

# KONTRIBUSI POTONGAN HARGA TERHADAP PENJUALAN PADA LIANCO MANDIRI COORPORATE (LMC)-LIANCO GROUP TAPANULI SELATAN

Oleh:

**Rahmat S.E.,M.M.**

Dosen Program Studi Manamejen FE- UGN Padangsidempuan

## Abstract

*This study aims to determine whether there is influence of discounts on sales. The formulation of the problem in this research is whether there is any effect of price discount on sales at Lianco Mandiri Corporate (LMC) -Lianco Desa Marisi Kecamatan Angkola Timur Tapanuli Selatan.. Currently many times popping fertilizer brands with various types, benefits, design, good quality and competitive price. For companies engaged in the fertilizer industry this is a business opportunity to master market share. To face the competition, the company will do various types of pemasaran and in a company will not be separated from the consumer, but producers must also observe the consumer behavior is always changing the time, and what consumers want in the future. Tests on the effect of price discount on dolomite fertilizer sales by using simple regression formula (using SPSS 11.5) are:  $Y = a + bX + e$  That is calculated using SPSS program. 11, 5. After all data inserted into the formula based on the results of calculations done by the writer, then obtained the value of  $r$  arithmetic  $< r$  table with  $dk 30-2 = 28$  and  $t$  arithmetic  $= 0.74$  and  $t$  table  $= 2.048$ . From the results of the analysis it turns out if the price cuts up then the sales go up and if otherwise discount the price down then the value of sales also fell. Thus the hypothesis accepted the reason the value of discounts affect sales. Lianco Mandiri Corporate (LMC) - Lianco Group Desa Marisi Kecamatan Angkola Timur Tapanuli Selatan.*

**Key Words:** Potongan Harga, Penjualan, Lianco Mandiri Corporate (Lmc)-Lianco Group

## 1. PENDAHULUAN

Di zaman era globalisasi saat ini, banyak perusahaan yang sedang mengalami kemajuan dengan sangat pesat, sehingga setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Semakin pesat perkembangan teknologi, maka persaingan yang terjadi antara perusahaan akan semakin meningkat. Di samping itu, perusahaan bukan hanya sekedar bersaing dengan perusahaan lainnya, tetapi perusahaan harus bisa melihat kemajuan barang atau jasa yang saat ini di butuhkan oleh pihak konsumen. Jadi, dalam hal ini jika perusahaan memproduksi barang atau jasa yang sama dengan perusahaan lain, maka ini akan mengakibatkan barang atau jasa yang sama akan semakin banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya.

Untuk menghadapi persaingan ini maka perusahaan harus memaksa untuk bersaing pada bidang pemasaran. Pada kegiatan ini, perusahaan harus bisa memberikan kepuasan terhadap para konsumen. Sehingga perusahaan dapat menilai konsumen dan menunjang peningkatan penjualan perusahaan.

Agar tujuan perusahaan dapat meningkatkan pendapatan maka perusahaan harus mempunyai strategi - strategi yang di gunakan sebagai pedoman oleh perusahaan terutama dalam bidang pemasaran. Cara yang paling tepat dalam memasarkan dan meningkatkan pendapatan, dengan cara menetapkan harga, promosi serta saluran distribusi, terhadap barang atau jasa yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen atau pelanggan.

Dari beberapa strategi pemasaran, promosi dan kebijakan harga adalah merupakan hal terpenting, akan tetapi jika perusahaan memberikan adanya potongan harga maka ini akan merupakan hal terpenting yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran terhadap peningkatan hasil penjualan. Dengan adanya promosi, kebijakan harga dan pemotongan harga yang telah di berikan oleh perusahaan, maka diharapkan penjualan dapat meningkat. Dengan begitu perusahaan harus lebih memperhatikan pemasaran produk yang di pasarkan, sebab walaupun adanya barang atau jasa yang dipasarkan berkualitas bagus, tetapi perusahaan tidak memperhatikan harga produk yang di pasarkan, ada kemungkinan konsumen beralih ke produk yang lain.

### a. Potongan Harga

Menurut Termwiki "Potongan harga adalah suatu teknik promosi penjualan dimana seorang pembeli diberikan kembali sebagian dari harga pembelian. Umumnya, ini dikaitkan dengan pengencer mencapai target penjualan yang disepakati sebelumnya." Sedangkan Menurut Mahmud Machfoedz "Potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. *Discount* yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada artinya."

Untuk itu, **diskon** secara sederhana diartikan sebagai sebuah penawaran dari penjual/pemasok kepada pembeli dengan mengurangi harga jual jika pembayaran/transaksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Maksudnya, penjual akan mengurangi harga jualnya kepada pembeli dalam

batas waktu tertentu, bisa sebentar, bisa lama dan tidak terikat dengan pembeli.

#### b. Penjualan

Menurut Sondix “Penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan.” Sedangkan menurut Elqorni “Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

Konsep penjualan beranggapan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan tidak akan membeli cukup banyak produk organisasi, karenanya organisasi tersebut harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Tujuan pemasaran adalah menjual lebih banyak uang dan pada gilirannya menghasilkan lebih banyak laba. Konsep penjualan di praktekkan lebih agresif untuk barang-barang yang tidak di cari yaitu barang-barang yang biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli konsumen. Kebanyakan perusahaan juga mempraktekkan konsep penjualan ketika mengalami kelebihan kapasitas.

