

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada pembahasan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan usaha genteng Amitkalitemu dapat dilihat dari segi harga, produk, promosi, dan saluran distribusi, serta mutu dan kualitas yang diterapkan oleh usaha Amitkalitemu. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler (2013) dalam buku Hakim. Simanjuntak bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan berupa harga, produk, promosi, distribusi, dan mutu. Adapun faktor-faktor yang diterapkan oleh usaha Amitkalitemu sebagai berikut:

1) Harga

Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis penetapan harga jual pada usaha genteng Amitkalitemu didasarkan pada jenis genteng yang dijual semakin bagus jenis genteng yang di produksi maka semakin tinggi harga penjualannya dan di sesuaikan juga dengan biaya selama produksi,

penyesuaian harga pesaing dan harga pasar serta biaya transportasi untuk pengiriman.

2) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di perhatikan, di pakai, di miliki, atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Kualitas produk tentu sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu usaha, produk sangat mempengaruhi volume penjualan dilihat dari yang diterapkan pada usaha genteng Amitkalitemu yaitu dengan menyediakan variasi atau jenis produk yang beragam, memilih bahan yang berkualitas dengan memperhatikan dan menjaga kualitas produk yang bagus serta memberikan berbagai pelayanan kepada konsumen.

3) Promosi (*promotion*)

Promosi yaitu strategi perusahaan untuk menarik minat konsumen dengan cara memberikan informasi terkait produk dengan begitu usaha dapat membantu penjualan tetap stabil dan dapat meningkatkan keuntungan. Strategi promosi yang dilakukan oleh usaha genteng Amitkalitemu dapat mempengaruhi Volume penjualan pada usahanya yaitu dengan menggunakan promosi melalui mulut ke mulut (word of mouth) antar konsumen sehingga promosi yang digunakan hanya menggunakan dari mulut ke mulut yang disarankan oleh pelanggan sebelumnya, dengan cara ini dapat meningkatkan rasa puas dan

pelanggan akan semakin percaya dengan kualitas genteng pada usaha Amitkalitemu.

4) Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting agar produk dari produsen bisa sampai ke tangan konsumen dengan efektif. Proses distribusi yang diterapkan oleh usaha genteng Amitkalitemu berpengaruh terhadap volume penjualan yaitu yaitu dengan menyediakan jasa angkutan yang disewa. Selain itu usaha genteng Amitkalitemu jangkauan pasar usaha genteng ini masih berada di wilayah Kabupaten Lombok Timur diantaranya dikecamatan Terara, Sikur, Selong, dan Masbagik serta diseluruh wilayah yang ada di Lombok Timur.

5) Mutu dan kualitas

Mutu dan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain.

Kualitas produk tentu sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu usaha. Semakin bagus kualitas produk yang dijual semakin besar pula peningkatan penjualan yang di dapat oleh perusahaan. Kualitas genteng yang dipasarkan oleh usaha Amitkalitemu sesuai dengan

kualitas genteng pada umumnya yaitu dengan menggunakan tanah liat yang berkualitas bagus baik dari segi warna dan bentuknya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator harga, produk, promosi, distribusi, serta indikator mutu yang diterapkan oleh usaha genteng Amitkalitemu dapat mempengaruhi peningkatan penjualan atau volume usaha. Namun indikator yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan usaha genteng Amitkalitemu adalah harga dan kualitas yang diterapkan usaha tersebut. Selain itu, kelemahan usaha genteng Amitkalitemu adalah tidak terdaftar pada dinas terkait dikarenakan proses pendaftaran yang sangat rumit dan membutuhkan respon jangka panjang, sehingga tidak terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Dinas Koperasi manapun untuk mengetahui data penjualan pertahunnya, dikarenakan begitu rumit proses pendaftaran dan persyaratan yang harus diurus lama sehingga usaha ini murni turun-temurun tanpa ada keterkaitan pada Dinas manapun.

5.2 Saran

- 1) Bagi usaha genteng Amitkalitemu diharapkan dapat memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran dan penjualan dimasa sekarang agar dapat meningkatkan penjualan dan usaha Amitkalitemu bisa dikenal oleh orang luar.
- 2) Bagi usaha genteng Amitkalitemu diharapkan dapat mendaftarkan usahanya di Dinas terkait agar ke depannya usaha ini dapat memperoleh bantuan

