Volume V, Nomor 2, Oktober 2016

ISSN 2252-5564

JURNAL MANAJEMEN

DITERBITKAN OLEH :
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)
PEMATANGSIANTAR

Jurnal Manajemen	Volume V	Nomor 2	Hal 67-197	Pematangsiantar	ISSN 2252-5564
------------------	----------	---------	------------	-----------------	----------------

ISSN 2252-5564

JURNAL MANAJEMEN

Volume V, Nomor 2, Oktober 2016

Jurnal Manajemen adalah merupakan wadah informasi bidang manajemen berupa hasil penelitian, studi kepustakaan maupun tulisan ilmiah. Terbit pertama kali tahun 2012 dengan frekwensi terbit dua kali setahun pada bulan april dan oktober

Penanggung Jawab :
Elidawaty Purba, SE.MSi
(dekan Fakultas Ekonomi-USI)
Pimpinan Redaksi :
Taufik Parinduri, SE.Msi

Editor
Ketua :
Galumbang Hutagalung, SE.MSi, PhD

Anggota Editor :
Liharman Saragih, SE.MM
Pandapotan Simatupang, SE.MM
Eva Sriwiyanti, SE.AK.Msi

Staff:
Darman Sinaga, SH

Alamat Redaksi : Program Studi Manajemen – Universitas Simalungun Jl. Sisingamangaraja Barat ,
Pematangslantar,

Telp :

E-mail : ljhar77@yahoo.com

Jurnal Manajemen Diterbitkan Oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun, Pematangslantar. Dekan : Elidawaty Purba, MSi, Ketua Jurusan: Galumbang Hutagalung, SE.MSi, PhD

JURNAL MANAJEMEN

Volume V, Nomor 2, Oktober 2016

DAFTAR ISI

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi USI Pematangsiantar..... Liharmian Saragih, SE,MM	Hal 87-98
Pemberian Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Ramayana, Tbk Cabang Pematangsiantar..... Elfina Okto Posmaida Damanik, SE, MM ✓	99-106
Strategi Penetapan Harga Jual Produk UD.Willy (Studi Pada Usaha Kecil Menengah)..... Rima Nurkaini Munte, SE., M.Si.	107-116
Pengaruh Insentif Dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Siantar Sitalasari..... Resna Napitu, SE, M.Si	117-125
Analisis Taksiran Perhitungan Tunjangan Perumahan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Dprd) Kota Pematangsiantar..... Darwin Damanik, SE, MSE	126-139
Hubungan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Hotel Horizon Pematangsiantar..... Dian Purba, M.Si	140-149
Peran Bahasa Dalam Pengembangan Budaya Literasi Untuk Mewujudkan Bangsa Yang Unggul Dalam Konteks Masyarakat Ekonomi ASEAN..... Semaria Eva Elita Girsang, M.Pd	150-161
Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Pada PT.Perkebunan Nusantara IV Kebun Bah.Birung Ulu..... Pandapotan Simatupang, SE, MM	162-172
Faktor Harga Dan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk <i>Footwear</i> Yongki Komaladi.... Toga Sehat Sihite	173-185
Pengakuan Pendapatan Dan Sisa Hasil Usaha Berdasarkan Sak Etap Tahun 2009 Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Pembangunan Panei Tongah..... Eva Sriwiyanti, SE, Ak., M.Si.	186-197

PEMBERIAN HARGA DISKON TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. RAMAYANA, TBK CABANG PEMATANGSIANTAR

Oleh:

