

ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 0000-0000 (Printed);000-000 (Online)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

PENGARUH DISCOUNT POLICY TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

Hari Imbrani

DOI:

. STIE GEMA

hariimbrani@gmail.com

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Diterima **10 Oktober 2021**

Direvisi **05 Oktober 2021**

Diterbitkan **27 Oktober 2021**

Email Author:

hariimbrani@gmail.com

Abstract

The discount policy applied by the company will affect the level of sales, how the company applies the discount policy and how the sales level increases due to the policy and how much influence the implementation of this discount policy has on the company's sales level. This type of research is descriptive statistics with a correlational approach. The study concludes that discount policy has an effect on increasing sales at PT. Lembang Abadi Indah Bandung by 93%, the remaining 7% is influenced by factors, the magnitude of the significant influence is with a very strong relationship between the two variables, namely 0.965, the relationship is functionally with a linear regression approach, namely $Y = 1.650.267 + 13,687X$, the results of the hypothesis test state that H_0 is rejected and H_a is accepted because t count (10.335) > t table (4.473).

Keyword– Influence, Discount Policy, Sales

Abstrak

Kebijakan diskon yang diterapkan perusahaan akan berpengaruh pada tingkat penjualan, bagaimana perusahaan menerapkan kebijakan diskon serta bagaimana tingkat penjualan meningkat karena adanya kebijakan tersebut serta seberapa besar pengaruh diterapkannya kebijakan diskon ini pada tingkat penjualan perusahaan. Penelitian Jenis penelitian adalah statistik deskriptif dengan pendekatan korelasional. Penelitian menyimpulkan discount policy berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada PT.Lembang Abadi Indah Bandung sebesar 93% sisanya 7% dipengaruhi faktor, besarnya pengaruh signifikan dengan sangat kuatnya hubungan kedua variabel, yaitu 0,965, hubungan secara fungsional dengan pendekatan regresi linier, yaitu $Y = 1.650.267 + 13.687X$, hasil uji hipotesis menyebutkan H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini karena t hitung (10,335) > t tabel (4,473).

Kata Kunci – Pengaruh, Discount Policy, Penjualan

Pendahuluan

Perusahaan sebagai lembaga yang berorientasi pada pencapaian tujuan, baik itu tujuan yang bersifat utama, yaitu perusahaan berdiri karena adanya keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia akan ; makanan, minuman, pakaian, dan perumahan, tujuan yang bersifat ekonomi, yaitu berusaha untuk mendapatkan laba, melaksanakan kegiatan riset dan pengembangan, memperbanyak pelanggan serta tujuan yang bersifat sosial, yaitu memperhatikan berbagai kepentingan pihak-pihak terhadap keberadaan perusahaan.

Penjualan yang berhasil dicapai suatu perusahaan akan berimbas secara signifikan pada pencapaian pendapatan perusahaan dan pendapatan ini akan semakin besar jumlahnya jika manajemen berhasil melaksanakan kegiatan penjualan yang jumlahnya semakin meningkat namun jumlah pendapatan akan semakin menurun jika manajemen sebaliknya tidak mampu meningkatkan jumlah penjualan.

Besar kecilnya jumlah pendapatan penjualan perusahaan akan menjadi tolak ukur penilaian prestasi perusahaan dalam mewujudkan target penjualan dan juga target pendapatan sebagaimana ditetapkan dalam rencana kerja perusahaan dalam setiap tahun kegiatan operasionalnya. Manajemen perusahaan dikatakan mempunyai prestasi baik jika target pendapatan dari penjualan dapat diwujudkan dan sebaliknya dikatakan tidak berhasil jika target pendapatan di bawah dari yang ditargetkan.

Penjualan merupakan tujuan inti dalam kegiatan lainnya, karena negosiasi, kesepakatan harga, dan serah terima barang dan pembayaran dilakukan di sini. Penjualan adalah proses dimana penjual menentukan, menggerakkan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli untuk memperoleh manfaat bersama dan berkelanjutan bagi pembeli dan penjual. Menurut (Suwardjono, 2010): "Penjualan adalah transaksi pertukaran barang atau jasa hasil produksi perusahaan dengan kas atau klaim" sedangkan pengertian penjualan menurut (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009) yaitu: "Barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali, seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau tanah dan properti lain yang dibeli untuk dijual kembali".

