnya harga itu adalah kepandaian pedagang di dalam menghiasi barang dagangannya, dan melariskannya dengan perkataan yang indah tanpa pemalsuan dan penipuan. Sering orang membeli sesuatu, sedangkan dia mengetahui bahwa dia mungkin membelinya di tempat lain dengan harga yang lebih murah. Hal ini lahir karena kepandaian pedagang di dalam berdagang. Ia termasuk kebatilan perniagaan yang dihasilkan karena saling meridhai, maka hukumnya halal.²⁴

3. Strategi Penetapan Harga

penetapan harga mengandung dimensi strategik sekaligus taktikal. Secara garis besar, strategi penetapan harga menurut Fandy Tjiptono, dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

²⁴ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang : CV. Toha Putra Semarang, 1986), h. 27.

a Strategi penetapan harga produk baru

Strategi penetapan harga yang relevan bagi produk baru inovatif ada dua macam, yakni *skimming pricing* dan *penetration pricing*.²⁵

- 1) *Skimming pricing*, perusahaan menetapkan harga awal (*initial price*) yang mahal pada sebuah produk baru. Umumnya setelah beberapa waktu harganya akan diturunkan, baik lewat produk yang sama persis maupun lewat versi yang lebih murah. Biasanya strategi ini didukung pula dengan aktivitas promosi yang gencar. Tujuan utamanya antara lain: (1) melayani para pelanggan yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, selagi persaingan belum ada; (2) menutup biaya riset dan pengembangan serta promosi secepat mungkin melalui margin yang besar; (3) membatasi permintaan hingga tingkat yang tidak melampaui kapasitas produk perusahaan, setidaknya pada tahap introduksi produk baru; dan (4) berjaga-jaga terhadap kemungkinan terjadinya kekeliruan dalam penetapan harga, karena akan lebih mudah untuk menurunkan harga awal yang dirasakan konsumen terlampau mahal dari pada menaikkan harga awal yang terlalu murah

²⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2019), h. 316.

agar dapat menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan.

- 2) *Penetration pricing* yang menetapkan harga awal relatif murah pada tahap awal product life cycle (PLC). Tujuan utamanya adalah agar dapat meraih pangsa pasar yang besar dan sekaligus menghalangi masuknya para pesaing. Dengan harga yang murah, maka perusahaan dapat pula mengupayakan terciptanya skala ekonomis dan menurunya biaya perunit.²⁶

b Strategi Fleksibilitas Harga

Strategi fleksibilitas harga terdiri atas dua macam strategi, yaitu strategi satu harga (harga tunggal) dan penetapan harga fleksibel. Fleksibilitas dapat dilakukan dengan jalan penetapan harga yaitu berbeda pada pasar yang berlainan atas dasar lokasi geografis, waktu penyampaian/pengiriman, atau kompleksitas produk yang diharapkan.

Dalam strategi harga tunggal perusahaan membebankan harga yang sama kepada setiap pelanggan yang membeli produk dengan kualitas dan kuantitas yang sama pada kondisi yang sama pula (termasuk syarat penjualannya sama). Tujuan strategi ini adalah mempermudah keputusan penetapan harga dan mempertahankan goodwill serta menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan (karena tak

²⁶ *Ibid*, h 316-317

satupun pelanggan yang mendapatkan harga khusus atau dianggap lebih penting dari pada pelanggan lainnya).

Sementara itu, strategi penetapan harga fleksibel merupakan strategi pembebanan harga yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda untuk produk dengan kualitas yang sama.²⁷

4. Pengertian produk

Kotler dan Armstrong (1997) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk lebih dari sebuah barang yang dapat diukur. Dalam artian luas produk mencakup barang fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan, atau gabungan dari semua itu.²⁸

5. Volume Penjualan

a Pengertian volume penjualan

Volume penjualan dikemukakan oleh Daryono volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.²⁹

²⁷ *Ibid*, h 324

²⁸ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2015). h 90.

²⁹ Erwinsyah Rizkan Fahlevi Dan RR. Siti Munawaroh, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Indocitra Niaga Jaya Banjarmasin*, Jurnal, Vol 17, No 1, April 2016. h. 13.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri. Volume penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dimana faktor-faktor itu merupakan syarat dalam meningkatkan volume penjualan. Beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah kualitas barang dan kemampuan membaca tren pasar.³⁰

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- 1) Menjajakan produk dengan sedekimian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- 2) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik konsumen
- 3) Mengadakan analisa pasar
- 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang berpotensi
- 5) Mengadakan pameran

³⁰ *Ibid*, h. 13.

6) Mengadakan discount atau potongan harga.

b Tujuan penjualan

Kemampuan suatu perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencapai suatu keuntungan , apabila suatu perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swastha DH tujuan utama penjualan dalam perusahaan adalah:

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.³¹

c Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- i. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- ii. Harga produk atau jasa
- iii. Syarat penjual seperti, pembayaran dan pengiriman³²

³¹ Basu Swastha DH, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2004), h. 405.

³² *Ibid*, h. 407.

2) Kondisi pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli maupun penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, daya beli, kelompok pembeli, keinginan dan kebutuhan.

3) Kondisi modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkat barang dagangan ditempatkan atau membesarkan usahanya. Modal perusahaan yang dimaksud dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misal dalam penyelenggaraan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, promosi, tempat usaha, dan sebagainya.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.³³

5) Faktor-faktor lainnya.

Faktor-faktor lainnya seperti periklanan, kampanye, dan pemberian hadiah sering

³³ *Ibid*, h. 407.

mempengaruhi penjualan, karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli barang yang sama maupun barang yang lainnya.

C. Kerangka Teori

Menurut Fandy Tjiptono, ada dua strategi penetapan harga yaitu: Strategi penetapan harga baru, Strategi fleksibilitas.

1. Strategi penetapan harga produk baru

Strategi penetapan harga yang relevan bagi produk baru inovatif ada dua macam, yakni *skimming pricing* dan *penetration pricing*.

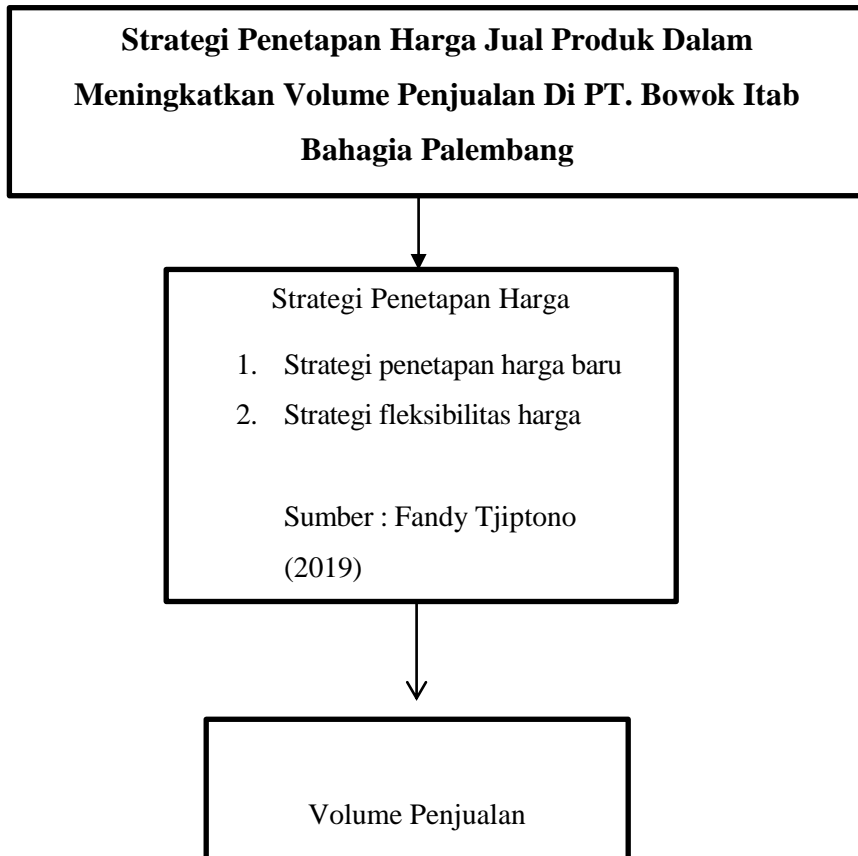
- a. *Skimming pricing*, perusahaan menetapkan harga awal (*initial price*) yang mahal pada sebuah produk baru.
- b. *Penetration pricing* yang menetapkan harga awal relatif murah pada tahap awal product life cycle (PLC).

2. Strategi Fleksibilitas Harga

Strategi fleksibilitas harga terdiri atas dua macam strategi, yaitu strategi satu harga (harga tunggal) dan penetapan harga fleksibel.³⁴

Dalam pelaksanaan penelitian teori di atas dijadikan sebagai acuan untuk analisis terhadap masalah yang dibahas tentang strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. Adapun kerangka teori pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

³⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2019), h. 315-324.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, jenis penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang kerap digunakan tanpa perhitungan dan menggunakan data yang berdasarkan pada argumen. Argumen dalam kata kualitatif bisa direpresentasikan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, bukan angka sehingga tidak bisa dihitung. Dan dari hal ini peneliti mendapatkan hasil tentang penelitian yang berfokus pada masalah penelitiannya yaitu Strategi Penetapan Harga Jual Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia. Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif dikarenakan penelitian ini meneliti secara langsung dilapangan. Penelitian kualitatif dengan cara penelitian lapangan merupakan studi atau penelitian terhadap realisasi kehidupan sosial masyarakat atau tempat yang di teliti secara langsung.³⁵ Oleh karena itu peneliti menggunakan penelitian kualitatif untuk memahami secara langsung masalah yang terjadi di lapangan atau di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Sedangkan pendekatan penelitian yang di pakai oleh peneliti yaitu deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. dengan tujuan agar bisa mengetahui Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

³⁵ Sudaryono, *Metodepenelitian Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 6

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data non-numerik atau angka. Data ini berisi analisis kondisi saat ini pada perusahaan sehingga membantu peneliti dalam menentukan permasalahan. Contoh data kualitatif seperti data wawancara, data observasi, catatan-catatan dari permasalahan-permasalahan yang pernah dihadapi, dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas dengan tujuan agar bisa mengetahui Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

2. Sumber Data

Sumber data ialah ungkapan dalam suatu tindakan berupa dokumen atau sebagainya dengan tujuan untuk memperoleh data primer dan data sekunder.

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan suatu data kepada pengumpul data atau data yang dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang memerlukannya³⁶.

Dalam hal ini peneliti mendapatkan sumber informasi langsung dari pimpinan atau kepala PT Bowok Itab Bahagia Palembang sebagai pemimpin yang berperan penting dalam menetapkan harga di dalam perusahaan tersebut.