Elfina Okto Posmaida Damanik, SE., MM

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun

Abstrak

Pemberian potongan harga (diskon) dilakukan perusahaan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal maupun internal, seperti menurunnya volume penjualan, persaingan dll. Tujuannya untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Namun di pihak lain pemberian potongan harga tersebut akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: variabel X (Independent Pemberian Harga Diskon) dan Variabel Y (Dependent Volume Penjualan). Teknik analisa Induktif yaitu dengan mengadakan perbandingan sehubungan dengan penjualan yang dilakukan dengan diskon dan tidak ada diskon yang akan menjadi dasar pengambilan keputusan di PT. Ramayana Tbk cabang Pematangsiantar. Pengaruh Pemberian Diskon kepada konsumen yang dilakukan PT. Ramayana Tbk. Cabang Pematangsiantar terbukti Positif karena program Diskon Harga berhasil menaikkan penjualan sepatu sebesar 37,3% dan program pemberian harga diskon kepada konsumen juga berpengaruh positif karena berhasil menaikkan penjualan sebesar 33,1%

Kata kunci: Harga diskon dan volume penjualan.

Latar Belakang

Perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas barang yang di produksi dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan begitu para perusahaan yang sejenis dapat bersaing ketat dalam mempertahankan dan merebut konsumen (pembeli). "Harga" merupakan salah satu dari bauran pemasaran, yang mempengaruhi posisi persaingan dan bagian dari suatu perusahaan. Salah satu dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan saat ini adalah pemberian diskon. Tujuan perusahaan dengan pemberian discount atau pun potongan harga adalah untuk memikat konsumen baru dan mengikat langganan agar tidak berpindah ke perusahaan atau toko lain nya.

Perumusan Masalah

Strategi untuk meningkatkan hasil penjualan suatu product adalah dengan mendekatkan, memperkenalkan, memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen tentang product tersebut. "Bagaimana pengaruh pemberian Diskon harga terhadap volume penjualan di PT. Ramayana, Tbk Cabang Pematangsiantar."

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh pemberian harga diskon terhadap volume penjualan pada PT. Raminyana Tbk Cabang Pematangsiantar.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Dalam dunia bisnis harga mempunyai banyak nama, sebagai contoh dalam dunia perdagangan produk disebut harga, dalam dunia perbankan disebut bunga, atau dalam bisnis jasa akuntansi, konsultan disebut fee, biaya transportasi taxi, telepon disebut tagg sedangkan dalam dunia asuransi disebut premi. menurut Swastha (2007) : "Harga adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga-lembaga non laba serta individu-individu"

Philip Kotler dan Gary Armstrong(2001) mengatakan " Harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa , lebih luas lagi Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau menggunakan jasa tersebut".

Gambar
Faktor-Faktor yang Perlu di Pertimbangkan Ketika Menetapkan Harga

Menurut Sutisna (2001) pengertian potongan harga adalah sebagai berikut : "Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu".

Kotler (2005), potongan penjualan antara lain terdiri dari :

- Diskon Tunai, yaitu penurunan harga bagi pembeli yang segera membayar tagihan.
- Diskon Kuantitas, yaitu penurunan harga bagi orang yang membeli dalam jumlah besar.

Faktor yang Menyebabkan Dilaksanakannya Potongan Harga

Menurut Bukhari Alma (2000) ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukan pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu:

1. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
2. Pembelian dalam jumlah besar.
3. Adanya perbedaan timbangan.

Penjualan

Penjualan menurut Moekijat(2000), adalah "Melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak."

Sedangkan pengertian penjualan menurut Lim Tanujaya (2004:9) adalah: "suatu konsep yang berupaya menyakinkan konsumen untuk membeli suatu

Tujuan Penjualan

Perusahaan mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Perusahaan mempunyai tujuan utama dalam penjualan antara lain :

1. Mendapatkan volume atau nilai penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Jenis-jenis Penjualan

1. Penjualan Secara Tunai.

Penjualan yang bersifat "*cash and carry*" dimana penjual setelah terdapat kesepakatan dan barang bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan Secara Kredit.

Penjualan *non-cash*, dengan tenggang waktu tertentu, rata-rata diatas satu bulan

3. Penjualan Secara Tender.

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4. Penjualan Ekspor.

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit*.

5. Penjualan Secara Konsinyasi.

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

6. Penjualan Secara Grosir.

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang antara lain menjadi perantara pabrik atau importer dengan secara eceran.