Sangat mudah untuk menemukan barang dengan harga diskon di Indonesia. Diskon seolah menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk membeli barang. Diskon adalah "pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu". Menurut (Philip Kotler-Keller, 2009) diskon adalah potongan harga langsung dari harga setiap paket buku yang dibeli selama periode tersebut.

Diskon penjualan merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk menarik pembeli agar melakukan transaksi pembelian. (Soemarso, 2002) juga menjelaskan bahwa potongan penjualan atau potongan tunai adalah potongan harga yang dibayarkan sebelum masa kredit.

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan adalah diskon penjualan. Melalui diskon penjualan yang ditawarkan perusahaan, pembeli akan merasa tertarik untuk membeli karena jumlah yang mereka bayarkan lebih kecil dari jumlah yang seharusnya mereka bayar. Dengan peningkatan penjualan, keuntungan bisa diharapkan.

(Nicolas Manurung, 2012) dalam sebuah penelitian skripsi menyimpulkan Diskon dan biaya iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan sepeda motor diler sepeda motor Tanjung Pinang. (Yulianto, 2014) dalam sebuah penelitian untuk naskah publikasi menyimpulkan berdasarkan analisis dan hasil penelitian variabel promosi, potongan harga dan pelayanan, sebagian atau seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap penjualan

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan pendekatan korelasional, Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna (Candra et al., 2015). Fungsi statistik deskriptif menggambarkan atau memberikan gambaran tentang objek penelitian melalui sampel atau data keseluruhan (Soegiono, 2003). Data yang disajikan dalam statistik deskriptif biasanya berbentuk metrik pusat data (Muchson, 2015). Ukuran konsentrasi data yang umum digunakan adalah rata-rata. Selain mengukur konsentrasi data, juga dapat disajikan dalam bentuk diagram pareto dan tabel.

Hasil dan Pembahasan

Kebijakan diskon sudah sangat diperhatikan dan dipertimbangkan untuk dilaksanakan dan atau diterapkan perusahaan. Pihak manajemen sangat menyadari tentang perlunya ada suatu kebijakan yang dapat mendorong penjualan produk perusahaan, baik dari jenis produk elpiji 12 kg, 5.5kg dan 50 kg.

Secara rata-rata nilai diskon penjualan pada PT.Lembang Abadi Indah adalah 275,99, maka berpedoman pada tabel skor di atas kebijakan diskon pada perusahaan berada di level "Cukup Baik". Penilaian didasarkan pada tabel skor berikut :

Tabel 1 : Tabel Skor

Interval	Keterangan
337,93 – 373,00	Sangat Baik
302,86 – 337,92	Baik
267,81 – 302,85	Cukup Baik
232,75 – 267,80	Tidak Baik

1. Tingkat Penjualan PT.Lembang Abadi Indah Bandung

Manajemen PT.Lembang Abadi Indah Bandung menetapkan kebijakan ekspansi penjualan maksimal sesuai dengan segenap upaya manajemen untuk meningkatkan penjualan dari berbagai produk elpiji yang disediakan perusahaan.

Secara rata-rata nilai penjualan yang diperoleh PT.Lembang Abadi Indah Bandung adalah 5.427,9, maka berpedoman pada tabel skor di atas kategori perolehan hasil penjualan pada perusahaan berada di level "Cukup Baik". Penilaian didasarkan pada tabel skor berikut :

Tabel 2 : Tabel Skore

Interval	Keterangan
6.068,75 – 6.540,00	Sangat Baik
5.597,50 – 6.068,74	Baik
5.126,25 – 5.597,49	Cukup Baik
4.655,00 – 5.126,24	Tidak Baik

2. Pengaruh Discount Policy Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi berdasarkan rumus pearson (SPSS 20 for Windows) diperoleh hasil atau nilai 0,965, tabel selengkapnya :

**Tabel 3
Correlations**

		Discount Policy	Tingkat Penjualan
Discount Policy	Pearson Correlation	1	,965**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	10	10
Tingkat Penjualan	Pearson Correlation	,965**	1

