

KEBIJAKAN POTONGAN HARGA DAN VOLUME PENJUALAN

DESI KRISTANTI

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiiri

Email: desikristanti@unik-kediri.co.id

ABSTRACT

Every company wants a position or position that is more profitable and can survive and earn profits accordingly. Price discount policy is a matter of interest to the consumer and can increase the sales volume. Because in the provision of a very large discount the effect on the increase of sales volume, then the company must be able to establish the right price cut policy to meet the desired sales target in maximizing corporate goals. Price discount policy is one of the driving factors to increase sales volume. This study aims to: know how the effect of discounted policy on sales volume.

From result of research can be concluded that: 1) From the calculation of correlation analysis done to produce correlation coefficient value of 0.963 which means that between the policy discount (X) with sales volume (Y) has a strong or positive relationship; 2) From the results of regression analysis obtained regression equation $Y = 213 + 5.8X$. So if the discount policy is increased by one part (1 part) then the sales volume will increase by 5.8 units. Suggestions that writers can give to the company are: The company should pay more attention to the policy of price discount, in order to increase company sales volume. This is very important because with the increase in sales volume indirectly sales results in the company also increased

Keywords: Price discount policy, and sales volume.

Pendahuluan

Pada dasarnya perusahaan berusaha untuk dapat mencapai target penjualan dalam bidang usahanya. Apalagi dalam situasi yang terjadi seperti sekarang ini, persaingan dalam dunia usaha dan semakin menurunnya daya beli masyarakat. Untuk itu perusahaan dituntut untuk semakin aktif berupaya mengembangkan usahanya dan memantau kegiatan dari persaingan produk sejenis sehingga dapat mengambil suatu inisiatif dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dalam hal harga mempunyai peranan penting untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan guna meningkatkan omset penjualan produknya, maka fungsi kebijakan harga harus benar – benar diperhatikan dengan baik dalam jangka pendek, maupun jangka panjang. Perusahaan dapat menetapkan harga jual pasar, dengan tujuan untuk mengetahui harga – harga barang yang berlaku dipasaran saat ini. Dan nantinya perusahaan tidak ragu dalam mengambil

keputusan, apabila salah dalam menentukan harga, maka hal ini dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan dan tidak jarang kekeliruan tersebut dapat menyebabkan kegagalan perusahaan.

Untuk menetapkan harga, perusahaan harus memikirkan bagaimana agar produknya dapat laku dipasaran dan menarik minat para pembeli?. Harga yang ditetapkan hendaknya tidak terlalu rendah (murah) yang dapat merugikan perusahaan, juga tidak terlalu tinggi (mahal) yang nantinya akan menyulitkan penjualan produk perusahaan. Dalam menetapkan berapa yang harus dikeluarkan berdasarkan harga yang ada sudah tentu keputusan konsumen tidak hanya pada harga, tetapi pada faktor – faktor lain seperti : model, kualitas, warna, dan sebagainya.

UD Mebel Serayu merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri furniture, yang memproduksi perabot rumah tangga berupa : sofa, almari, buffet, dipan, spring bed, boxsi dan lain – lain. Agar tujuan

suatu perusahaan tercapai, maka kebijakan harga harus benar – benar diperhatikan dan dilaksanakan pada situasi yang tepat. Sarana yang dapat digunakan perusahaan untuk memperlancar pemasaran produknya adalah kebijakan dalam memberikan potongan harga. Oleh karena itu dalam memberikan potongan harga harus hati – hati dengan pertimbangan yang matang.

Setiap perusahaan tentu menginginkan kedudukan atau posisi yang lebih menguntungkan dan bisa bertahan dan memperoleh laba yang sesuai. Untuk itu perusahaan tidak boleh menggantungkan pada cara kerja masa lampau tetapi harus bisa mengembangkan perusahaan. Keadaan ini juga berlaku pada UD Mebel Serayu yang beberapa tahun terakhir tidak bisa memenuhi target penjualan, setelah diadakan penelitian diberbagai bidang, ternyata perusahaan ini belum tepat melaksanakan kebijakan potongan harga yang mana harga tersebut secara psikologis dapat menarik minat konsumen. Apabila keadaan UD Mebel Serayu tetap dibiarkan seperti ini, maka dapat mengakibatkan penurunan laba perusahaan. Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian yang mengarah pada pokok masalah tersebut.

Metode Penelitian

Identifikasi Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebijakan potongan harga (X), variable terikat adalah volume penjualan (Y). Definisi Operasional Variabel adanya kebijakan potongan harga dalam perusahaan merupakan usaha untuk mengalihkan faktor penentu penerapan harga jual, dari faktor lingkungan pasar sebagai satu – satunya faktor penentu ke faktor penilaian manusia. Potongan Harga yang diberikan perusahaan kepada pembeli sesuai dengan yang telah ditentukan oleh seseorang atau perusahaan (Variabel X). Volume penjualan maka dapat diketahui seberapa besar hasil yang telah dijual kepada konsumen (Variabel Y).

