

**PENGARUH HARGA DAN *DISCOUNT* PENJUALAN  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
(UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah)**

**DRAF SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen

Oleh :

**Muhammad Yusep Nuryoan**  
**NIM. 3402180588**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
CIAMIS  
2022**

## ABSTRAK

**Muhammad Yusep Nuryoan. 2022. Pengaruh Harga Dan *Discount* Penjualan Terhadap Volume Penjualan (UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah). Di bawah Bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E. M.M. (Pembimbing II).**

Pada umumnya setiap usaha yang dijalankan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Peningkatan volumen penjualan mencerminkan keberhasilan suatu usaha dalam melaksanakan manajemen dan menjaga kelangsungan usaha yang dilakukan. Akan tetapi dari hasil observasi bahwa volume penjualan produk Jahe Merah Viral dalam 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi bahkan cenderung menurun. Hal ini disebabkan kurang optimalnya penentuan harga jual produk dan masih tergolong tinggi dan belum optimal dalam menarik konsumen melalui pemberian *discount*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah; untuk mengetahui pengaruh *discount* terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah; dan untuk mengetahui pengaruh harga dan *discount* terhadap volume penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien derterminasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, analisis koefisien korelasi berganda, pengujian secara parsial (uji t), dan pengujian secara simultan (uji F). Dari hasil penelitian dan pembahasan bahwa harga berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah, dari hasil analisis koefisien korelasi diperoleh hubungan yang sedang, dari hipotesis penelitian harga berpengaruh terhadap volume penjualan dan teruji kebenarannya; *discount* berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah, dari hasil analisis koefisien korelasi diperoleh hubungan yang kuat, dari hipotesis penelitian, *discount* berpengaruh terhadap Volume Penjualan dan teruji kebenarannya; dan harga dan *discount* berpengaruh terhadap volume penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah, dari hasil analisis koefisien korelasi berganda, diperoleh hubungan yang kuat, dari hipotesis penelitian berpengaruh dan teruji kebenarannya. Artinya apabila Harga dan *Discount* sudah baik, maka Volume Penjualan akan meningkat. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya.

**Kata Kunci : *Harga, Discount, Volume Penjualan.***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah .....	7
1.3 Identifikasi Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>    HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	11
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	11
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3 Azas-Azas Manajemen.....	18
2.1.1.4 Unsur-unsur Manajemen.....	22
2.1.1.5 Tingkatan Manajemen.....	27
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen .....	29
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	31
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	35
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.4 Unsur-Unsur Manajemen Pemasaran .....	37
2.1.2.5 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	39
2.1.3 Teori Harga .....	41
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	41
2.1.3.2 Penetapan Harga.....	42
2.1.3.3 Indikator Harga .....	44
2.1.4 Teori <i>Discount</i> .....	45
2.1.4.1 Pengertian <i>Discount</i> .....	45
2.1.4.2 Tujuan <i>Discount</i> .....	47
2.1.4.3 Indikator <i>Discount</i> .....	49
2.1.5 Teori Volume Penjualan .....	49
2.1.5.1 Pengertian Volume Penjualan .....	49
2.1.5.2 Jenis Jenis Penjualan .....	51

2.1.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	52
2.1.5.4 Indikator Volume Penjualan	55
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	56
2.2 Kerangka Pemikiran	60
2.3 Hipotesis	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>65</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	65
3.2 Definisi Dan Operasionalisasi Variable	66
3.2.1 Definisi Variabel	66
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	67
3.3 Populasi Dan Sample Penelitian	69
3.3.1 Populasi	69
3.3.2 Sample	69
3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Sumber Data	71
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	72
3.5 Teknik Analisis Data	74
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian	81
3.6.1 Tempat Penelitian	81
3.6.2 Waktu Penelitian	81
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>82</b>
4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	82
4.1.2 Karakteristik Responden	85
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	89
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Harga pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	89
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Discount Pada Umkm Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	100
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	111
4.1.4 Pengujian Hipotesis	124
4.1.4.1 Pengaruh Harga terhadap volume penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	124
4.1.4.2 Pengaruh Discount terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	130
4.1.4.3 Pengaruh Harga dan Discount terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah	136

