

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* meliputi beberapa metode, yaitu strategi penetrasi harga, fleksibilitas harga (terutama untuk reseller dan grosir), diskon/promosi harga, serta strategi harga berbasis biaya (*cost-based pricing*). Strategi-strategi ini disesuaikan dengan segmen pasar dan bertujuan untuk menarik pelanggan, memperluas jaringan distribusi, serta menciptakan loyalitas pelanggan. Penetapan harga menggunakan metode *full cost plus mark-up* terbukti sangat efektif bagi UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*. Metode ini memperhitungkan seluruh biaya operasional secara rinci, kemudian ditambahkan margin keuntungan tertentu. Dengan cara ini, perusahaan dapat menjaga stabilitas harga jual sekaligus memastikan bahwa seluruh biaya tertutupi dan margin keuntungan tetap tercapai.
2. Penerapan strategi penetapan harga yang efektif terbukti meningkatkan profitabilitas UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* secara signifikan. Dalam kurun waktu tiga tahun (2021–2023), laba usaha meningkat sebesar 42,93%, dari Rp 59.934.287 menjadi Rp 84.000.000. Peningkatan ini disebabkan oleh kombinasi antara margin keuntungan yang konsisten, volume penjualan yang tinggi berkat sistem harga yang menarik, serta

efisiensi dalam pengelolaan biaya. Strategi harga yang adaptif terhadap kondisi pasar dan kebutuhan konsumen juga mendorong terjadinya repeat order (pembelian ulang), memperkuat posisi usaha di tengah persaingan industri makanan hewan yang semakin ketat. Dengan demikian, strategi penetapan harga tidak hanya berperan sebagai alat pemasaran, tetapi juga menjadi kunci utama dalam pencapaian keberlanjutan dan pertumbuhan laba perusahaan.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* dan juga bagi peneliti selanjutnya untuk sebagai bahan referensi penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

1. UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* hendaknya terus menyempurnakan dan mengoptimalkan strategi penetapan harga yang telah diterapkan, serta tetap menjaga persaingan yang sehat agar mampu memenangkan kompetisi harga.
2. Selalu menghadirkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh konsumen, serta terus melakukan inovasi produk untuk menjangkau berbagai segmen pasar.
3. Terus memperluas cakupan area pemasaran agar jangkauan produk semakin luas.
4. Untuk peneliti berikutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan studi, khususnya mengenai strategi penetapan harga untuk meningkatkan profitabilitas.