Sedangkan Data sekunder adalah sumber yang tidak memberika data langsung kepada yang bersangkutan yang

³⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2016). h.225.

memerlukannya.³⁷

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan seluruh sumber melalui buku, jurnal, internet, karya ilmiah dari PT Bowok Itab Bahagia Palembang. Yang terdapat hubungannya dengan penelitian ini, yang dapat memberikan data tambahan atau informasi.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik wawancara (interview) adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide dengan melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam sebuah topik tertentu.³⁸ Dalam wawancara ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur. dalam melakukan wawancara terstruktur peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis, dan setiap responden diberi pertanyaan-pertanyaan yang sama dan peneliti mencatatnya. Adapun sasaran wawancara ini untuk mendapatkan data yang valid yaitu bapak suprpto wibowo selaku direktur PT. Bowok Itab Bahagia Dan karyawan.

2. Observasi

Merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap fenomena penelitian. Metode ini merupakan salah satu metode pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Menurut

³⁷ *Ibid.* h. 225.

³⁸ *Ibid.* h. .231.

Creswell pengamatan adalah sebuah proses pengumpulan informasi langsung tanpa ujung yang dilakukan dengan mengamati orang dan tempat di sebuah situs penelitian.³⁹

Metode observasi ini dilaksanakan secara langsung ketempat lokasi yang akan diteliti yaitu Pt. Bowok Itb Bahagia Palembang, yang bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga serta volume penjualan sertasarana dan prasarana lainnya.

3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Tugas peneliti mencari beberapa dokumen yang diperlukan terkait dengan penelitian yang akan diteliti, seperti jurnal, artikel, surat kabar dan sebagainya.⁴⁰ Studi dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT, Bowok Itab Bahagia yang berlokasi di JL. Pangeran Marto No.123 A, Kel. 19 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Provinsi. Sumatera Selatan.

E. Teknik Analisis Data

Susan Stainback, mengemukakan bahwa analisis data adalah hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi. Dan juga Spradly

³⁹ Cosmas Gatot Haryono, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, (Sukabumi: Cv Jejak, 2020). h. 78.

⁴⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2016). h. 240.

menyatakan bahwa, analisis dalam jenis apapun, merupakan cara berfikir.⁴¹

Berdasarkan hal diatas dapat di kemukakan disini bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan observasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh dirisendiri ataupun oleh orang lain.⁴²

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai penelitian dilapangan. Dan didalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data yang bersifat kualitatif deskriptif, yaitu menggambarkan data yang diperoleh melalui instrumen-instrumen penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi Data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang paling ahli. Melalui diskusi itu maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.⁴³ Yang mana bentuk analisis yang menajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan

⁴¹ *Ibid*, h.244.

⁴² *Ibid*. h. 244

⁴³ *Ibid*, h. 249.

mengorganisasikan data sedemikian rupa yang telah peneliti lakukan di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, floechart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif⁴⁴ yang mana sekumpulan informasi yang dihasilkan dari observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah peneliti peroleh di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang di kumpulkan sehingga tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan penarikan tindakan.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap setelah diteliti menjadi jelas.⁴⁵ Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang telah peneliti lakukan di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang yang digunakan dalam menarik kesimpulan.

⁴⁴ *Ibid.* h. 249

⁴⁵ *Ibid.* h. 253.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

Pada awalnya perusahaan PT Bowok Itab Bahagia Palembang ini di dirikan pada tahun 2020 oleh Suprpto Wibowo dan seorang temannya yang bernama Kms Ismail dengan modal yang seadanya. Dan nama perusahaan di ambil dari nama panggilan dari mereka berdua yaitu Bowok dan Itab, sebelum mereka mendirikan perusahaan dulunya mereka pernah berkerja di perusahaan dengan bidang yang sama yaitu perusahaan penjualan alat alat kesehatan. Dan pada tahun 2020 di mana sedang terjadi maraknya virus covid-19 yang mana alat-alat kesehatan sangat di butuhkan oleh rumah sakit, apotik klinik maupun masyarakat dan ini juga yang menjadi alasan yang membuat mereka yakin dan optimis untuk membuka dan menjalankan perusahaan tersebut.

Pencapaian perusahaan ini dari awal sampai sekarang sudah mengalami peningkatan penjualan, dan pada awal didirikan perusahaan ini hanya memiliki 2 orang karyawan dan hingga kini perusahaan sudah memiliki 6 karyawan.⁴⁶

2. Tujuan di Dirikannya PT Bowok Itab Bahagia Palembang

- a Menciptakan lapangan kerja

⁴⁶ Kemas Ismail, Wakil Direktur PT. Bowok Itab Bahagia Palembang , Wawancara Tanggal 18 April 2022.

- b Mempermudah rumah sakit, apotik maupun masyarakat yang membutuhkan alat alat kesehatan
- c Dapat meningkatkan layanan dengan baik kepada pelanggan⁴⁷

3. Visi dan Misi

a Visi

- 1) Menjadi salah satu supplier alat kesehatan terbesar di Sumatera selatan
- 2) Menjadi perusahaan yang sukses

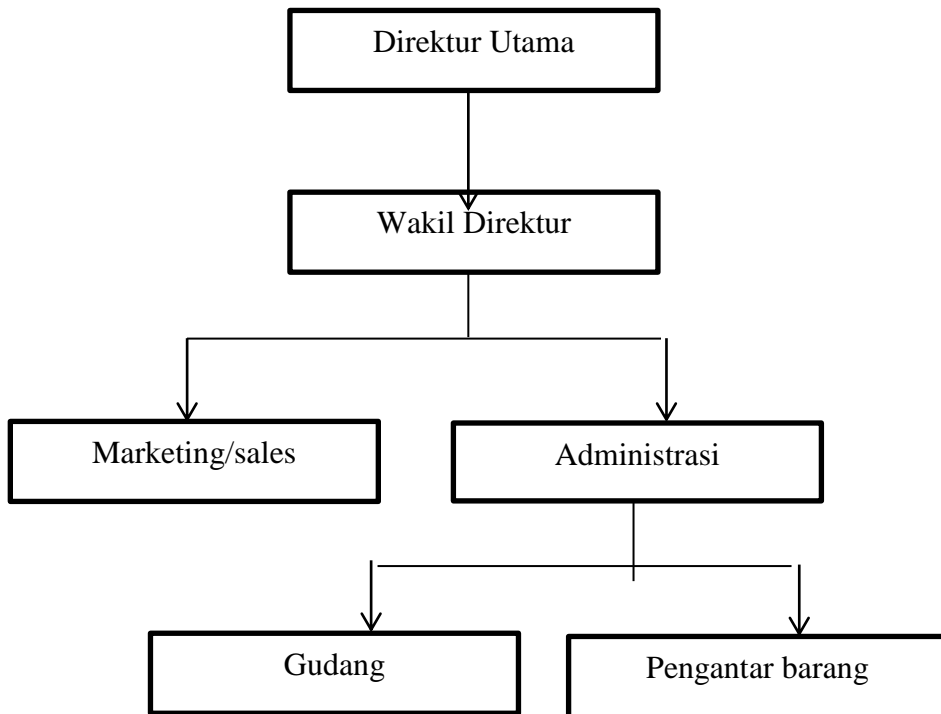
b Misi

- 1) Menjadi tempat utama rekanan Klinik, apotik, rumah sakit dalam membutuhkan alat alat kesehatan
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik
- 3) Menjual produk dengan harga yang dapat di jangkau oleh semua pengguna.⁴⁸

⁴⁷ Dwi Lestari Ayu, Administrasi PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, Wawancara Tanggal 18 April 2022.

⁴⁸ *Ibid*

4. Struktur Organisasi PT Bowok Itab Bahagia Palembang



5. Produk Yang Dijual Di PT Bowok Itab Bahagia Palembang

a. Masker

Masker adalah perlindungan pernafasan yang digunakan sebagai metode untuk melindungi individu dari menghirup zat-zat berbahaya atau kontaminan yang berada di udara, perlindungan pernafasan atau masker tidak dimaksudkan untuk menggantikan metode pilihan yang dapat menghilangkan penyakit, tetapi digunakan untuk melindungi secara memadai pemakainya.⁴⁹

⁴⁹ Sudarman Rahman Dan Sahidin, "Penguatan Peran Warga Masyarakat Dalam Mitigasi Dan Adaptasi Menghadapi Wabah Covid-19 Di Kabupaten Kolaka" Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 2, No 1, 2021, h. 16.

Salah satu produk yang dijual di perusahaan PT Bowok Itab Bahagia Palembang adalah masker, terdapat berbagai macam tipe masker yang dijual di PT Bowok Itab Bahagia Palembang seperti masker medis, masker hijab, duckbill, KF94, masker buff, masker N95.

b Alat suntik

Alat suntik atau injeksi adalah pompa piston sederhana untuk menyuntikan atau menghisap cairan atau gas.

Di PT Bowok Itab Bahagia Palembang juga menjual alat suntik yang biasa di pakai oleh tenaga medis.

c *Hand sanitizer*

Hand sanitizer merupakan pembersih tangan yang memiliki kemampuan antibakteri dalam menghambat hingga membunuh bakteri.⁵⁰

Di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang juga menjual *hand sanitizer*, ada dua macam *hand sanitizer* yang di jual di Pt. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu *hand sanitizer gel* dan *hand sanitizer spray*.

d Kursi roda

Kursi roda merupakan alat bantu mobilitas bagi orang yang memiliki keterbatasan pergerakan dalam melakukan aktivitas sehari hari.

e Kasa

Kasa adalah salah satu di antara produk tekstil medis yang digunakan untuk membalut luka yang terdiri atas, kasa konvensional dan kasa hidrogen.⁵¹

⁵⁰ Retnosari Dan Isadiartuti, “*Studi Efektivitas Sediaan Gel Antiseptik Tangan Ekstra Daun Siri (Piper Betle Linn.)*”,(Majalah Farmasi Indonesia,2006), h.163.

f Sarung tangan

Di PT. Bowok Itab Bahagia juga menjual Sarung Tangan Medis yang biasa dipakai untuk alat perlindungan diri oleh tenaga medis,

B. Hasil

Setelah melakukan wawancara kepada beberapa narasumber di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, untuk mengetahui strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan. Maka peneliti akan mengemukakan hasil dari data yang telah didapat oleh peneliti yaitu:

1. Wawancara I (Penetapan Harga)

Peneliti melakukan wawancara I kepada wakil direktur PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu Bapak Kemas Ismail, dari hasil wawancara tersebut peneliti menemukan hasil sebagai berikut:

- a Pertanyaan : Bagaimana proses penetapan harga yang diterapkan oleh PT. Bowok Itab bahagia Palembang?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ada beberapa proses dalam menetapkan harga yang kami lakukan yaitu: *pertama*, pembelian produk merupakan kegiatan awal yang dilakukan sebelum melakukan kegiatan penjualan kepada konsumen. *Kedua*, persediaan dalam kegiatan ini ada dua hal yang kami lakukan yaitu cek produk baru dan produk lama. *Ketiga*, menghitung total biaya keseluruhan yaitu menghitung biaya keseluruhan yang telah

⁵¹ Saskia, Endang, Rizke, “*Sterility Of Gauze Paced In One And Three Layer Layer Parchment Paper*”, Jurnal Sains Medika, Vol. 8, No.1, 2017, h.2.

dikeluarkan mulai dari pembelian produk, transportasi pengiriman barang dari supplier, dan biaya lainnya. *Keempat*, penetapan harga yaitu menggunakan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan rumus $HPP = \text{Modal} + \text{persentase laba}$ ”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Ada beberapa proses penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu, pembelian produk, cek persediaan, menghitung total biaya keseluruhan, dan menetapkan harga.