4.2 Pembahasan.....	144
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah.....	144
4.2.2 Pengaruh Discount terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah.....	149
4.2.3 Pengaruh Harga dan Discount terhadap Volume Penjualan pada UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah.....	152
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>157</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>157</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>158</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>160</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	59
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	68
Tabel 3.2	Kategori Jawaban dan Cara Pemberian Skor Angket .....	73
Tabel 3.3	Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien korelasi...	75
Tabel 3.4	Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien korelasi...	78
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	81
Tabel 4.1	Sarana Dan Prasarana perusahaan Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah .....	84
Tabel 4.2	Pedoman Interpretasi Variabel Harga .....	90
Tabel 4.3	Penentuan harga produk Jahe Merah Viral bervariasi sesuai dengan ukuran produk.....	90
Tabel 4.4	Harga produk Jahe Merah Viral sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan konsumen.....	91
Tabel 4.5	Harga Jahe Merah Viral sesuai dengan kualitas produk .....	92
Tabel 4.6	Harga Jahe Merah Viral sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen .....	93
Tabel 4.7	Harga Jahe Merah Viral yang dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis .....	94
Tabel 4.8	Harga Jahe Merah Viral lebih ekonomis dibandingkan dengan produk yang lain.....	95
Tabel 4.9	Harga Jahe Merah Viral sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan.....	96
Tabel 4.10	Harga Jahe Merah Viral memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain yang sejenis.....	97
Tabel 4.11	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X1) .....	98
Tabel 4.12	Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Harga .....	99
Tabel 4.13	Pedoman Interpretasi Variabel Discount.....	101
Tabel 4.14	Adanya discount/potongan harga pada produk Jahe Merah Viral	101
Tabel 4.15	Konsumen membeli produk Jahe Merah Viral jika ada potongan harga yang cukup besar .....	102
Tabel 4.16	Konsumen membeli produk Jahe Merah Viral karena potongan harga yang menarik perhatian konsumen.....	103
Tabel 4.17	Discount/potongan harga untuk produk Jahe Merah Viral dalam waktu yang relatif lama .....	104
Tabel 4.18	Discount/potongan harga untuk produk Jahe Merah Viral tidak diberikan sekali saja .....	105
Tabel 4.19	Adanya discount/potongan harga untuk produk Jahe Merah Viral dilakukan secara rutin.....	106
Tabel 4.20	Adanya discount/potongan harga untuk setiap ukuran produk Jahe Merah Viral .....	107
Tabel 4.21	Adanya discount/potongan harga produk Jahe Merah Viral dalam pembelian yang banyak.....	108

Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Discount (X2) .....	109
Tabel 4.23 Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Discount .....	110
Tabel 4.24 Pedoman Interpretasi Variabel Volume Penjualan .....	112
Tabel 4.25 Perusahaan Jahe Merah Viral menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan jumlah penjualan produk .....	112
Tabel 4.26 Perusahaan Jahe Merah Viral dapat mencapai volume penjualan sesuai dengan target yang telah ditentukan .....	113
Tabel 4.27 Perusahaan Jahe Merah Viral menampilkan karakteristik produk sesuai selera konsumen .....	114
Tabel 4.28 Perusahaan Jahe Merah Viral mampu mendapatkan laba dalam kegiatan usahanya .....	115
Tabel 4.29 Perusahaan Jahe Merah Viral dapat menambah jumlah modal bagi kegiatan usahanya.....	116
Tabel 4.30 Perusahaan Jahe Merah Viral dapat menambah jumlah produksinya .....	117
Tabel 4.31 Perusahaan Jahe Merah Viral dapat terus melaksanakan kegiatan usahanya .....	118
Tabel 4.32 Perusahaan Jahe Merah Viral mengalami perkembangan usaha yang signifikan .....	119
Tabel 4.33 Perusahaan Jahe Merah Viral tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat .....	120
Tabel 4.34 Perusahaan Jahe Merah Viral mampu memperluas usahanya .	121
Tabel 4.35 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Volume Penjualan (Y).....	122
Tabel 4.36 Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Volume Penjualan ....	123
Tabel 4.37 Data Variabel Harga dan Volume Penjualan .....	124
Tabel 4.38 Data Variabel Discount dan Volume Penjualan .....	130
Tabel 4.39 Data Variabel Harga, Discount dan Volume Penjualan.....	136