Tujuan adalah menjual apa yang mereka buat, alih-alih membuat apa yang diinginkan pasar. Namun, pemasaran yang didasarkan pada penjualan memiliki resiko yang tinggi. Pemasaran ini mengasumsikan bahwa pelanggan yang terbujuk untuk membeli suatu produk akan menyukai produk tersebut, dan jika ternyata tidak, mereka bukan hanya tidak akan mengembalikan produk tersebut atau mengeluh kepada organisasi konsumen, melainkan mungkin malah membeli lagi.

## 2. HIPOTESIS PENELITIAN

Sugiyono berpendapat bahwa Hipotesis adalah “merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara dari permasalahan yang dipaparkan lebih dahulu.

Berdasarkan teori diatas, maka penulis akan merumuskan hipotesis dari penelitian ini adalah : “Adanya Pengaruh Yang Signifikan Antara Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada Lianco Mandiri *Coorporate* (LMC)-Lianco Group Desa Marisi Kecamatan Angkola Timur Tapanuli Selatan.”

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Lianco Mandiri *Coorporate* (LMC) - Lianco Group, yang beralamat di Jl. Raya Sipirok Padangsidimpuan km 17 No. 88 Desa Marisi Kecamatan Angkola Timur Kabupaten Tapanuli Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Lianco Mandiri yang berjumlah 30 orang. Kemudian penetapan sampel penelitian ini menggunakan teknik total sampling yaitu menjadikan seluruh populasi penelitian sebagai sampel. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Selanjutnya teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan dua teknik yaitu teknik manual dan menggunakan SPSS versi 11.5.

## 4. HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Hasil Penelitian

Data – data disajikan dalam penelitian ini adalah data yang terkumpul melalui angket. Sedangkan dalam pembahasan ini yang di analisis adalah mengenai Pengaruh Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada Lianco Mandiri *Coorporate* (LMC)-Lianco Group. Berikut ini data yang ditemukan dari hasil angket yang disebarkan kepada pelanggan yaitu, untuk variabel X hasil jawaban responden diperoleh kriteria “sangat bagus” sebanyak 7 orang, “bagus” 16 orang, “cukup bagus” 7 orang. Sedangkan untuk variabel Y hasil jawaban responden diperoleh kriteria kriteria “sangat bagus” sebanyak 4 orang, “bagus” 12 orang, “cukup bagus” 14 orang,

### Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah pengajuan jawaban sementara atas masalah yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian hipotesis, penulis menggunakan rumus regresi linear sederhana, yaitu :

$$Y = a + bX + e$$

### Analisis Regresi Linear Sederhana Secara Manual

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menggunakan tabel sebagai berikut :

Tabel 1

Tabel perhitungan koefisien regresi

| No | X  | Y  | X <sup>2</sup> | Y <sup>2</sup> | X.Y  |
|----|----|----|----------------|----------------|------|
| 1  | 36 | 42 | 1296           | 1764           | 1512 |
| 2  | 40 | 44 | 1600           | 1936           | 1760 |
| 3  | 47 | 52 | 2209           | 2704           | 2444 |
| 4  | 44 | 36 | 1936           | 1296           | 1584 |
| 5  | 52 | 41 | 2704           | 1681           | 2132 |
| 6  | 44 | 36 | 1936           | 1296           | 1584 |
| 7  | 38 | 44 | 1444           | 1936           | 1672 |
| 8  | 44 | 36 | 1936           | 1296           | 1584 |

|        |      |      |       |       |       |
|--------|------|------|-------|-------|-------|
| 9      | 52   | 41   | 2704  | 1681  | 2132  |
| 10     | 49   | 43   | 2401  | 1849  | 2107  |
| 11     | 36   | 42   | 1296  | 1764  | 1512  |
| 12     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 13     | 52   | 40   | 2704  | 1600  | 2080  |
| 14     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 15     | 52   | 41   | 2704  | 1681  | 2132  |
| 16     | 38   | 42   | 1444  | 1764  | 1596  |
| 17     | 41   | 39   | 1681  | 1521  | 1599  |
| 18     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 19     | 40   | 42   | 1600  | 1764  | 1680  |
| 20     | 52   | 41   | 2704  | 1681  | 2132  |
| 21     | 47   | 52   | 2209  | 2704  | 2444  |
| 22     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 23     | 41   | 36   | 1681  | 1296  | 1476  |
| 24     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 25     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 26     | 44   | 36   | 1936  | 1296  | 1584  |
| 27     | 47   | 43   | 2209  | 1849  | 2021  |
| 28     | 52   | 45   | 2704  | 2025  | 2340  |
| 29     | 40   | 52   | 1600  | 2704  | 2080  |
| 30     | 51   | 53   | 2601  | 2809  | 2703  |
| Jumlah | 1343 | 1235 | 60855 | 51673 | 55394 |

Untuk menjawab regresi linear sederhana, penulis terlebih dahulu memperoleh data dari PT. Prospek Utama Mandiri atau bagian dari Lianco Mandiri *Coorporate* (LMC) -Lianco Group sipirok yaitu hasil angket yang telah disebarakan kepada 30 orang responden. Pada data yang penulis peroleh menampilkan hasil angket potongan harga sebagai independent variabel yang pertama (X), sedangkan penjualan pada dependen variabel kedua (Y), Penulis menampilkan hasil angket.