	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	10	10

Sumber : Pengolahan SPSS for windows versi 20

Nilai ini mempunyai arti terdapat hubungan yang positif antara variabel discount policy dengan variable tingkat penjualan, yang menurut (Soedibjo, 2005) mengenai kriteria keeratan asosiasi sebagai berikut :

r (Koefisien Korelasi)	Keterangan
0,00 – 0,25	Hubungan sangat lemah
0,26 - 0,50	Hubungan Cukup Lemah
0,51 - 0,75	Hubungan Cukup Kuat
0,76 - 1,00	Hubungan Sangat Kuat

Nilai tersebut ada di rentang 0,76 – 1,00 yang artinya sangat kuat. Adapun koefisien penentunya adalah 93%, selengkapnya dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 4

Koefisien Determination

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,965 ^a	,930	,922	157,47527	,930	106,802	1	8	,000

Sumber : Pengolahan SPSS for windows versi 20

Artinya pengaruh variabel kebijakan diskon terhadap variabel tingkat penjualan sama dengan nilai tersebut, sedangkan variabel sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hubungan antara kedua variabel dan besarnya dampak didasarkan pada analisis regresi sederhana, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5

Persamaan Regresi

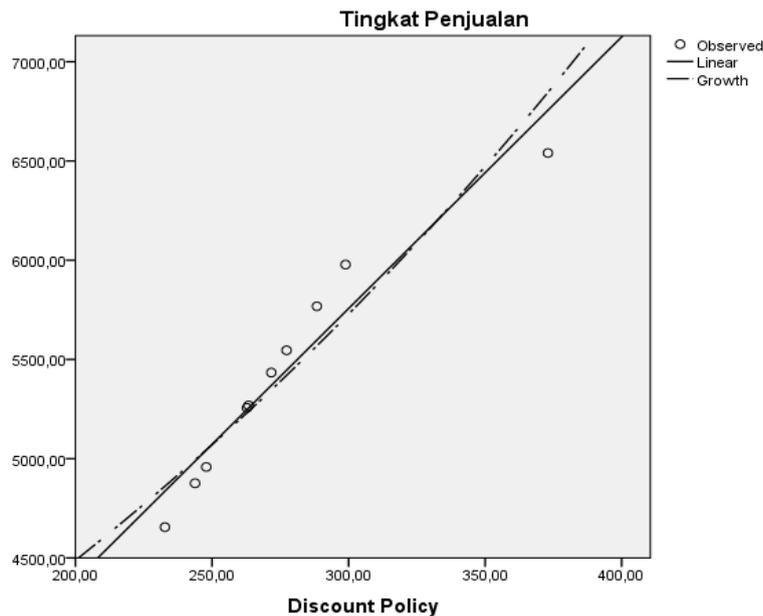
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1650,267	368,912		4,473	,002
	Discount Policy	13,687	1,324	,965	10,335	,000

Sumber : Pengolahan SPSS for windows versi 20

Jika dituliskan dalam persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1.650.267 + 13.687X$$

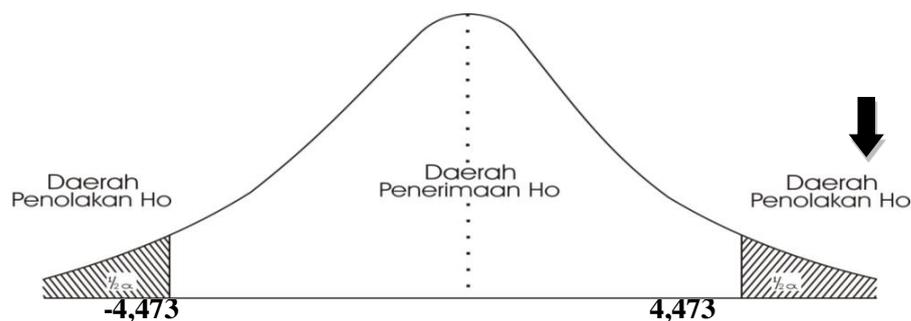
Apabila ada kenaikan kebijakan diskon sebesar satu tingkat akan menyebabkan kenaikan ingkat penjualan perusahaan 13.687. Secara grafik hubungan discount policy yang dijalankan perusahaan dengan hasil penjualan perusahaan dapat dilihat pada gambar berikut :



Adapun hipotesis : “Diduga ada pengaruh dari discount policy terhadap tingkat penjualan pada PT.Lembang Abadi Indah”. Diuji dengan Uji t, pada tingkat signifikansi 0,05, $df = N - 2$:

- a. $t_{table} \geq t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. $t_{table} \leq t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

diperoleh hasil perhitungan 10,335 sedangkan t tabel adalah 4,473, hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Membuat lebih jelas bahwa hipotesis yang ditetapkan oleh penulis dapat diterima. Berikut ini penjabaran area kurva yang diterima dan ditolak untuk menggambarkan kriteria penerimaan hipotesis sebagai berikut:



Uji Dua Pihak Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kebijakan Diskon pada PT.Lembang Abadi Indah Bandung telah dilaksanakan dari sejak berdiri perusahaan, secara rata-rata nilai diskon penjualan pada PT.Lembang Abadi Indah Bandung adalah 275,99, berpedoman pada standar penilaian kebijakan diskon pada perusahaan berada di level ”Cukup Baik”.
2. Tingkat penjualan pada PT.Lembang Abadi Indah Bandung menunjukkan trend positif naik setelah perusahaan menetapkan kebijakan diskon dan Secara rata-rata nilai penjualan yang diperoleh PT. Lembang Abadi Indah Bandung adalah 5.427,9, berpedoman pada standar penilaian hasil penjualan pada perusahaan berada di level ”Cukup Baik”.
3. Pengaruh dari kebijakan diskon yang diterapkan terhadap tingkat penjualan PT.Lembang Abadi

Indah Bandung adalah 93% sisanya 7% dipengaruhi faktor lain. Hal ini signifikan dengan sangat kuatnya hubungan kedua variabel penelitian, yaitu 0,965. Hubungan fungsional kedua variabel secara regresi linier adalah $Y = 1.650.267 + 13.687X$. Hasil pengujian hipotesis diperoleh t hitung (10,335) > t tabel (4,473) berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari uraian kesimpulan tersebut di atas, maka penulis berusaha untuk memberikan saran yang diharapkan dapat membantu pihak Manajemen PT.Lembang Abadi Indah Bandung dalam pelaksanaan operasional sehari – hari. Adapun saran tersebut adalah:

1. Sebaiknya kebijakan diskon perusahaan tetap dipertahankan agar memberikan kontribusi pada peningkatan penjualan perusahaan. Kegiatan promosi perusahaan ada baiknya ditingkatkan guna mendukung efektifnya kebijakan diskon tersebut jika masyarakat Bandung semakin mengenal perusahaan.
2. Untuk Meningkatkan keberadaan PT.Lembang Abadi Indah ada baiknya kegiatan promosi perusahaan semakin gencar dengan tetap memperhatikan pelayanan terbaik terhadap masyarakat tetap mendapatkan perhatian. Hal-hal seperti ; Pemasangan iklan di media massa dan elektronik terbaik, kebijakan sales promotion, dan juga kegiatan mendekati diri ke dalam kehidupan sosial masyarakat Bandung, melalui Publisitas ada baik mulai dilaksanakan.

BIBLIOGRAFI

- Candra, R., Santi, N., & Eniyati, S. (2015). Implementasi Statistik dengan Database Mysql. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 20(2), 132–139. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/4645> [Google Scholar](#)
- Indonesia, I. A. (2009). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. [Google Scholar](#)
- Muchson, M. (2015). *Statistik Deskriptif*. Guepedia. [Google Scholar](#)
- Nicolas Manurung. (2012). *Pengaruh Diskon, Biaya Iklan, Dan uang Muka Terhadap Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Sepeda Motor di Tanjungpinang*. Universitas Maritim Raja Ali Haji. [Google Scholar](#)
- Philip Kotler-Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. [Google Scholar](#)
- Soedibjo, B. (2005). *Pengantar Metode Penelitian* (2nd ed.). STIE-STMIK PASIM. [Google Scholar](#)
- Soegiono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Soemarso. (2002). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy*. Universitas Andalas. [Google Scholar](#)
- Suwardjono. (2010). *Teori Akuntansi* (3rd ed.). BFE-Yogyakarta. [Google Scholar](#)
- Yulianto, C. (2014). Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel “ ALFAMART ” (Study Kasus Alfamart: PT . Alfariatri Jaya) NASKAH PUBLIKASI. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–12. [Google Scholar](#)