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian .....	63
Gambar 4.1	Hasil Produksi perusahaan Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah .....	85
Grafik 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada UMKM Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah .....	86
Grafik 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia pada UMKM Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah .....	87
Grafik 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan pada UMKM Jahe Merah Viral Sukamaju Desa Cileungsir Kecamatan Rancah .....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Instrumen Penelitian
2. Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian
3. Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kusioner
4. Lampiran 4 Tabel t
5. Lampiran 5 Tabel F
6. Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2015. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.*
- Anjar, Nova. 2012. Analisis Harga dan Produk pada Penjualan. Skripsi. Universitas Negeri Semarang*
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta*
- Armstrong Gary dan Kotler, Philip. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga*
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers*
- Atik dan Ratminto. 2012. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.*
- Buchori Herry,dan Djaslim, Saladin. 2013. Manajemen Pemasaran, Linda. Karya, Bandung*
- Damayanti, M. 2010. Komunikasi Terapeutik dalam Praktik Keperawatan. PT. Refika Aditama : Bandung.*
- Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2016. Sistem Informasi Manajemen. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.*
- Daryono. 2011. Manajemen Pemasaran. Penerbit Yrama Widya, Bandung*
- Della Ruslimah Sari. 2018. Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 2. No.1. Maret 2018*
- Deliyanti Oentoro, 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo,*
- Dinawan. 2010. Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting, Free Press. PT. Raja Grafindo*
- Dwi Kartikasari 2015. Pengaruh Biaya Promosi dan Potongan Harga terhadap Penjualan (Studi Kasus PT Daihan Labtech Batam).jurnal penelitian*
- Effendi, Usman. 2014. Asas Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers*
- Engkoswara, dkk. 2015. Administrasi Pendidikan. Bandung: Alfabeta*
- Fauji Ricky. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek dengan studi Kasus pada konsumen Go-Jek pengguna layanan Go-Ride di Kota Yogyakarta.. 160 Yogyakarta: Progam Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Unin nata Dharma.*

- Geraldo Fransiskho 2021 *Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Diskon terhadap Volume Penjualan PT. Atmindo Tbk Tanjung Morawa*. Jurnal penelitian
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta. BPFE Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu S. P 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia cetakan keenam belas*, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2022. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)*. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Managemen, 15th Edition*., Pearson Education,Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*., Pearson Education,Inc
- Kusnawan. Agus 2019. *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*
- Manap. Abdul 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra : Yogyakarta.
- Molan Benyamin. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 1. PT. Indeks, Jakarta.
- Nazir.Mohammad, 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nico Andrew Pradana. 2014. *Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Rown Division Surakarta*. Jurnal Penelitian
- Priansa Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prihastama, Brian. 2016. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Risky Hidayat. 2021. *Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Giant Cabang Alauddin Makassar*. Jurnal penelitian
- Rivai Veithzal. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*., Edisi ke 6, PT. Raja Grafindo Persada
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan. Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga

- Sabran Bob. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Safroni, L. 2012, *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*, Yogyakarta : Aditya Media
- Siregar, Baldric dkk. 2014. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Solihin Ismail, 2013, *Manajemen Strategik*, Jakarta : Erlangga
- Subkhi Akhmad dan Moh. Jauhar, 2013, *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*, Jakarta : Prestasi Pustaka.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sudjana. 2016. *Metode Statistika*. Bandung: Taristo.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.,
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumarni, Murti. 2013. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing. Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. In Media: Bogor
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha Basu dan Irawan, 2008, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha Basu.2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE. UGM.
- Tjiptono Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta
- Umar Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- UMKM Jahe Merah Viral Desa Cileungsir Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis.2022
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.