sarana dan prasarana untuk mengembangkan usaha genteng Amitkalitemu kedepannya

- 3) Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya atau digunakan untuk penelitian tambahan yang berkaitan dengan masalah yang sama untuk meningkatkan kinerja penelitian penulis.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina,Ayu, Sunrowiyati,Siti 2016 “*Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar*” Melalui <https://search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210US91215G0&p=Ayu+Agustina+dan+Siti+Sunrowiyati+2016+Analisis+Faktor+Kualitas+Produk+dan+Harga+guna+Meningkatkan+Volume+Penjualan+pada+Usaha+Genteng+UD+Super+Blitar> (17/11/2021)
- Bakce, djami,2008. *Meningkatkan peranan usaha kecil dan menengah melalui rekontruksi strategi industri. dalam jurnal kajian politik dan masalah pembangunan*,4(1):h:233-266
- Bagaskara, C., Karismawan, P., & Firmansyah, F. (2021). Pola Konsentrasi Spasial Industri Kecil Menengah Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Ganec Swara*, 15(1), 858-867.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama AnggotaIkapi.Melalui <https://www.google.com/search?q=Danang%2C+Sunyoto.+2013.+Metodologi+Penelitian+Akuntansi.+Bandung%3A+PT+Refika+Aditama+Anggota+Ikapi.&oq=Danang%2C+Sunyoto.+2013.+Metodologi+Penelitian+Akuntansi.+Bandung%3A+PT+Refika+Aditama+Anggota+Ikapi.&aqs=chrome..69i57.490j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8> (16/11/2021)
- Danang Sunyoto. (2013) *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.Ericson Damanik. (2013).
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Lombok Timur Tahun 2019-2021
- Erose perwitasagi putra 2010. *Pengaruh modal, tenaga kerja dan bahan baku terhadap keuntungan pengusaha batik laweyan Surakarta*.melalui <https://eprints.uns.ac.id/8663/> (16/11/2021)
- Fiftianingrum, Dwi 2021 “*Strategi pemasaran dalam meningkatkan Volume penjualan. (Studi kasus pada usaha genteng hasil karya desa baruharjo, kecamatan durenan, kabupaten trenggalek)*”Melalui <https://search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210US91215G0&p=Dwi+Fiftianingrum+2021+Strategi+pemasaran+dalam+meningkatkan+Volume+p>

[enjualan.+\(Studi+kasus+pada+usaha+genteng+hasil+karya+desa+baruharjo%2C+kecamatan+durenan%2C+kabupaten+trennggalek\)](#) (17/11/2021)

- Freddy Rangkuti. (2009). Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus
- Hakim Simanjuntak. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan. (http://pubon.blogspot.com/2013/02/faktor-factoryang_mempengaruhivolume.html)
- Irwan Sahaja.(2014). Pengertian penjualan.<http://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/pengertian-penjualan.html>, diakses 15 november 2021
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th Edition/ International
- Lexy J. Moleong. 1990. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Menggunakan SPSS. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putro, P. (2013). Kontribusi Pengrajin Industri Kecil Tahu Dalam Peningkatan Kehidupan Sosial Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Masyarakat Desa Madegondo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo). *Sosialitas; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 3(1).
- Rangkuti. Rahmi. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan Studi pada UD. Mula Rotan Petisah Kota Medan*. Skripsi. Tidak Diterbitkan.Universitas Sumatera Utara : Medan, Melalui <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/5276> (16/11/2021)
- Rudianto (2009). *Pengantar akuntansi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sandi, I Made.1985. *Republik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Puri Margasari.
- Sari, Nur Laina. 2019. *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya SaingUsaha Kecil dan Menengah pada Usaha Keripik Nugraha Food Tulungagung*.

- Skripsi. Tidak Diterbitkan. IAIN Tulungagung : Tulungagung. Melalui <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11033/> (16/11/2021)
- Soebagyo, Joko. 1997. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Soebroto, Thomas. 1979. Pengantar Teknik Berusaha. Semarang: EFFAR Co. I.td
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha, Basu, 2006. *Azaz-azaz marketing*, Liberty. Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. 1999. Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat, melalui <https://www.kajianpustaka.com/2013/01/teori-industri.html> (17/11/2021)
- Tohar.2000.*Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Supriyono R.A. 2002. Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen Untuk Teknologi Maju dan Globalisasi. 2002. Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sari,Ithika, Rifa Arief H. 2014 “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor yamaha jupiter z pada pt. Alfa scorpii pekanbaru*” melalui,Melalui <https://core.ac.uk/download/pdf/322503126.pdf> (17/11/2021)
- Siregar, M. Y., & Winita, W. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sparepart pada PT. calispo multi utama Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 3(1).
- Zevi, I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Zacoeb, A., dkk. (2013). Pemanfaatan Limbah Bottom Ash Sebagai Pengganti Semen Pada Genteng Beton Ditinjau Dari Segi Kuat Lentur dan Perembesan Air. *Jurnal Teknik Sipil* Vol.7 No.1 pp. 81-87.

LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Dengan Para Informan



Letak Keseluruhan Usaha Genteng Amitkalitemu



Contoh Jenis Genteng Pada Usaha Amitkalitemu



Alat dan bahan pembuatan genteng pada usaha Amitkalitemu