- b Menurut anda apakah harga yang ditetapkan oleh perusahaan sudah mengikuti pasar?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ sudah, karena perusahaan kami menetapkan harga yang relatif murah yaitu 20% dari harga modal yang di berikan oleh supplier”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang sudah menetapkan harga dengan mengikuti harga pasar.

- c Seberapa efektif penetapan harga yang sudah dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ penetapan harga yang dilakukan pada saat ini belum cukup efektif karena beberapa bulan terakhir kami mengalami penurunan penjualan ”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang bisa di bilang belum efektif karena masih terdapat penurunan penjualan pada beberapa bulan terakhir.

- d Siapa yang menjadi target dari pemasaran tersebut?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

” karena PT. Bowok Itab Bahagia Palembang ini menjual alat-alat kesehatan maka targetnya di utamakan kepada rumah sakit, klinik, apotik, tetapi selain itu target PT. Bowok Itab Bahagia juga kepada masyarakat umum”.

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang tidak hanya menargetkan rumah sakit, apotik dan klinik saja akan tetapi masyarakat umum juga.

- e Bagaimana harga yang ditawarkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang agar harga mudah dijangkau oleh konsumen?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menetapkan harga yang relatif lebih murah agar harga mudah

dijangkau oleh konsumen baik dari rumah sakit, klinik, apotik maupun masyarakat umum”.

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menetapkan harga yang relatif lebih murah agar harga mudah dijangkau oleh konsumen

2. Wawancara II (Strategi Penetapan Harga)

Peneliti melakukan wawancara kepada Wakil Direktur PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu Bapak Kemas Ismail dan Administrasi PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu Ibu Dwi Lestari Ayu. Dalam wawancara ini lebih berfokus pada strategi penetapan harga yang meliputi: strategi penetapan harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga. Dari hasil wawancara tersebut peneliti menemukan hasil sebagai berikut :

Pertama yaitu strategi penetapan harga produk baru, harga bagi sebuah produk baru harus ditetapkan secara cermat, karena berpengaruh terhadap potensi pertumbuhan dan kelangsungan hidup produk yang bersangkutan.

- a. Pertanyaan : Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang untuk produk-produk yang ditawarkan?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ Strategi yang dipakai atau diterapkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu *penetration pricing* dan strategi penetapan harga fleksibel. *strategi*

penetration pricing merupakan penetapan harga yang relatif lebih murah dan Fleksibel Harga merupakan menetapkan harga yang berbeda kepada para konsumen.”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Strategi yang dipakai atau diterapkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu *penetration pricing* dan strategi penetapan harga fleksibel.

- b Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang pada produk baru?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

” untuk penetapan harga pada produk baru maupun produk lama kami tetap menetapkan harga yang relatif lebih murah yaitu 20% dari harga modal”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Harga yang ditetapkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia yaitu relatif murah dengan menetapkan harga 20% dari harga modal.

- c Seberapa efektif strategi penetapan harga yang sudah dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dalam meningkatkan volume penjualan?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ dalam hal ini bisa dibilang strategi yang kami pakai tersebut belum sepenuhnya efektif karena masih terjadi penurunan penjualan pada beberapa bulan terakhir yaitu pada bulan agustus-oktober yang dikarenakan persaingan harga dan kualitas produk yang ketat serta ditambang menurunnya angka covid-19 yang terjadi di indonesia mengakibatkan kurangnya daya beli. Akan tetapi kami tetap selalu berusaha supaya dapat bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain”.

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Strategi yang di pakai oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang pada saat ini belum sepenuhnya efektif karena penjualan di beberapa bulan mengalami penurunan yang disebabkan persaingan harga serta kualitas produk.

- d Apakah PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menetapkan harga lebih murah atau sebaliknya pada produk baru?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

” kami menetapkan harga yang relatif lebih murah hal ini dikarenakan supaya dapat menarik banyak konsumen untuk membeli produk-produk yang kami jual”.

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dalam menetapkan harga yang relatif lebih murah untuk produk-produk yang dijual .

Kedua strategi fleksibilitas harga, strategi fleksibilitas harga terdiri dari dua macam strategi yaitu strategi harga tunggal dan strategi penetapan harga fleksibel.

- a. Pertanyaan : Apakah PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menetapkan harga tunggal untuk setiap produk atau membebankan harga yang berbeda kesetiap pelanggan?

Menurut ibu Dwi lestari Ayu selaku Administrasi di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mengatakan bahwa:

“ dalam hal ini kami melakukan pembebanan harga yang berbeda kepada setiap pelanggan kami seperti rumah sakit, klinik, apotik dan masyarakat umum itu biasanya kami mematok harga yang berbeda karena biasanya mereka melakukan tawar-menawar terhadap harga yang kami patok. Maka dari itu kami tidak menetapkan harga tunggal atau harga yang sama kepada setiap pelanggan kami”.

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menerapkan atau menetapkan harga yang berbeda-beda kepada konsumennya hal itu terjadi dikarenakan adanya tawar-menawar yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia

Palembang dengan konsumennya sebelum pembelian dilakukan.

- b Bagaimana PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dalam menetapkan diskon untuk para pelanggan?

Menurut ibu Dwi lestari Ayu selaku Administrasi di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mengatakan bahwa:

”untuk diskon biasanya kami berikan untuk pelanggan yang membeli produk-produk kami dalam jumlah yang banyak terlebih dahulu baru kami berikan diskon”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Penetapan diskon dilakukan apabila pelanggan tersebut membeli produk dari PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dengan jumlah yang banyak.

3. Wawancara III (Faktor Penghambat Dan Pendukung)

Peneliti melakukan wawancara III kepada wakil direktur PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu Bapak Kemas Ismail

- a Apakah terdapat faktor penghambat dalam strategi penetapan harga yang telah dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

” tentunya ada yang menjadi faktor penghambat di dalam strategi yang kami lakukan yaitu ketika kami mengalami tidak cukup modal, terjadinya persaingan harga dan persaingan kualitas produk yang dijual antar perusahaan”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Ada beberapa aktor yang menjadi penghambat yaitu tidak cukup modal, persaingan harga dan kualitas produk

- b) Apakah terdapat faktor pendukung dalam strategi penetapan harga yang telah dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang?

Menurut Bapak Kemas Ismail mengatakan bahwa:

“ tentunya ada beberapa faktor pendukung agar strategi yang dipakai tetap berjalan dengan baik yaitu, menetapkan harga jual yang relatif lebih murah hal ini ini kami lakukan agar dapat menarik minat dari konsumen dan juga kami memberikan diskon atau potongan harga apabila konsumen melakukan pembelian produk kami dalam jumlah yang banyak dan berulang kali”

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti mengambil kesimpulan, bahwa:

Terdapat beberapa yang menjadi faktor pendukung strategi penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu penetapan harga yang relatif lebih murah dan diskon.

C. Pembahasan

1. Strategi Penetapan Harga Jual Produk Di PT Bowok Itab Bahagia Palembang

Penetapan harga merupakan salah satu kepurusan terpenting dalam pemasaran. Hal ini dikarenakan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dan juga harga menjadi tolak ukur dimana iya mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi pelanggan bahwa produk kita termasuk pada kategori barang mewah superior (berkualitas tinggi). Sedangkan jika harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah interior (berkualitas rendah). Untuk itu strategi penetapan harga harus dilakukan seefektif mungkin.

Berdasarkan hasil penelitian PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mempunyai beberapa proses dalam penetapan harga. Berikut adalah proses penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, yaitu:⁵²

a. Pembelian Produk

pada proses pembelian, biasanya seseorang mempertimbangkan lebih dahulu tentang produk apa saja yang akan dibeli begitu juga yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. Dan pembelian produk merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh PT.

⁵² Kemas Ismail, Wakil Direktur PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, Wawancara Tanggal 20 April 2022.

Bowok Itab Bahagia Palembang sebelum melakukan kegiatan penjualan kepada konsumen.

b Persediaan

Tahap selanjutnya setelah dilakukannya pembelian produk yang dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang adalah mengumpulkan barang atau produk yang sudah dibeli karena sesudah barang atau produk dibeli dan sebelum di perjual belikan ada beberapa hal yang dilakukan dalam pengecekan persediaan barang yang ada di gudang, yaitu:

1) Cek produk baru

Yang dimaksud dari cek produk baru yaitu produk yang baru saja dibeli oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. Kegiatan ini dilakukan untuk menghitung produk dan harga modal produk yang baru saja dibeli masuk gudang hal ini dilakukan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang agar terhindar dari kerugian.

2) Cek produk lama

Kegiatan ini untuk memperhatikan harga produk lama dan jumlah produk lama agar tidak tercampur dengan produk yang baru saja dibeli oleh PT. Bowok Itab Bahgia Palembang.

c Total biaya keseluruhan

Dalam kegiatan ini PT. Bowok Itab Bahagia Palembang wajib untuk menghitung biaya keseluruhan yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan yang baru saja di lakukan, seperti biaya pembelian produk, biaya

transportasi pengiriman barang dari supplier, dan biaya-lain-lainnya. Karena kegiatan dalam cek biaya keseluruhan sangatlah perlu diperhatikan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, sebab cek biaya keseluruhan ini sangat menentukan harga jual produk tersebut.

d Penetapan harga

Berdasarkan hasil penelitian PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. dalam menetapkan Harga PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu dengan rumus:

$$\text{HPP} = \text{modal} + \text{persentase laba}$$

Contoh :

Di dalam 1 kardus masker hijab onemed terdapat 20 box masker hijab, dengan harga modal Rp.400.000,00, di tambah biaya total keseluruhan dari biaya transportasi, gaji karyawan dan biaya lainnya sebesar Rp. 150.000,00, dan keuntungan yang di inginkan yaitu 20%. Berikut ini cara menghitung harga jualnya yaitu:

$$\text{HPP} = \text{Modal} + \text{persentase laba}$$

$$\text{HPP} = (\text{Rp.400.000.00} + \text{Rp.150.000.00}) + (20\% \times \text{Modal})$$

$$\text{HPP} = (\text{Rp.550.000.00}) + (20\% \times \text{Rp.550.000.00})$$

$$\text{HPP} = (\text{Rp.550.000.00}) + (\text{Rp.110.000.00})$$

$$\text{HPP} = \text{Rp.660.000.00} / 20 \text{ Box}$$

Jadi untuk penjualan satu Box masker hijab PT. Bowok Itab Bahagia Palembang harus menjual dengan harga Rp. 33.000.00 perbox.