Volume Penjualan

Menurut Freddy Rangkuti (2009) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Menurut Schiffan (2005), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee). Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Volume Penjualan adalah total penjualan yang di dapat dari kotaoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu".

Hubungan Antara Potongan Harga Dengan Volume Penjualan.

Pemberian potongan harga harus dilakukan dengan tepat karena berpengaruh terhadap meningkatnya atau menurunnya volume penjualan, yang merupakan tujuan perusahaan dalam rangka memperoleh probabilitas yang optimal. Dengan demikian terdapat hubungan antara pemberian potongan harga dengan volume penjualan. Dalam hal ini kedua variabel, yaitu potongan harga (variabel independen) dan volume penjualan (variabel dependen) saling mempengaruhi.

Hipotesis

Hipotesa adalah perumusan jawaban sementara dari suatu penelitian. Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan di atas:

1. H_0 dari skripsi ini adalah bahwa pemberian diskon harga tidak berpengaruh terhadap penjualan.
2. $H_{alternatif}$ (H_1) adalah Bahwa pemberian diskon harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan di Ramayana Store cabang Pematangsiantar.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam hal ini desain penelitian yang dilakukan adalah sesuai fakta-fakta yang terjadi di lapangan atau dengan cara study kasus, Sugiyono (2010:2) menjelaskan bahwa: "Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Sumber-sumber Data

1. Penelitian Perputakaan (library Research), yaitu suatu cara untuk mendapatkan data dari sumber-sumber tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data sekunder yang berwujud teori, konsep dan lain-lain yang ada hubungan nya dengan Diskon Harga dan Volume penjualan.
2. Penelitian Lapangan (field Research), penelitian yang dilakukan dengan cara peninjauan langsung ke lokasi penelitian yaitu PT. Sepatu Bata. Tbk cabang pematang siantar

Objek dan lokasi penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada PT. Ramayana, Tbk cabang Pematangsiantar. Tepatnya pada Ramayana Tbk Pematangsiantar Jl. Sutomo Pematangsiantar.

Jenis-jenis Data

1. Data primer

Data primer adalah data-data yang diperoleh penulis langsung dari lapangan dimana penulis mengadakan langsung penelitian ke PT. Sepatu Bata. Tbk cabang Pematangsiantar. Yaitu dengan wawancara kepada kepala toko/karyawan PT. Ramayana Tbk. Cabang Pematang Siantar

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam hal ini adalah data-data yang diperoleh penulis dengan mengumpulkan dan mencatat data melalui bahan-bahan kuliah, majalah-majalah ilmiah, buku-buku dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa Induktif yaitu dengan mengadakan perbandingan sehubungan dengan penjualan yang dilakukan dengan diskon dan tidak ada diskon yang akan menjadi dasar pengambilan keputusan di PT. Ramayana Tbk cabang Pematangsiantar

Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan Y.

Devisi variabel dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Independent Pemberian Harga Diskon (X)
2. Dependent Volume Penjualan (Y)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil penjualan sebelum dan sesudah harga diskon di berlakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel (Harga Diskon = X) terhadap (volume penjualan= Y) pada PT Ramaya Tbk. Cabang Pematang Siantar.

PEMBAHASAN

PT. Ramayana Tbk Pematangsiantar cabang pematang siantar, dalam penjualan produk nya memberikan diskon harga kepada konsumen , hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan-pelanggan setia Ramayana Tbk Pematangsiantar agar tetap bertahan pada produknya.

Produk yang ada di Ramayana Tbk cabang pematang siantar tidak hanya produk luar negeri/ produk yang di produksi di pabrik luar negeri, namun ada juga produk di produksi di dalam negeri.

Berikut ini adalah hasil penjualan PT.Ramayana Tbk cabang Pematang Siantar pada saat penjualan barang dengan tanpa diskon atau harga normal selama 12 bulan pada tahun 2015.

