

Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam

Timotius Duha¹, Progresif Buulolo², dan Syukur Dakhi³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 orang konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan nilai $Y = 23,569 + 0,311X$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,292 > nilai t_{tabel} 1,669. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam.

Kata Kunci: Potongan Harga dan Minat Beli Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, khususnya pada bidang penjualan. Setiap badan usaha dengan segala bentuk bisnis yang dijalankannya tentu memiliki tujuan utama, yaitu mencari keuntungan. Demi mendukung tercapainya tujuan perusahaan tersebut, perusahaan dapat menentukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan, salah satunya adalah strategi dalam penetapan harga. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan minat beli sebelum memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen sesungguhnya pelaku bisnis perlu menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar yakni dengan menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan potongan harga terhadap barang yang dijual kepada konsumen.

Potongan harga merupakan bagian yang paling penting serta berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Emor dan Soegoto (2015) mengatakan bahwa “potongan harga

¹ Dosen Tetap STIE Nias Selatan, timotius@gmail.com

² Dosen Tetap STIE Nias Selatan, gracebuulolo@gmail.com

³ Alumni Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (syukurdakhi@gmail.com)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya jika potongan harga semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya minat beli konsumen dalam menentukan keputusan pembelian”. Selain itu pemberian potongan harga kepada konsumen apabila melakukan pembelian dalam skala besar sehingga memperoleh potongan harga, bila membeli dalam jumlah yang sedikit maka tidak memperoleh potongan harga sesuai dengan yang sudah ditentukan oleh UD. Arif.. UD. Arif Bina Karya merupakan salah satu bisnis ritel yang menyediakan kebutuhan rumah tangga. Untuk mempertahankan konsumen, UD. Arif Bina Karya dituntut untuk tanggap dan cermat terhadap keputusan pembelian konsumen yang cenderung monoton dan menurun.

Dengan memberlakukan potongan harga penjualan pada UD. Arif Bina Karya dapat menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian karena potongan harga merupakan salah satu strategi promosi yang diterapkan untuk menarik konsumen. Potongan harga memberikan keuntungan bagi konsumen dan sebagian menimbulkan persepsi negatif bagi sebagian konsumen lainnya. Diskon yang terlalu sering dapat menimbulkan kesan bahwa produk merupakan produk yang berkualitas rendah. Konsep tersebut diperkuat oleh Emor dan Soegoto (2015) “konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik”. Hal ini dapat memberikan dampak negatif bagi kelangsungan hidup UD. Arif Bina Karya. Oleh sebab itu, pemberian potongan harga disesuaikan dengan kondisi penjualan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis bahwa minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya relatif rendah, hal ini dikarenakan harga barang yang tinggi dan pemberian potongan harga hanya berlaku pada pembelian dalam jumlah banyak. Sehingga hal ini menjadi faktor yang mendorong konsumen tidak berminat membeli. Untuk lebih dipahami maka dapat diuraikan perbandingan harga pada UD. Arif Bina Karya dengan usaha pesaing lainnya, sebagai berikut.

Tabel 1. Perbandingan Harga UD. Arif Bina Karya

Jenis Produk	Harga/unit/lusin			Diskon		
	UD. Arif Bina Karya	UD. Tedy	UD. Faomasi	UD. Arif Bina Karya	UD. Tedy	UD. Faomasi
Rak Piring	Rp. 850.000	Rp.800.00	Rp.800.000	2,5%	6%	6%
Race Cooker	Rp. 400.000	Rp. 350.00	Rp. 350.00	2,5%	6%	6%
Pot Bunga	Rp. 80.000	Rp. 70.000	Rp. 70.000	2,5%	6%	6%
Piring	Rp. 130.000	Rp. 120.000	Rp. 120.000	2,5%	6%	6%

Ember	Rp. 35.000	Rp. 30.000	Rp. 30.000	2,5%	6%	6%
-------	------------	------------	------------	------	----	----

Sumber: Hasil Survei Penulis.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, potongan harga yang ditetapkan UD. Arif Bina Karya lebih rendah dibanding pesaing. Dimana diskon yang diberlakukan pada jenis barang yang diuraikan pada tabel di atas, UD. Arif Bina Karya memberikan diskon sebesar 2,5% lebih kecil dari UD. Tedy dan UD. Faomasi dengan diskon masing-masing 6%. Oleh sebab itu, maka penulis merasa perlu mengadakan penelitian yakni mengenai **“Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam”**. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam atau tidak? Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep Potongan Harga

Potongan harga merupakan nilai yang diberikan sebagai pengurangan harga barang. Menurut Kotler (2008:9), potongan harga adalah pengurangan harga langsung terhadap pembelian selama periode tertentu atau jenis lain pengurangan harga dari harga resmi. Tjiptono (2008) diskon merupakan “potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.” Lebih lanjut, menurut Gitosudarmo (2000) diskon atau potongan harga adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu.

Berdasarkan uraian pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa potongan harga merupakan potongan yang diberikan kepada pembeli ketika melakukan pembelian dalam jumlah tertentu yang ditetapkan oleh produsen atau pedagang.