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 N &= 30 \\
 \sum X &= 1343 \\
 \sum Y &= 1235 \\
 \sum X^2 &= 60855 \\
 \sum Y^2 &= 51673 \\
 \sum X.Y &= 55394
 \end{aligned}$$

#### Koefisien Korelasi Parsial

Nilai koefisien korelasi parsial sangat penting untuk mengetahui kuatnya hubungan dari masing-masing variabel, katakan X (potongan harga) terhadap Y (penjualan), Berdasarkan hasil perhitungan penulis menarik kesimpulan bahwa terdapat nilai korelasi yang rendah antara potongan harga terhadap penjualan yaitu sebesar 0,137

#### Uji t (Pengujian hipotesis)

Berdasarkan perhitungan di atas  $t_{hitung} = 0,74$  sedangkan  $t_{tabel} 2,048$  dengan dk = n-2 derajat kebebasan 30-2=28. Ternyata  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,74 < 2,048$ . Secara signifikan tidak terdapat pengaruh antara potongan harga (X) terhadap penjualan (Y)

#### Uji F (secara simultan)

Untuk melihat apakah koefisien itu dapat digeneralisasikan maka harus di uji signifikannya Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} = 0,29$  nilai ini selanjutnya dikonsultasikan dengan  $F_{tabel} = 1,18$  Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  yaitu  $0,29 < 1,18$

maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga (X) terhadap penjualan (Y)

#### Koefisien Determinasi

Kemudian untuk mengetahui sejauh mana persentase dari Lianco Mandiri *Coorporate* (LMC) -Lianco Group sipirok adalah dengan menggunakan rumus Determinan yaitu:

$$D = r^2 \cdot 100\%$$

$$D = (0,137)^2 \times 100\%$$

$$D = 0,08769 \times 100\%$$

$$D = 1,8769\%$$

Dengan demikian besarnya nilai dari perhitungan diatas sebesar 1,8769 %. Yang berarti pengaruh variabel bebas (potongan harga), dengan variabel terikat (penjualan) 1,8769%

### 5. SIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Dari uraian dan analisis dalam pada uraian sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan hasil analisis dan evaluasi regresi linear sederhana adalah bahwa potongan harga (X) yang bernilai 0,15. Secara hipotesis, jika potongan harga naik maka penjualan akan meningkat. Dari nilai potongan harga (X) diatas secara signifikan pengaruh potongan harga sangat rendah atau tidak berpengaruh terhadap penjualan.
2. Nilai koefisien korelasi parsial ( $r_{xy}$ ) antara potongan harga (X) terhadap penjualan (Y) yang terlaksana adalah sebesar 0,137. Dimana hipotesisnya jika potongan harga naik maka penjualan meningkat dan pengaruh potongan harga Secara signifikan terhadap penjualan rendah.
3. Nilai pengujian secara parsial (Uji t) yaitu *Independent Variable* (X) potongan harga terhadap (Y) penjualan sebesar  $t_{hitung} 0,74 < t_{tabel} 2,048$  maka Hipotesis potongan harga (X) secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap penjualan (Y). dimana nilai  $t_{hitung} 0,74$  menunjukkan nilai lebih kecil di bandingkan dengan  $t_{tabel} 2,048$  dengan Secara signifikan hubungan antara potongan harga terhadap penjualan rendah.
4. Berdasarkan nilai pengujian secara simultan (Uji F) diperoleh ( $F_h$ ) = 0,293 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  yaitu  $0,293 < 3,32$  maka koefisien korelasi yang di uji tersebut mempunyai hubungan yang sangat rendah. Dimana hubungan antara potongan harga (X) dengan penjualan (Y) menunjukkan signifikansi sangat rendah.

#### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diberikan beberapa saran yang di harapkan dapat

berguna bagi kemajuan perusahaan sebagai berikut :

1. Seharusnya perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada konsumen agar dapat meningkatkan nilai penjualan pada perusahaan.
2. Hendaknya manager memperhatikan sistem penjualan yang dilaksanakan oleh karyawan bidang *marketing*.
3. Perusahaan juga harus mempertahankan kualitas dan mutu produk agar penjualan produk sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Macfoeds, Mahmud. 2005. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Mursid. 2010. *Manajemen Pemasara*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2010.
- [http://id.termwiki.com/ID:rebate\\_%E2%82%85](http://id.termwiki.com/ID:rebate_%E2%82%85)
- <http://sondix.blogspot.com/2013/09/pengertian-penjualan.html>
- <http://elqorni.wordpress.com/2008/05/03/konsep-pemasaran-dan-penjualan/>