PT. Bowok Itab Bahagia Palembang tidak hanya menggunakan proses penetapan harga saja dalam melakukan penetapan harga, akan tetapi perusahaan juga menggunakan strategi penetapan harga agar penetapan harga lebih efektif. Strategi penetapan harga yang di gunakan yaitu:

a Strategi penetapan harga produk baru

Harga bagi sebuah produk baru harus ditetapkan secara cermat, karena berpengaruh terhadap potensi pertumbuhan dan kelangsungan hidup produk bersangkutan. Salah satu tantangan terbesar dalam penetapan harga adalah menentukan harga yang tepat untuk sebuah produk baru. Strategi penetapan harga yang relevan bagi produk baru yang relevan ada dua macam, yaitu *skimming pricing* dan *penetration pricing*.⁵³

Dalam hal ini PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menggunakan *penetration pricing* untuk penetapan harga jual produk. *Penetration pricing* yaitu perusahaan menetapkan harga yang relatif lebih murah pada produk-produk yang mereka jual.

Adapun harga yang ditawarkan oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang, yaitu:

⁵³ Fandy Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*” (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), Edisi Ke-4, h. 316.

Tabel 1.1
Daftar Harga Produk PT. Bowok Itab Bahagia
Palembang

NO	Nama Produk	Harga
1	Masker	Rp. 25.000 – 35.000
2	Kasa	Rp. 7.000
3	Hand Sanitizer	Rp. 9.000
4	Alat Suntik	Rp. 2.300
5	Sarung Tangan	Rp. 1.000
6	Tensimeter	Rp. 350.000
7	Rapid Test	Rp. 20.000
8	Kursi Roda	Rp. 1.300.000
9	Termometer	Rp. 15.000
10	Tabung oksigen	Rp. 670.000
11	Timbangan	Rp. 55.000
12	Inhaler dan nebulizer	Rp. 230.000
13	Puise oximeter	Rp. 45.000
14	Bed rumah sakit	Rp. 1.200.000 – Rp. 6.850.000
15	Alat tes gula darah	Rp. 90.000

Sumber: PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Dilihat dari table harga di atas, berdasarkan hasil dari penelitian mengenai strategi penetapan harga secara umum harga yang di tawarkan PT. Bowok Itab Bahagia Palembang cukup murah dari harga-harga yang di tawarkan oleh perusahaan lain, yang mana harga yang ditawarkan cukup rendah. Dalam strategi ini juga

perusahaan berusaha memperkenalkan produk-produk yang mereka jual dengan harga yang rendah dengan harapan akan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dengan waktu yang singkat. Hal ini senada dengan pendapat Kotler dan Keller tentang konsep produksi yaitu bahwa konsumen akan memilih produk yang tersedia dimana-mana dan murah.⁵⁴

b Strategi Fleksibilitas Harga

Strategi fleksibilitas harga terdiri dari dua macam strategi, yaitu strategi harga tunggal dan strategi penetapan harga fleksibel.⁵⁵ Dalam hal ini PT. Bowok Itab Bahagia menggunakan strategi penetapan harga fleksibel, strategi penetapan harga fleksibel merupakan strategi pembebanan harga yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda untuk produk yang kualitas yang sama.

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Bowok Itab Bahagia Palembang biasanya melakukan penetapan harga yang berbeda kepada setiap pelanggan seperti rumah sakit, klinik, apotik itu biasanya harga yang di patok berbeda karena biasanya para pembeli dari rumah sakit, klinik, apotik ataupun masyarakat biasa yang ingin membeli produk dari perusahaan melakukan tawar-menawar terhadap harga yang di patok oleh perusahaan. Dan juga perusahaan biasanya memberikan diskon harga kepada pelanggan yang membeli produk-produk yang cukup banyak.

⁵⁴ Kotler Dan Keller, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009), h. 58.

⁵⁵ *Ibid.*, h.323.

2. Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Sebagaimana kita ketahui bahwa volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya suatu penjualan dalam suatu periode tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan di hasilkan satu perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan menjadi salah satu hal terpenting yang harus dievaluasi agar suatu perusahaan tidak mengalami kerugian. Untuk meningkatkan volume penjualan tentunya harus ada strategi yang dapat menunjang. Pengetahuan tentang strategi penetapan harga sangatlah penting bagi perusahaan agar dapat meningkatkan volume penjualan dan dapat mencapai hasil yang maksimal. Sama halnya dengan PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dalam hal menjalankan strategi penetapan harga sempat terhambat dikarenakan turunnya angka covid-19 serta persaingan harga dan juga persaingan kualitas yang tinggi antar perusahaan yang menekuni bidang bisnis yang sama.

Berdasarkan penjelasan di atas PT. Bowok Itab Bahagia Palembang belum melaksanakan strategi penetapan harga yang belum semuanya efektif. Hal ini berimbas pada penurunan penjualan PT. Bowok Itab Bahagia Palembang pada beberapa bulan terakhir sebagaimana yang tertera dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.1

**Jumlah Penjualan PT. Bowok Itab Bahagia
Palembang Pada Bulan Juni-Oktober 2021**

NO	Bulan	Jumlah Penjualan (Rp)
1	Juli	Rp. 146.958.300
2	Agustus	Rp. 88.783.000
3	September	Rp.60.310.600
4	Oktober	Rp.58.025.00

Sumber:PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa penurunan mulai terjadi saat menurunnya pandemi covid-19. Pada bulan Juli-Oktober PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mulai mengalami penurunan dikarenakan menurunnya angka covid-19 yang terjadi di indonesia serta persaingan harga dan kualitas yang tinggi antar sesama perusahaan mengakibatkan kurangnya daya beli. Akan tetapi dalam hal ini PT. Bowok Itab Bahagia Palembang terus selalu berusaha bertahan dengan menjalankan strategi-strategi yang ada agar mampu bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mengalami penurunan yang disebabkan oleh persaingan harga dan kualitas antara perusahaan serta menurunnya angka covid-19 yang terjadi di indonesia. Akan tetapi masalah yang terjadi bisa saja dipecahkan jika PT. Bowok Itab Bahagia Palembang selalu mengembangkan relasi, selalu

mengevaluasi hasil dari usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan serta meningkatkan kualitas pada produk-produk yang akan di jual.

3. Faktor Penghambat Dan Pendukung Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

- a Faktor penghambat strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok itab bahagia.

Setiap usaha selalu ada pendukung dan penghambat dalam menerapkan usaha dan strategi yang dijalankan, yang mana pendukung dan penghambat ini akan mempengaruhi strategi penetapan harga. Dalam meningkatkan volume penjualan dengan strategi penetapan harga, PT. Bowok Itab Bahagia Palembang mengalami beberapa hambatan yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak cukup modal

Hambatan yang dialami oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang adalah ketika mengalami kurangnya modal yang akan digunakan untuk menjalankan usaha. Karena seornag pelaku bisnis haruslah mempunyai modal yang cukup banyak, dengan tidak adanya modal maka usaha tidak akan berjalan dengan baik.

- 2) Persaingan harga

Dalam dunia bisnis pasti terjadi persaingan, dan begitu juga yang terjadi di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang. Dalam menjalankan usahanya

juga mengalami persaingan harga dengan perusahaan lain. Dengan demikian perusahaan perlu strategi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan harga dengan perusahaan lain.

Strategi yang dipakai PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dalam menghadapi persaingan harga adalah menetapkan harga yang relatif lebih murah dari pada harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain.

3) Produk

Produk merupakan suatu barang terpenting dalam sebuah usaha. Hambatan yang di alami oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang adalah kualitas produk yang akan dijual karena produk yang dijual adalah produk dengan kualitas standar yang mengakibatkan kurangnya daya tarik terhadap konsumen.

- b Faktor pendukung strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Jika dalam sebuah perusahaan mengalami hambatan dalam strategi penetapan harga, hal tersebut dapat menghambat perusahaan dalam mencapai target penjualan. Dengan adanya hambatan tersebut setiap perusahaan pasti memiliki solusi sebahai faktor pendukung agar strategi yang di pakai tetap berjalan dengan baik dan volume penjualan tetap meningkat.

1) Harga

Dalam menghadapi hambatan yang terjadi seperti persaingan harga serta kualitas produk perusahaan memiliki cara dalam mengatasinya yaitu menetapkan harga yang relatif lebih murah. Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

2) Diskon

Perusahaan memberikan diskon atau potongan harga apabila konsumen melakukan pembelian berulang kali dan dalam jumlah yang banyak. Hal ini akan membuat konsumen merasa senang dan tertarik dalam melakukan pembelian lagi di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu, PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menggunakan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga jual produk, proses penetapan harganya yaitu mulai dari pembelian produk, persediaan, cek total keseluruhan, sampai penetapan harga. Setelah melakukan tahapan tersebut PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menggunakan dua strategi dalam strategi penetapan harga jual produk yaitu strategi penetapan harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga. Dalam strategi penetapan harga produk baru PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menggunakan *penetration pricing* dalam penetapan harga. *Penetration pricing* adalah penetapan harga jual produk yang relatif murah. Dan strategi fleksibilitas harga, yaitu dalam strategi ini PT. Bowok Itab Bahagia Palembang menetapkan harga fleksibel, yaitu pembebanan harga yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda untuk produk dengan kualitas yang sama.