Teknik Analisa Data penulis menggunakan dua metode, yaitu Metode Kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif adalah Metode analisis data yang

menggunakan teori – teori yang ada dan dinyatakan dalam bentuk kalimat atau uraian yang berpedoman pada pemikiran yang rasional. Metode Kuantitatif adalah Metode analisis data yang berbentuk angka – angka guna mengetahui hubungan analisis variabel yang satu dengan yang lain.

Temuan Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1 :Daftar Harga Penjualan sebelum mendapatkan Potongan dan Presentase potongan pada UD Mebel Serayu Tahun 2013 – 2017

Tahun	Jenis Barang	Harga Furniture	Besarnya Potongan Harga
2013	Sofa,almari, dipan	Rp.2.766.000.000	4%
2014	Lemari, sofa, spring bed	Rp.2.610.000.000	5%
2015	Sofa, lemari, bufet	Rp.3.636.000.000	8%
2016	Sofa, lemari, bufet, boxsi	Rp.3.996.000.000	6%
2017	Sofa, lemari, bufet	Rp.3.636.000.000	7%

Sumber Data : UD Mebel Serayu

Harga dalam tabel tahun 2013 – 2017 merupakan harga per set. Dalam penjualan furniture per set tersebut terdiri dari: sofa, almari, bufet, dipan, spring bed, boxsi sedang potongan harga tersebut diberikan jika pembelian pada tahun 2013 minimal Rp. 10.000.000,00 tahun 2014 minimal Rp. 11.000.000,00 tahun 2015 minimal Rp. 12.000.000,00 tahun 2016 minimalRp. 13.000.000,00 tahun 2017 minimal Rp. 14.000.000,00. Untuk mengetahui besar potongan harga yang diberikan perusahaan dalam kurun waktu lima tahun (2013 – 2017) dapat dilihat dalam table berikut :

Tabel 2: Besarnya Potongan Harga yang diberikan UD Mebel Serayu Tahun 2013-2017

Tahun	Harga Furniture
2013	Rp.110.640,000
2014	Rp.130.500,000
2015	Rp.290.880,000

2016	Rp.239.760.000
2017	Rp.254.520,000

Sumber Data : UD Mebel Serayu

Dari tabel 3 diketahui berapa target yang ingin dicapai oleh UD Mebel Serayu, tetapi masih belum sepenuhnya dapat diraih. Hal ini disebabkan karena terjadinya penyimpangan. Data tersebut juga bisa memudahkan penulis untuk menganalisa perhitungan – perhitungan dengan menggunakan analisis kuantitatif dapat diperoleh hasil penyimpangan dan prosentasenya.

Tabel 3 : Data Target dan Realisasi Penjualan pada UD Mebel Serayu Tahun 2013 – 2017

Tahun	Target Penjualan (Unit)	Realisasi Penjualan (Unit)	Penyimpangan	
			Unit	%
2013	243	238	5	2,1%
2014	252	239	13	5,4%
2015	263	258	5	1,9%
2016	275	247	28	11,3%
2017	302	257	45	17,5%

Sumber Data : UD Mebel Serayu

Untuk mengetahui perhitungan penyimpangan dan target penjualan dan realisasi penjualan dalam prosentase (%) adalah sebagai berikut :

$$\text{Tahun 2013} = \frac{243-238}{238} \times 100\% = 2,1\%$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{252-239}{239} \times 100\% = 5,4\%$$

$$\text{Tahun 2015} = \frac{263-258}{258} \times 100\% = 1,9\%$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{275-247}{247} \times 100\% = 11,3\%$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{302-257}{257} \times 100\% = 17,5\%$$

Dalam uraian diatas telah diketahui bahwa UD Mebel Serayu sedang mengalami persoalan, setiap masalah yang timbul pasti ada faktor – faktor yang menimbulkannya. Namun demikian kita harus bisa menemukan faktor – faktor yang mempunyai hubungan yang erat dan merupakan penyebab utama timbulnya persoalan.

Untuk mengetahui kebijakan harga dalam usaha meningkatkan volume penjualan, dalam arti seberapa kuat kebijakan potongan harga (sebagai variable x) dan seberapa besar perubahan kebijakan potongan harga dan volume penjualan, maka penulis menggunakan analisa korelasi dan regresi sehubungan dengan adanya variable bebas yang penulis amati.

Untuk mendukung alternative yang telah dikemukakan dan hipotesa yang penulis ajukan sebagai berikut : “ Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kebijakan potongan harga dan volume penjualan pada UD Mebel Serayu.