Tabel
Perbandingan Volume Penjualan Sepatu PT Ramayana Tbk Cabang Pematang Siantar
Sebelum dan Sesudah Diberikan Harga Diskon

NO	BULAN	PENJUALAN/ Harga Normal	PENJUALAN/ Diskon Harga	PERUBAHAN PRESENTASI
1	JANUARI	1960	2416	23,3%
2	FEBRUARI	880	1288	46,4%
3	MARET	800	1015	26,9%
4	APRIL	600	935	55,9%
5	MEI	780	1001	28,4%
6	JUNI	880	1065	21,1%
7	JULI	1225	1441	17,6%
8	AGUSTUS	803	1263	57,3%
9	SEPTEMBER	800	1378	72,3%
10	OKTOBER	633	988	56,1%
11	NOVEMBER	1120	1679	49,9%
12	DESEMBER	1700	2254	32,6%
	TOTAL	12181	16723	37,3%

SUMBER : JL.SUTOMO P.SIANTAR

Gambar

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penulis memberikan kesimpulan yaitu bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pemberian diskon harga terhadap volume penjualan sepatu pada Ramayana Tbk. jalan sutomo cabang Pematangsiantar yaitu:

1. Pengaruh Pemberian Diskon kepada konsumen yang dilakukan PT. Ramayana Tbk. Cabang Pematangsiantar terbukti Positif karena program Diskon Harga berhasil menaikkan penjualan sepatu sebesar 37,3% dan program pemberian harga diskon kepada konsumen juga berpengaruh positif karena berhasil menaikkan penjualan sebesar 33,1%
2. Apabila diskon harga tidak diberikan kepada konsumen dalam menjual barang, maka volume penjualan yang tercapai selama 1 tahun pada Jl.Sutomo No.79 hanyalah sebanyak 12.181 pasang sepatu dan pada Jl.Sutomo No.132 sebanyak 14.921 pasang sepatu bata.
3. Tujuan pemberian diskon harga ini dimaksudkan untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya bahkan untuk mempertahankan pelanggan agar tidak lari kepada toko sepatu lain.
4. Apabila diskon harga diberikan kepada konsumen dalam penjualan barang/ produk bata maka volume penjualan yang tercapai sangat meningkat pesat dalam jangka waktu satu tahun di tahun 2015.

Saran

Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Ramayana Tbk. cabang pematangsiantar selalu memberikan diskon harga setiap harinya apabila memungkinkan dan lebih meningkatkan program Diskonnya.
2. Sebaiknya lebih memperluas pemberitahuan kepada masyarakat terkait dengan ada promosi-promosi tiap bulannya, atau setiap minggunya.
3. Strategi Diskon Harga agar lebih disiasati terhadap moment hari-hari besar, baik school dan hari libur lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- a) Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi.2 Bandung
- b) Basu Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- c) Freddy Rangkuti 2009. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- d) H. Indriyono Gitosudarmo. 2004. Manajemen Pemasaran Edisi 1, Yogyakarta: penerbit BPFE UGM.
- e) Henry Simamora, 2000 akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan Bisnis 1. Salemba Empat.
- f) Lim Tanujaya, 2004, *Promosi dan Penjualan*, Salemba Empat, Jakarta
- g) Mahmud Machfoedz, 2005. Pengantar pemasaran Modern. Penerbit UPP Alfabeta.
- h) Marsono dan Stigit, P. 2005. *Strategi Pemasaran Budidaya Dan Pengolahan*. Penerbit Swadaya. Jakarta. My Adenium.
- i) Philip Kotler 2005 Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2. Jakarta . penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia.
- j) Philip kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 8, Jakarta penerbit Erlangga.
- k) Saladin, Djaslim, 2003 . Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran Edisi 2 Bandung .
- l) Schiffan Stephan, (2005), *Increasing sales*. Terjemahan Eling Ratnawati, Penerbit Pustaka Bhuna Ilmu Populer Kelomok Gramedia. Jakarta
- m) Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif dan RND*. Penerbit Alfabeta Bandung
- n) Sutisna, 2001 Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Penerbit Rosda.