Adapun yang menjadi faktor penghambat dan pendukung strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang yaitu faktor penghambatnya adalah tidak cukupnya modal, persaingan harga dan kualitas produk. Sedangkan yang menjadi faktor

pendukungnya adalah harga yang di tetapkan relatif lebih murah dan pemberian discon.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Bowok Itab Bahagia Palembang dan juga bagi peneliti selajutnya untuksebagai bahan referensi penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk PT. Bowok Itab Bahagia Palembang terus memperbaiki dan meningkatkan strategi penetapan harga yang sudah dilakukan selama ini dan tetaplah bersaing secara sehat untuk dapat memenangkan persaingan harga.
2. Terus menciptakan produk-produk yang berkualitas baik dan bagus namun dengan harga jual yang terjangkau bagi setiap konsumen. Dan selalu berinovasi dalam hal produk baru untuk dapat memenuhi semua segmen pasar.
3. Terus memperluas wilayah pemasaran
4. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa dijadikan bahan referensi dalam mengembangkan penelitiannya terutama dalam bidang strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*, airlangga university press.
- Departen Agama Republik Indonesia, 2010, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Bandung : CV Penerbit Diponegoro.
- Fahlevi, Erwinsyah Rizkan Dan RR. Siti Munawaroh. 2016. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Indocitra Niaga Jaya Banjarmasin*, Jurnal, Vol 17, No 1.
- Fatihudin, Didin Dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Keputusan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta: Deepublish.
- Ginting, Hartimbul dan Nembah. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Yrama Widya.
- Haryono, Cosmas Gatot. 2020 *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, Sukabumi: Cv Jejak.
- Hasnidar, Dkk. 2021. *Pemasaran Terpadu*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Herman. 2006. *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, Edisi 1.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler Dan Keller. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Nurmawati. 2021. *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*, Media Nusa Creative (MNC Publishing).

- Poluan, Firna, Dkk. 2019. “ *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero* ”. Jurnal Emba, Vol.7, No.3.
- Putranda, Anja. 2021. “ *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam* ”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Rahman, Sudarman Dan Sahidin. 2021. “*Penguatan Peran Warga Masyarakat Dalam Mitigasi Dan Adaptasi Menghadapi Wabah Covid-19 Di Kabupaten Kolaka*” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 2, No 1.
- Rambat dan Hamdani. 2008. *Ekonomi Manajerial*, Bandung: Remaja Rodakarya, Edisi Ke-1.
- Retnosari Dan Isadiartuti. 2006. “*Studi Efektivitas Sediaan Gel Antiseptik Tangan Ekstra Daun Siri (Piper Betle Linn.)*”, Majalah Farmasi Indonesia.
- Romansya, Iman. 2016. “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Saskia. Dkk. 2017. “*Sterility Of Gauze Paced In One And Three Layer Layer Parchment Paper*”, Jurnal Sains Medika, Vol. 8, No.1.
- Setiawan, Zakaria Ian Dan Rusdiansyah. 2016. “*Peran Bauran Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Kesehatan*” Jurnal Pilar Nusa Mandiri, Vol. XII, No. 2.

- Sudaryono. 2016. *Metodepenelitian Pendidikan*, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2004. *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.
- Syafei, Rachmat , 2000, *Fiqih Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia.
- T. Sunarno. 2001. *Ekonomi Manajerial, Aplikasi Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta: Erlangga.
- Tati urrokhmah. 2018. *strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada kayla fashion serba 35.000 purwokerto*, skripsi purwokerto, universitas institute agama islam negeri purwokerto.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *„Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV Andi Offset, Edisi ke-4.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Data Penjualan

Waktu	OPERATOR INPUT	KONOMR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENBELANJAAN / PEMBELANJAAN)	KETERANGAN
13/07/2021 10:32:00	BOVOK	0182	3250000	2500000	azahra ✓
13/07/2021 10:33:15	ITAB	0183	380000	280000	kinik mitra
13/07/2021 10:33:36	ITAB	0184	2388600	1798000	k24 pilju
13/07/2021 10:38:32	BOVOK	0185	12700000	9500000	dempo
13/07/2021 10:38:42	BOVOK	0186	975000	880000	azahra
13/07/2021 10:41:49	ITAB	0187	1195000	947500	kinik mitra
13/07/2021 10:42:53	BOVOK	0189	685000	550000	azahra
13/07/2021 10:46:43	ITAB	0190	1020000	611500	k24 pilju
13/07/2021 10:46:57	ITAB	0191	2100000	1651000	k24 pilju
13/07/2021 10:50:12	BOVOK	0182	275000	186000	azahra
13/07/2021 10:50:44	ITAB	0183	780000	495000	kinik mitra
13/07/2021 10:51:22	BOVOK	0184	7620000	5700000	dempo
13/07/2021 10:52:16	BOVOK	0187	420000	355000	azahra
13/07/2021 10:52:46	ITAB	0188	175000	164500	kinik mitra
13/07/2021 10:54:54	ITAB	0209	1800000	1089700	k24 pilju
13/07/2021 10:56:03	BOVOK	0201	1110000	975000	azahra
13/07/2021 10:56:43	BOVOK	0202	675000	425000	azahra
13/07/2021 10:57:29	ITAB	0203	255000	240000	kinik mitra
13/07/2021 11:00:01	BOVOK	0204	1740000	1500000	azahra
13/07/2021 11:02:02	BOVOK	0205	3710000	3035000	azahra ✓
13/07/2021 11:04:48	ITAB	0206	1270000	916000	k24 pilju
13/07/2021 11:11:07	BOVOK	0207	1400000	1130000	dempo
14/07/2021 16:17:16	ITAB	0208	400000	115000	kinik mitra
14/07/2021 16:18:26	BOVOK	0211	3050000	2280000	azahra
14/07/2021 16:18:52	ITAB	0212	340000	280000	k24 pilju
14/07/2021 16:20:30	ITAB	0213	228000	172000	k24 pilju
14/07/2021 16:21:53	ITAB	0216	1350000	1010000	kinik mitra
14/07/2021 16:23:21	ITAB	0188	950000	800000	mba yeni
14/07/2021 16:23:47	BOVOK	0185	140000	130000	magra
14/07/2021 16:28:21	ITAB	0196	3145000	2581000	amando
14/07/2021 16:30:59	ITAB	0196	850000	630000	burda mekka
14/07/2021 16:31:36	BOVOK	0199	1538000	990000	ude
14/07/2021 16:32:34	ITAB	0199	245000	1299000	burda mekka
14/07/2021 16:33:37	ITAB	0199	30000	223000	19 lir
14/07/2021 16:34:07	ITAB	0208	3400000	2844500	amarando
14/07/2021 16:37:14	ITAB	0210	220000	180000	mra

tanggal	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELUARAN / PEMBELIAN)	KETERANGAN
14/07/2021	18:39:02 BOWOK	0214	360000		250000 anjar
14/07/2021	18:39:42 ITAB	0216	1350000		1100000 mang dudi
17/07/2021	10:51:39 ITAB	0218	1462000		1079000 k24 plju
17/07/2021	10:52:19 ITAB	0219	480000		248000 klinik mitra
17/07/2021	10:53:43 BOWOK	0220	2483800		2062000 azzahra
17/07/2021	10:54:26 BOWOK		50000		44000 rawa jaya
17/07/2021	11:00:19 ITAB		6488000		5334000 armando
17/07/2021	11:01:51 ITAB	0221	22225000		1849000 armando
17/07/2021	11:02:25 ITAB	0222	700000		580000 mang dudi
17/07/2021	11:02:49 ITAB	0223	160000		140000 armando
24/07/2021	11:18:05 ITAB	0225	1992000		1447000 k24 plju
24/07/2021	11:19:14 BOWOK	0227	910000		730000 rto azzahra
24/07/2021	11:21:04 ITAB	0228	538000		430000 k24 plju
24/07/2021	11:21:54 BOWOK	0230	1995000		1540000 azzahra
24/07/2021	11:22:48 BOWOK	0231	500000		440000 apotek ogan
24/07/2021	11:23:37 ITAB	0232	1800000		1280000 klinik mitra
24/07/2021	11:24:37 ITAB	0233	1150000		968000 klinik mitra
24/07/2021	11:25:57 BOWOK	0238	2385000		1975000 azzahra
24/07/2021	11:27:27 ITAB	0237	138000		103000 k24 plju
24/07/2021	11:29:11 ITAB	0238	1310000		1008000 k24 plju
24/07/2021	11:30:24 ITAB	0224	805000		580000 mang dudi
24/07/2021	11:32:31 ITAB	0228	1200000		937000 armando
24/07/2021	11:34:09 BOWOK		185000		138000 nota cash
24/07/2021	11:35:19 ITAB	0225	1250000		1132000 armando
24/07/2021	11:35:50 BOWOK		1000000		750000 nota cash
24/07/2021	11:36:39 ITAB	0234	300000		234000 hamani
24/07/2021	11:40:34 ITAB	0235	3771000		3148000 armando
24/07/2021	11:42:36 ITAB	0236	1855000		1364000 armando
24/07/2021	11:43:08 BOWOK		35000		25000 nota cash
02/08/2021	14:00:40 BOWOK	0240	9000000		5839000 azzahra
02/08/2021	14:10:49 ITAB	0241	5120000		3900000 k24 plju
02/08/2021	14:12:07 BOWOK	0242	1030000		925000 ogan
02/08/2021	14:12:31 BOWOK	0243	1390000		1250000 dempo
02/08/2021	14:13:13 ITAB	0244	1500000		1100000 klinik mitra
02/08/2021	14:13:32 BOWOK	0246	1000000		55000 azzahra
02/08/2021	14:17:56 ITAB	0248	1158000		915000 k24 plju
02/08/2021	14:18:51 BOWOK	0250	2200000		1600000 dempo

Timestamp	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELUARAN / PEMBELAN)	KETERANGAN
02/08/2021 14:19:50	BOWOK	0251	1000000		850000 azahra
02/08/2021 14:21:06	BOWOK	0253	1195000		845000 azahra
02/08/2021 14:21:54	BOWOK	0255	925000		675000 azahra
02/08/2021 14:23:38	BOWOK		250000		200000 rco
02/08/2021 14:25:53	ITAB	0239	1137000		855000 armando
02/08/2021 14:26:15	ITAB		750000		590000 dev
02/08/2021 14:26:40	ITAB		30000		22000 sari
02/08/2021 14:27:22	BOWOK	0245	3000000		2500000 aleyfa
02/08/2021 14:31:02	ITAB	0247	1087000		891000 aillah
02/08/2021 14:31:46	ITAB	0248	1175000		840000 dev
02/08/2021 14:32:19	BOWOK		60000		48000 om gandon
02/08/2021 14:32:48	ITAB		320000		260000 mba nira
02/08/2021 14:33:09	ITAB	0252	775000		715000 armando
02/08/2021 14:33:32	BOWOK	0254	510000		390000 balnon