Tabel 4 : Perhitungan Hasil SPSS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.63(a)	.927	.903	2,96648

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	213,000	5,783		36,834	,000
	Pot_Harga	5,800	,938	,963	6,183	,009

Dari hasil perhitungan SPSS di atas diperoleh hasil koefisien korelatif positif (r =) sebesar 0,963 atau mendekati +1. Yang berarti antara kebijakan potongan harga (x) dengan volume penjualan (y) terdapat hubungan yang kuat. Artinya apabila kebijakan potongan harga berubah maka volume penjualan akan berubah dalam perbandingan yang proporsional. Hal ini dapat penulis simpulkan bahwa apabila kebijakan potongan harga dilaksanakan dengan tepat oleh perusahaan, maka dapat meningkatkan volume penjualan dan sebaliknya apabila kebijakan potongan harga tidak berhasil, maka akan mengakibatkan turunnya volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS di peroleh persamaan regresi tentang

pengaruh harga (X) terhadap keputusan konsumen (Y) adalah sebagai berikut :

$$Y = 213 + 5,8X$$

Dimana :

Y = Volume penjualan

X = Potongan Harga

Berdasarkan persamaan tersebut diatas maka volume penjualan pada UD Mebel Serayu setiap kenaikan (1 bagian) pada kebijakan potongan harga maka volume penjualan akan meningkat sebesar 5,8 Unit.

Untuk membuktikan hipotesa penelitian maka diadakan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis adalah suatu metode atau cara yang digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang digunakan oleh penulis terbukti benar dan dapat diterima atau sebaliknya. Untuk menguji hipotesis digunakan t-test yaitu :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = Nilai uji t

r = Koefisien antara x dan y

n = jumlah sample

- Ho : $p = 0$, yang berarti hubungan antara variable x dan y tidak signifikan
- Hi : $\neq 0$, yang berarti hubungan antara variable x dan y signifikan
- Dipilih level of significance $\alpha = 0,05$
- Kriteria pengujian

t-hitung > t-tabel : Ho ditolak dan diterima Hi

t-hitung < t-tabel : Ho diterima dan Hi ditolak

Dari table t-test dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan phi 5, dimana $df = phi - 1 = 5 - 1 = 4$ maka diperoleh t-tabel = 2,770.

Ho diterima dan Hi ditolak apabila $2,770 < t_{hitung} \leq 2,770$

Ho ditolak dan Hi diterima apabila $t_{hitung} < -2,770$ Atau $t_{hitung} > 2,770$

Kesimpulan :

$$t_{hitung} = 6,183$$

$$t_{tabel} = 2,770. ((0,05). 4)$$

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,183 > 2,770$ maka Ho ditolak dan Hi diterima.

Jadi rumusan hipotesisnya adalah :

Ada hubungan antara variable x (Potongan Harga) dan variable y (Volume Penjualan)

Hi : Ada hubungan antara potongan harga dan volume penjualan pada periode 2013-2017 (diterima)

Ho : Tidak ada hubungan antara potongan harga dan volume penjualan pada periode Tahun 2013 – 2017 (ditolak).

Simpulan

Berdasarkan evaluasi dan pembahasan yang telah peneliti lakukan pada bab – bab sebelumnya, maka pada bab ini peneliti akan menyajikan kesimpulan – kesimpulan sebagai berikut : 1) Kebijakan potongan harga ini mempunyai pengaruh yang positif atau signifikan terhadap volume penjualan. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi $r = 0,963$ yang mempunyai arti bahwa antara variable kebijakan potongan harga dengan variable volume penjualan mempunyai hubungan yang kuat dan positif. Hal ini berarti, kebijakan potongan harga dapat meningkatkan volume penjualan. Sehingga hipotesis penulis dapat dibuktikan. 2) Berdasarkan uji regresi dapat diketahui persamaan regresi sederhana yaitu : $Y = 213 + 5,8X$ yang berarti bahwa setiap kenaikan (1 bagian) pada kebijakan potongan harga, maka volume penjualan akan meningkat sebesar 5,8 Unit

Daftar Referensi

- Yulitasari, D. 2014. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Motor Sudirman. Tugas Akhir. Program Studi Akuntansi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sata. N.P. 2012. Analisis Pengaruh Potongan Harga, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember. Skripsi. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Zenti, D. N. 2012. Pengaruh Diskon Terhadap Volume Penjualan di PT Semar Kencana Sejati Kantor Distributor Tegal. Skripsi Program Sarjana Prodi Manajeme Universitas Pancasakti Tegal.

- Gollier C 2012. *Pricing the Planet's Future: The Economics of Discounting in an Uncertain World* (Princeton Univ Press, Princeton).
- Traeger, C. P. 2011. 'Discounting and confidence', CUDARE working paper 1117
- Gunawan Adisaputro. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Swasta, Basu. 2002. *Manajemen penjualan*. Yogyakarta: Liberty
- Kotler, Philip dan Gary Armsrong. 2014. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Nova Anjar. 2012. *Analisis Harga dan Produk pada penjualan*. Skripsi Universitas Semarang. Semarang
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta
- Kotler Philip dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua. Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta
- Min, K. J. 1992. *Inventory and quantity discount pricing policies under profit maximization*. *Oper. res letters* II 187-193
- Banerjee, A. 1986. *A Join economic –lot size model for purchase and vendor*. *Decision Sci* 17 292-311
- Weng, Z.K 1995 *Channel coordination and quantity discounts*. *Management Sci* 41 1509-1522
- Spring 1994, *Entrepreneurship: Theory and Practice*