Konsep Minat Beli Konsumen

Pada dasarnya minat beli merupakan kecenderungan hati yang tinggi dalam dalam melakukan keputusan pembelian pada produk tertentu. Kotler (2002) mendefinisikan minat beli merupakan “perilaku yang timbul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.” Menurut Durianto (2003) minat beli merupakan “suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen membeli suatu produk tertentu, serta seberapa banyak unit yang dibutuhkan pada periode tertentu.” Keller (1998),

minat konsumen adalah “seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya.”

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan unsur perilaku konsumen dalam menentukan kecenderungan pembelian sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

Potongan harga yang diberikan kepada konsumen akan menimbulkan kecenderungan dalam mengambil keputusan pembelian produk. Potongan harga meningkatkan minat beli konsumen, artinya jika potongan harga semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya kecenderungan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Abdiyanto (2003) bahwa untuk mempengaruhi minat beli konsumen maka produsen harus terus menerus meningkatkan potongan harga, kualitas pelayanan kepada para konsumen untuk meningkatkan volume penjualan di sebuah usaha. Dalam usaha untuk meningkatkan minat beli konsumen hendaknya seluruh jajaran karyawan menciptakan suatu pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen, karena pelayanan yang baik tersebut akan mendorong peningkatan loyalitas terhadap konsumen.”

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2013) bahwa diskon berpengaruh terhadap minat beli dan konsumen membentuk penilaian tidak hanya pada informasi yang diberikan kepada konsumen, tetapi interpretasi konsumen atas informasi yang telah didapatkan.

Berdasarkan pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa potongan harga yang diberikan kepada konsumen akan menimbulkan kecenderungan untuk melakukan pembelian, jadi potongan harga dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dapat di peroleh melalui menyebarkan kuesioner kepada konsumen pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana. Dan selanjutnya alat yang digunakan dalam pengujian instrumen penelitian ini adalah menggunakan rumus *product moment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial ditemukan variabel potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. Demikian dengan nilai determinasi sebesar ,141 yang artinya potongan harga hanya mampu menjelaskan variabel minat beli konsumen (Y) pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dilihat model regresi linier sederhana di bawah ini.

$$Y = 23,569 + 0,311X$$

Inteprestasikan hasil persamaan regresi linier sederhana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (b_0)= 23,569 menunjukkan nilai signifikan bahwa jika potongan harga = 0, maka minat beli konsumen di UD. Arif Telukdalam akan meningkat sebesar 23,569.
2. Koefisien regresi potongan harga (b_1) = 0,311 menunjukkan pengaruh signifikan antara potongan harga terhadap minat beli konsumen di UD. Arif Telukdalam, hal ini menunjukkan semakin baik pelayanan, kualitas produk dan mencukupi selera yang diberikan oleh UD. Arif Telukdalam akan semakin meningkat minat beli konsumen. Dengan kata lain jika variabel potongan harga naik 1 satuan maka minat beli konsumen di UD. Arif Telukdalam juga akan naik 0.311 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

KESIMPULAN

Dalam penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti ini dapat disimpulkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada UD. UD. Arif Bina Karya Telukdalam dengan nilai $t_{hitung} 3,293 > t_{tabel} 1,669$.

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, E. Desi dan Astuti, Sri Rahayu Tri. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal*. Volume XIII; 37-45).
- Ariyanti, Kurnia dan Iriani, Sri Setyo. 2014. Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Resiko terhadap Niat Beli Kosmetik Organik. *Jurnal ilmu manajemen*. Volume II; 1186-1196).

- Dama, Daniel. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume XVI; 503-514).
- Emor, Rizky Y.S dan Soegoto, Agus Supandi. 2015. Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan *Servicescape* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal EMBA*. Volume III; 738-748).
- Gunawan, Andy, Semuel, Hatane dan Dharmayanti, Diah. 2012. Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name dan Price Discounts terhadap Purchase Intention Konsumen Infinte Tunjungan Plaza. *Skripsi*. Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra.
- Ndari, Dhian Puspo. 2015. Pengaruh Potongan Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume III; 612-625).
- Putra, Endhar Widjaya, Kumadji, Srikandi dan Yulianto, Edy. 2016. Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari *Department Store* Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume XXXVIII; 184-193).
- Rizky, Muhammad Fakhuru dan Yasin, Hanifa. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume XIV; 135-143).
- Rumangkang, Senny Febiola, Nelwan, Olivia Syanne dan Trang, Irvan. 2014. Potongan Harga Dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak Pada Matahari Megamas Manado. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Volume II; 675-687).
- Satyo, Maya Ferdina dan Suprihhadi, Heru. 2013. PENGARUH DISKON HARGA, MEREK PRODUK DAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARMEN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume II; 1-19).
- Sudrajat, Ratih Hasanah, Putri, Berlian Primadani Satria dan Putri, Cindy Novtantia. 2017. Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Beli (Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi Bukalapak.com Versi Hari Belanja *Online* Nasional 2015 terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen*. Volume IV; 972-984).