Rp146.958.300
Rp114.042.500
Rp32.915.800

14/07/2021 16:23:21 ITAB
14/07/2021 16:23:47 BOWOK
14/07/2021 16:28:21 ITAB

0188
0195

1

950000
140000
3145000



Supranto Wicaksono

July

PEMBELIAN) KETERANGAN

- 2520000 azzahra ✓
- 283000 Klinik mitra
- 1798000 K24 plaju
- 9500000 dempo
- 868000 azzahra
- 947500 Klinik mitra
- 550000 azzahra
- 611300 K24 plaju
- 1651000 K24 plaju
- 185000 azzahra
- 495000 Klinik mitra
- 5700000 dempo
- 355000 azzahra
- 164500 Klinik mitra
- 1089700 K24 plaju
- 975000 azzahra
- 425000 azzahra
- 240000 Klinik mitra
- 1500000 azzahra
- 3035000 azzahra ✓
- 916000 K24 plaju
- 11350000 dempo
- 115000 Klinik mitra
- 2260000 azzahra
- 280000 K24 plaju
- 172000 K24 pakjo
- 1010000 Klinik mitra
- 900000 mba yeni
- 130000 maggha
- 2551000 armando

Timestamp	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELUARAN / PEMBELIAN)	KETERANGAN
16/08/2021 11:20:42	BOWOK	0256	1030000	810000	azzahra
16/08/2021 11:30:21	TTAB	0258	1165000	824000	K24 pilju
16/08/2021 11:30:57	BOWOK	0260	3390000	2965000	azzahra
16/08/2021 11:31:19	BOWOK	0261	230000	170000	azzahra
16/08/2021 11:32:12	TTAB	0265	1248000	789000	K24 pilju
16/08/2021 11:33:19	BOWOK	0268	168000	132000	ogani
16/08/2021 11:34:16	BOWOK	0269	1307500	1173000	azzahra
16/08/2021 11:34:53	TTAB	0270	1775000	1263000	K24 pilju
16/08/2021 11:35:21	TTAB	0271	1400000	560000	K24 pilju
16/08/2021 11:35:42	BOWOK	0272	400000	320000	rika amalia
16/08/2021 11:36:47	BOWOK	0273	615000	495000	[1] azzahra
16/08/2021 11:37:14	TTAB	0276	194000	144000	K24 pakjo
16/08/2021 11:42:12	TTAB	0277 [2]	1328000	1064500	K24 pilju
16/08/2021 11:42:38	BOWOK	0280	2285000	1685000	azzahra
16/08/2021 11:43:19	BOWOK	0281	1250000	1100000	ogani
16/08/2021 11:44:33	BOWOK	0282	2800000	2390000	azzahra
16/08/2021 11:46:03	TTAB	0284	1040000	832000	K24 pilju
16/08/2021 11:47:15	TTAB	0285	1880000	1548000	klirik mitra
16/08/2021 11:47:38	BOWOK	0286	345000	255000	azzahra
16/08/2021 11:48:35	BOWOK	0287	810000	595000	azzahra
16/08/2021 11:49:31	BOWOK	0291	1675000	1182000	azzahra
16/08/2021 11:51:45	TTAB	0292	2655000	200000	K24 pilju
16/08/2021 12:17:52	TTAB	0257	2928000	2380000	armando
16/08/2021 12:20:39	BOWOK	0259	3600000	2450000	bahmon
16/08/2021 12:21:58	TTAB	0262	720000	522000	klia farma
16/08/2021 12:23:24	TTAB	0263	300000	217000	pribumi
16/08/2021 12:24:05	BOWOK	0263	1524000	1183000	armando farma
16/08/2021 12:26:41	TTAB	0264	648000	552000	burda medika
16/08/2021 12:29:24	TTAB	0266	50000	44000	gij spak
16/08/2021 12:29:45	TTAB	0267	175000	135000	rendel dan yuk eka
16/08/2021 12:44:28	BOWOK	0267	425000	335000	armando farma
16/08/2021 12:45:28	TTAB	0274	990000	840000	mang dudi
16/08/2021 12:46:38	TTAB	0275	1100000	950000	dr.ketw pandi
16/08/2021 12:48:44	TTAB	0278	3330000	2819000	armando farma
16/08/2021 12:49:29	TTAB	0282	150000	80000	yuk okta
16/08/2021 12:49:52	TTAB	0282	375000	262000	klia farma
16/08/2021 12:50:24	BOWOK	0288	2000000	1500000	pik huan

1

2

3

Timestamp	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGLUARAN / PEMBELIAN)	KETERANGAN
16/08/2021 12:51:03	BOWOK	0289	466000		396000 auldr klinik
16/08/2021 12:51:35	ITAB	0290	550000		396000 apt rayla
16/08/2021 12:52:11	ITAB	0293	2500000		1500000 ranio bongok
23/08/2021 13:33:56	BOWOK	0294	1620000		1380000 ezzahra
23/08/2021 13:35:24	ITAB	0295	1075000		835000 k24 pilju
23/08/2021 13:35:56	BOWOK	0296	325000		270000 rika amalia
23/08/2021 13:36:24	BOWOK	0299	650000		550000 rika amalia
23/08/2021 13:38:11	BOWOK	0300	1345000		1110000 ezzahra
23/08/2021 13:39:53	BOWOK	0301	1860000		1364000 ezzahra
23/08/2021 13:40:24	ITAB	0302	3000000		2200000 klinik mitra
23/08/2021 13:42:41	ITAB	0303	263000		195000 k24 pilju
23/08/2021 13:43:27	ITAB		850000		700000 dedi aillas
23/08/2021 13:44:17	ITAB	0297	1500000		1200000 miad bujang
23/08/2021 13:44:48	ITAB		2000000		1750000 bunda medika
23/08/2021 13:47:48	ITAB	0298	1946000		1522000 armando tema
23/08/2021 13:48:20	BOWOK		50000		44000 narnad
23/08/2021 13:48:42	ITAB		297000		240000 bunda medika
23/08/2021 13:49:06	ITAB		30000		25000 sari nasir
23/08/2021 13:49:35	ITAB	0304	385000		303000 armando
26/08/2021 12:22:29	BOWOK	0305	23095000		1565000 ezzahra
26/08/2021 12:22:57	BOWOK	0306	1280000		720000 dempo
26/08/2021 12:23:45	BOWOK	0308	330000		280000 ezzahra
26/08/2021 12:26:09	ITAB	0311	683000		433000 k24 pilju
26/08/2021 12:27:54	BOWOK	0313	1150000		943000 ezzahra
26/08/2021 12:28:42	BOWOK	0307	2100000		1650000 ogan
26/08/2021 12:29:40	ITAB	0308	1650000		1370000 bunda medika
26/08/2021 12:30:25	ITAB	0310	1225000		1115000 armando tema
26/08/2021 12:30:54	ITAB	0312	273000		252000 bunda medika
31/08/2021 12:05:52	BOWOK	0314	650000		300000 ezzahra
31/08/2021 12:07:24	BOWOK	0315	7000000		1014000 ezzahra
31/08/2021 12:08:02	BOWOK	0318	981500		4865636 dempo
31/08/2021 12:11:08	ITAB	0320	1520000		669500 k24 pilju
31/08/2021 12:11:31	BOWOK	0321	1500000		126000 ogan
31/08/2021 12:12:08	ITAB		370000		120000 dr fandi
31/08/2021 12:12:44	BOWOK	0316	1700000		320000 hegar
31/08/2021 12:13:07	BOWOK	0317	1416000		134000 zap
31/08/2021 12:13:32	ITAB	0319			1080000 armando

9

Agustus 2021

TOTAL DEBIT (PENJUALAN)
TOTAL KREDIT (PEMBELIAN)
TOTAL BERSIH KAS



Supriyanto Widiawan

Rp88.789.000
Rp67.699.636
Rp21.089.364

Timestamp	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELOMPOKAN / PEMBELAN)	KETERANGAN
21/09/2021 12:53:10	BOWOK	0348		952900	565000 azzahra
21/09/2021 12:53:29	BOWOK	0350		405000	300000 azzahra
21/09/2021 12:53:54	ITAB	0354		480000	256000 k24 pilju
21/09/2021 12:54:25	BOWOK	0355		1200000	720000 pvakarnas teman becaan
21/09/2021 12:54:45	BOWOK	0356		3675000	2979000 azzahra
21/09/2021 12:55:19	ITAB		10	75000	55000 opak yalm
21/09/2021 12:55:47	ITAB	0351	11	1000000	825000 cv hema
21/09/2021 12:56:05	BOWOK	0352		3600000	2700000 klinik suldr
21/09/2021 12:56:32	BOWOK	0353		5115000	3574000 balmon
21/09/2021 12:56:49	BOWOK	0357		175000	95000 balmon
21/09/2021 12:57:14	ITAB	0356		2857000	2388000 arnando ferma
24/09/2021 11:21:27	BOWOK	0360		1413000	1115000 azzahra
24/09/2021 11:25:57	ITAB	0360		1615000	1251300 k24 pilju
24/09/2021 11:26:08	ITAB		12	2365500	1565000 klinik mltra
24/09/2021 11:29:47	ITAB	0361		924000	791000 agus hsp
24/09/2021 11:30:54	ITAB		13	210000	163000 mba mltra meraki
24/09/2021 11:31:16	BOWOK	0359		2659000	201000 zip
27/09/2021 11:53:18	BOWOK	0363		1000000	639000 azzahra
27/09/2021 11:54:27	ITAB	0364		1140000	922700 klinik mltra
28/09/2021 12:51:38	BOWOK	0362		1525000	1295000 arnando ferma
28/09/2021 12:52:50	ITAB	0365		1615000	1215000 azzahra
28/09/2021 12:52:50	ITAB	0366		300000	201000 klinik mltra
28/09/2021 12:53:30	BOWOK	0367		1250000	760000 azzahra

Sept

T (PENDA

ALAN)
ELIAN)

Rp60.310.600
Rp45.019.630
Rp15.290.970



Supriatna Wibowo

2009001 120101 ITAB
2009002 120101 ITAB
2009003 120101 ITAB
2009004 120101 ITAB
2009005 120101 ITAB
2009006 120101 ITAB
2009007 120101 ITAB
2009008 120101 ITAB
2009009 120101 ITAB
2009010 120101 ITAB
2009011 120101 ITAB
2009012 120101 ITAB
2009013 120101 ITAB
2009014 120101 ITAB
2009015 120101 ITAB
2009016 120101 ITAB
2009017 120101 ITAB
2009018 120101 ITAB
2009019 120101 ITAB
2009020 120101 ITAB
2009021 120101 ITAB
2009022 120101 ITAB
2009023 120101 ITAB
2009024 120101 ITAB
2009025 120101 ITAB
2009026 120101 ITAB
2009027 120101 ITAB
2009028 120101 ITAB
2009029 120101 ITAB
2009030 120101 ITAB
2009031 120101 ITAB
2009032 120101 ITAB
2009033 120101 ITAB
2009034 120101 ITAB
2009035 120101 ITAB
2009036 120101 ITAB
2009037 120101 ITAB
2009038 120101 ITAB
2009039 120101 ITAB
2009040 120101 ITAB
2009041 120101 ITAB
2009042 120101 ITAB
2009043 120101 ITAB
2009044 120101 ITAB
2009045 120101 ITAB
2009046 120101 ITAB
2009047 120101 ITAB
2009048 120101 ITAB
2009049 120101 ITAB
2009050 120101 ITAB
2009051 120101 ITAB
2009052 120101 ITAB
2009053 120101 ITAB
2009054 120101 ITAB
2009055 120101 ITAB
2009056 120101 ITAB
2009057 120101 ITAB
2009058 120101 ITAB
2009059 120101 ITAB
2009060 120101 ITAB
2009061 120101 ITAB
2009062 120101 ITAB
2009063 120101 ITAB
2009064 120101 ITAB
2009065 120101 ITAB
2009066 120101 ITAB
2009067 120101 ITAB
2009068 120101 ITAB
2009069 120101 ITAB
2009070 120101 ITAB
2009071 120101 ITAB
2009072 120101 ITAB
2009073 120101 ITAB
2009074 120101 ITAB
2009075 120101 ITAB
2009076 120101 ITAB
2009077 120101 ITAB
2009078 120101 ITAB
2009079 120101 ITAB
2009080 120101 ITAB
2009081 120101 ITAB
2009082 120101 ITAB
2009083 120101 ITAB
2009084 120101 ITAB
2009085 120101 ITAB
2009086 120101 ITAB
2009087 120101 ITAB
2009088 120101 ITAB
2009089 120101 ITAB
2009090 120101 ITAB
2009091 120101 ITAB
2009092 120101 ITAB
2009093 120101 ITAB
2009094 120101 ITAB
2009095 120101 ITAB
2009096 120101 ITAB
2009097 120101 ITAB
2009098 120101 ITAB
2009099 120101 ITAB
2009100 120101 ITAB

Timestamp	OPERATOR INPUT	NOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELUARAN / PEMBELAN)	KETERANGAN
12/10/2021 12:29:21	ITAB	0386	816000		
12/10/2021 12:29:43	BOWOK	0388	1870000	565000	k24 pilju
12/10/2021 12:30:13	BOWOK	0371	1300000	1615000	azzahra
12/10/2021 12:30:34	ITAB	0372	768000	400000	azzahra
12/10/2021 12:31:05	ITAB	0375	150000	614000	k24 pilju
12/10/2021 12:31:28	BOWOK	0376	150000	100000	klirik mitra
12/10/2021 12:31:51	ITAB	0377	1915000	1575000	azzahra
12/10/2021 12:34:49	BOWOK	0380	988500	796000	azzahra
12/10/2021 12:37:03	BOWOK	0381	2280000	1774000	k24 pilju
12/10/2021 12:38:29	ITAB	0385	2980000	2072500	azzahra
12/10/2021 12:38:14	ITAB	0386	571500	415000	k24 pilju
12/10/2021 12:38:52	ITAB	0370	1000000	815000	puakenma tamani becaaan
12/10/2021 12:40:11	BOWOK	0370	800000	720000	cv hema
12/10/2021 12:40:38	ITAB	0373	50000	44000	sari 19
12/10/2021 12:41:05	ITAB	0374	2800000	2100000	bunda medika
12/10/2021 12:41:28	BOWOK	0374	2370000	2082000	armando
12/10/2021 12:41:46	BOWOK	0379	350000	313000	pak mamad
12/10/2021 12:42:47	BOWOK	0379	178000	141000	klirik sako
12/10/2021 12:43:46	BOWOK	0379	428000	334000	aulfar
12/10/2021 12:44:08	ITAB	0382	45000	27000	mela
12/10/2021 12:44:31	ITAB	0383	1330000	980000	eura nliga
12/10/2021 12:45:03	BOWOK	0384	5000000	3900000	bunda medika
12/10/2021 12:49:22	ITAB	0387	105000	66000	zsp
18/10/2021 12:50:37	ITAB	0387	3438000	2730000	ermendo
18/10/2021 12:50:58	BOWOK	0391	861000	536000	k24 pilju
18/10/2021 12:51:17	BOWOK	0382	935000	813000	azzahra
18/10/2021 12:51:40	ITAB	0383	760000	500000	azzahra
18/10/2021 12:52:07	BOWOK	0384	966500	687000	k24 pilju
18/10/2021 12:52:37	ITAB	0388	500000	320000	azzahra
18/10/2021 12:53:01	ITAB	0389	138000	93000	kna tema
18/10/2021 12:53:28	BOWOK	0389	2860000	2000000	armando tema
18/10/2021 12:53:52	BOWOK	0396	200000	130000	pek husni ngantuk
22/10/2021 11:13:35	BOWOK	0398	455000	404000	pek husni ngantuk
22/10/2021 11:14:02	BOWOK	0398	270000	243000	azzahra
22/10/2021 11:15:32	ITAB	0399	1300000	400000	azzahra
22/10/2021 11:17:18	BOWOK	0400	572500	398000	k24 pilju
22/10/2021 11:18:25	BOWOK	0395	2829000	2249000	azzahra
			259000	209000	klirik aulfar

Time stamp	OPERATOR INPUT	KOMOR FAKTUR	DEBIT (PENDAPATAN PENJUALAN)	KREDIT (PENGELUARAN / PEMBELIAN)	KETERANGAN
22/10/2021 11:18:48	BOWOK	0397		100000	
22/10/2021 11:20:28	TTAB	0401		634500	480000 ulami sako
22/10/2021 11:20:55	TTAB	0402		400000	330000 amando
27/10/2021 11:06:11	TTAB	0403		434500	324000 dw henderson
27/10/2021 11:06:28	BOWOK	0404		2389500	1603000 k24 pihju
27/10/2021 11:12:36	TTAB	0405		5294000	4313000 ezzahra
27/10/2021 11:13:06	TTAB	0406		325000	245000 zarp
29/10/2021 11:36:08	BOWOK	0407	6	338000	304000 yuh aka dev
29/10/2021 11:37:57	TTAB	0408		1640000	1030000 ezzahra
29/10/2021 11:38:17	TTAB	0409		341000	263000 k24 pihju
30/10/2021 10:46:50	BOWOK	0410	7	720000	490000 klinik mitra
30/10/2021 10:49:21	TTAB	0411		298000	228000 akqani herfina
				550000	450000 klinik sulfar
				570000	490000 cv herina

Oktobra 2021

TOTAL DEBIT (PENJUALAN)
TOTAL KREDIT (PEMBELIAN)
TOTAL BERSIH KAS

Rp:58.025.000
Rp43.314.400
Rp14.710.600



Sufaris Wismoro

18/10/2021 12:52:07	BOWOK	0384
18/10/2021 12:52:37	ITAB	0388
18/10/2021 12:53:01	ITAB	0389
18/10/2021 12:53:28	BOWOK	
18/10/2021 12:53:52	BOWOK	
22/10/2021 11:13:38	BOWOK	0396
22/10/2021 11:14:02	BOWOK	0398
22/10/2021 11:15:32	ITAB	0399
22/10/2021 11:17:19	BOWOK	0400
22/10/2021 11:18:25	BOWOK	0395

966500	500000	
138000	138000	
2860000	2860000	
200000	200000	4
455000	455000	5
270000	270000	
1300000	1300000	
572500	572500	
2829000	2829000	
259000	259000	







PEMBELIAN) KETERANGAN







- 595000 k24 plaju
- 1815000 azzahra
- 400000 azzahra
- 614000 k24 plaju
- 100000 klinik mitra
- 1575000 azzahra
- 790000 k24 plaju
- 1774000 azzahra
- 2072500 azzahra
- 415000 k24 plaju
- 615000 puskesmas taman bencana
- 720000 cv henna
- 440000 sari 19
- 2100000 bunda medika
- 2092000 armando
- 3130000 paik mernad
- 141000 klinik sako
- 334000 aulfer
- 270000 mita
- 980000 eura niaga
- 3600000 bunda medika
- 66000 zap
- 2730000 armando
- 538000 k24 plaju
- 813000 azzahra
- 500000 azzahra
- 897000 k24 plaju
- 320000 azzahra
- 930000 knia farma
- 2000000 armando farma
- 1300000 paik husni ngantuk
- 404000 paik husni ngantuk
- 243000 azzahra
- 400000 azzahra
- 396000 k24 plaju
- 2249000 azzahra
- 2090000 klinik aulfer

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Melvia Anggraini
 Nim : 1820504032
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

Dosen Pembimbing I : Dr. Kusnadi, MA.

No	Tanggal	Topik	Catatan pembimbing	Paraf
1	01/2022 /02	Skripsi Bab I	1. Perbaiki kesalahan EYD, 2. perbaiki sistematika penulisan, 3. perbaiki footnote 8, 4. pembahasan di bab I tidak ada narasinya?	
2	11/2022 /02	Revisi bab I	ACC, lanjut bab berikutnya	
3	01/2022 /03	Skripsi bab II	Tinjauan pustaka: hasil penelitiannya harus di deskripsikan dengan jelas. dan landasanteori: referensinya masih perlu ditambah	
4	09/2022 /03	Revisi bab II	Acc, lanjut bab berikutnya	
5	14/2022 /03	Skripsi bab III	Jelaskan penelitiannya apa, metode penelitiannya apa tidak perlukan lagi di perjelas, deskripsikan yang menjadi data primer di penelitian ini. perbaiki footnote	
6	20/2022 /03	Revisi Bab III	ACC, lanjut Babberikutnya	

7	30/2022 03	Instrumen penelitian	Perbaiki beberapa pertanyaan yang ada di instrumen	
8	05/2022 04	Revisi instrumen	ACC, lanjut bab berikutnya	
9	24/2022 05	Skripsi bab Iv	Perbaiki teknik pengutipan, dan footnote, 2,4,6,7,9	
10	30/2022 05	Revisi bab IV	Acc, lanjut bab berikutnya	
11	24/2022 06	Skripsi bab V dan Abstrak	Kata kesimpulan di hapus saja, rumusan masalah di penelitian ini hanya 1 maka kesimpulannya 1	
12.	27/6-2022	Revisi Bab V dan Abstrak	ACC Seluruhnya lanjut urutan uraian Skripsi	

**FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG**



Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MELVIA ANGGRAINI
NIM : 1820504032
Judul : Strategi penetapan harga jual produk dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang
Dosen Pembimbing : HIDAYAT HT S.Ag

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2022-02-13 19:23:35	Skripsi BAB I	Acc, silakan lanjut Bab berikutnya. moga sukses dan berkah.
2	2022-02-25 17:51:29	Skripsi BAB II	Acc, silakan lanjut Bab berikutnya. moga sukses dan berkah.
3	2022-03-14 12:11:09	Skripsi BAB III	Acc Bab ini. Selanjutnya buat dan kirim terlebih dulu IPD. Pastikan daftar pertanyaan mampu melahirkan jawaban dan menganalisis persoalan. Pertimbangkan dengan matang pemilihan informan sesuai dengan kapasitas masing-masing. Semangat moga sukses dan berkah
4	2022-03-30 08:28:55	Instrumen penelitian	Pada prinsipnya saya Acc IPD, hanya saja pastikan itu menjawab rumusan masalah dan informan yang tepat. Silakan lanjut mengumpulkan data lapangan, sebelumnya minta surat izin resmi penelitian dari fakultas. Moga lancar dan berkah.
5	2022-05-30 18:57:01	Skripsi BAB IV	Sudah cukup baik namun ada beberapa catatan: 1. Dalam pemaparan pembahasan tidak hanya menguraikan hasil wawancara, namun bagaimana analisis saudara dan dikuatkan dengan sumber pustaka atau landasan2 teori yang anda kemukakan pada bab sebelumnya. 2. Sebaiknya ada sub pembahasan faktor pendukung penghambat dan kuatkan analisisnya?, apa solusi yang dilakukan, 3. Untuk up load berikutnya sertakan langsung bab V/kesimpulan dan abstrak, agar kelihatan nyambung gak dengan rumusan masalah. Selanjutnya akan dilanjutkan bimbingan full bab secara off line di ruang dosen. mg sukses dan berkah.
6	2022-06-21 16:24:00	Skripsi BAB IV (revisi), BAB V, dan abstrak	Silakan bimbingan akhir full bab dan skripsi secara utuh. kata pengantar, daftar pustaka, lampiran foto2 penelitian dan lampiran lainnya serta daftar konsultasi bimbingan on line. Bimbingan dilakukan secara off line untuk di Acc segera di munaqasyahkan. Silakan buat dan bawa lembaran nota pembimbing untuk ditanda tangani asli pemb 1 dan II sebagai persetujuan ujian Kompre dan munaqasyah. Demikian moga sukses dan berkah.

7. 7 Juli 2022 Acc Full bab untuk dimunaqasyahkan
Moga Sukses dan Berkah

SURAT PERNYATAAN HASIL TES PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melvia Anggraini

NIM : 1820504032

Fak/Prod : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan telah melaksanakan cek plagiat dengan aplikasi turnitin dengan hasil 20%, serta file skripsi yang dikirim untuk proses cek plagiat tidak ada unsur manipulasi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Mengetahui,



Emi Puspita Dewi, M.Si
NIDN. 2020078803

Yang Membuat Pernyataan,



Melvia Anggraini
NIM. 1820504032

INSTRUMEN PENELITIAN

JUDUL SKRIPSI :

Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Pt
Bowok Itab Bahagia Palembang

DATA PENELITI :

Nama : Melvia Angraini
NIM : 1820504032
Jurusan : Manajemen Dakwah
Pembimbing I : Dr. Kusnadi, MA
Pembimbing II : Hidayat, S.Ag, M.Hum

Wawancara 1 (Umum)

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT Bowok Itab Bahagia Palembang?
2. Apa visi dan misi PT Bowok Itab Bahagia Palembang?
3. Apa tujuan didirikannya PT Bowok Itab Bahagia Palembang?
4. Bagaimana struktur organisasi PT Bowok Itab Bahagia Palembang?
5. Apa saja produk yang di jual oleh PT Bowok Itab Bahagia Palembang?
6. Bagaimana cara perusahaan dalam menentukan produk yang akan dijual?

Wawancara 2 (Penetapan Harga)

1. Bagaimana proses penetapan harga yang diterapkan oleh perusahaan?
2. Menurut anda apakah harga yang ditetapkan oleh perusahaan sudah mengikuti pasar?
3. Seberapa efektif penetapan harga yang sudah di lakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan?
4. Pasar mana yang menjadi target perusahaan?
5. Bagaimana harga yang di tawarkan oleh perusahaan agar harga mudah dijangkau oleh konsumen?
6. Bagaimana harga yang ditawarkan oleh PT Bowok Itab Bahagia Palembang agar lebih kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain?
7. Bagaimana harga yang ditetapkan oleh perusahaan agar tidak memberatkan konsumen?

Wawancara 3 (strategi penetapan harga)

1. Strategi penetapan harga produk baru
 - a. Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan oleh perusahaan untuk produk-produk yang ditawarkan?
 - b. Bagaimana hasil dari strategi penetapan harga tersebut?
 - c. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan pada produk baru?

- d Apakah perusahaan menetapkan harga awal yang mahal pada produk baru?
 - e Apakah perusahaan menetapkan harga awal yang relatif lebih murah pada produk baru?
 - f Seberapa efektif strategi penetapan harga yang sudah dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan?
 - g Apakah perusahaan menetapkan harga lebih murah atau sebaliknya dari pada harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain?
2. Strategi fleksibilitas harga
- a Apakah perusahaan menetapkan harga tunggal untuk setiap produk?
 - b Apakah perusahaan membebankan harga yang sama kesetiap pelanggan?
 - c Apakah perusahaan membebankan harga yang berbeda kesetiap pelanggan dengan kualitas dan kuantitas yang sama?
 - d Bagaimana perusahaan dalam menetapkan diskon untuk para pelanggan?



PT. BOWOK ITAB BAHAGIA PALEMBANG

Jl. Pangeran Marto No. 123A, Kelurahan 19 Ilir,
Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang,
Sumatra Selatan
Telpon: 0822-7985-3431

SURAT IZIN PENELITIAN

NOMOR:

Palembang, 13 April 2022

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, nomor: B. 678/Un.09/V.1/PP.00.9/04/2022, tanggal: 12 April 2022, perihal: permohonan izin penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin kepada:

Nama : Melvia Anggraini
Nim : 1820504032
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Universitas : Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Untuk melaksanakan penelitian di PT. Bowok itab Bahagia Palembang guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul: **“Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang”**. Lama penelitian mulai dari tanggal 13 April s.d 11 Mei 2022.

Demikian surat izin ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Direktur utama
PT. Bowok Itab Bahagia Palembang


Suprpto Wibowo



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Nomor : B. 678/Un.09/V.1/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

12 April 2022

Kepada Yth.
Pimpinan PT. Bowok Itab Bahagia
Jl. Pangeran Marto No. 123 Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka menyelesaikan penulisan karya ilmiah berupa skripsi/makalah mahasiswa kami;

Nama : Melvia Anggraini
Smt / Tahun : VIII/2021-2022
NIM / Jurusan : 1820504032 / Manajemen Dakwah
Alamat : Desa Raja Kec. Tanah Abang Kab. PALI
Waktu Penelitian : 12 April s.d 11 Mei 2022
Judul : *Strategi Penetapan Harga Jual Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang*

Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu semoga berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian di lingkup wilayah kerja Bapak/Ibu, sehingga memperoleh bahan-bahan yang dibutuhkan, untuk kemudian digunakan dalam penyusunan tugas mata kuliah tersebut. Semua bahan dan keterangan yang diperoleh akan digunakan semata-mata untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan tidak akan dipublikasikan untuk umum.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag., MA.
NIP. 197311102000031003

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 37 TAHUN 2022

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang** :
1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
 2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat** :
1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
 2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
 3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
 4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
 5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
 6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

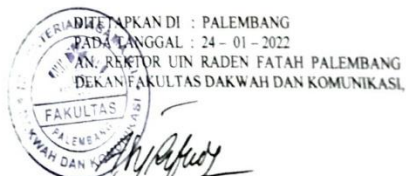
MENETAPKAN

Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr.Kusnadi, MA NIP : 19710819 200003 1 002
2. Hidayat, S.Ag.,M.Hum NIP : 19700116 199603 1 002

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : MELVIA ANGGRAINI
NIM/Jurusan : 1820504032/ MD
Semester/Tahun : VIII / 2021 – 2022
Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Bowok Itab Bahagia Palembang.

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 24 bulan Juni Tahun 2022.
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.



Achmad Syarifudin

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik / MD / PMI Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang
3. Mahasiswa yang bersangkutan.

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Melvia Anggraini
NIM : 1820504032
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan
Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang

NO	DAFTAR PERBAIKAN
1.	Di tambahkan unsur islam atau perspektif islam
2.	Tambahkan HPP (penetapan harga jual menggunakan rumus HPP)
3.	Jumlah produk
4.	Jumlah volume penjualan dalam bentuk unit

Palembang, 05 September 2022



Melvia Anggraini
NIM.1820504032

PENGUJI I,



Komaruddin, S.Ag., M.Si.
NIP. 196910061997031001

PENGUJI II,



Hasril Atieq pohan, MM
NIP. 198805052019031020

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Hal: Permohonan Penjilidan Skripsi

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah di-
Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh maka, kami berpendapat bahwa skripsi saudara

Nama : Melvia Angraini

Nim :1820504032

Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Bowok Itab Bahagia Palembang.

Sudah dapat diajukan dalam penjilidan skripsi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Demikian, Terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Palembang, 05 September 2022

PENGUJI I,



Komaruddin, S.Ag., M.Si.

NIP. 196910061997031001

PENGUJI II,



Hasril Atieq pohan, MM

NIP. 198805052019031020

2. Produk-Produk Yang Di Jual PT. Bowok Itab Bahagia Palembang



3. Kantor PT. Bowok Itab Bahagia Palembang



4. Wawancara 1 Bersama Direktur Utama



5. Wawancara 2 Bersama Wakil Direktur



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Melvia Anggraini
 Tempat dan Tanggal Lahir : Raja, 05 Mei 2000
 NIM : 1820504032
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 No. HP : 082372475925
 E-mail : melviaagr5@gmail.com
 Status Pernikahan : Belum Menikah
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Dusun II, Desa Raja, Kecamatan Tanah Abang, Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir, Provinsi Sumatera Selatan

B. Nama Orang Tua dan Pekerjaannya

1. Ayah : Yuyun Bastian (Tani)
 2. Ibu : Yusni Aprianti (Tani)

D. Saudara Kandung

1. Kakak : Agus Tiawan
 2. Adik : Randa Wijaya

E. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 05 Tanah Abang, Lulus Tahun 2012
2. MTS YPNH Tanah Abang, Lulus Tahun 2015
3. SMA Negeri 01 Tanah Abang, Lulus Tahun 2018
4. Universitas Islam Negeri Raden Fatah

Palembang, 2021

Melvia Anggraini
1820504032