SKRIPSI

PENGARUH NILAI DISKON BARANG JUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA INDOMARET PLUS SULHAS PANGKEP

MUHAMMAD HASRULLAH
NIM: 1661201278

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020

SKRIPSI

PENGARUH NILAI DISKON BARANG JUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA INDOMARET PLUS SULHAS PANGKEP

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD HASRULLAH
NIM: 1661201278

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH NILAI DISKON BARANG JUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA INDOMARET PLUS SULHAS PANGKEP

Disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD HASRULLAH
1661201278

Telah diperiksa dan setuju untuk diujikan

Pembimbing I	Pembimbing II
DR. Ir. Samsu G, M.M	Drs. H. Muhammad Ihsan Idrus, M.M

Maros, 20 agustus 2020
FakultasEkonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,

Dr. Dahlan, SE,M.M

NIP/NIDN: 0931125807

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH NILAI DISKON BARANG JUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA INDOMARET PLUS SULHAS PANGKEP

disusun oleh:

MUHAMMAD HASRULLAH
1661201278

Telah diujikan dan diseminarkan
pada tanggal 27 Agustus 2020

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Dr. Ir. Samsu G., M.M.	Ketua	.....
Drs. H. Muhammad Ihsan Idrus, M.M.	Anggota	.....
Drs. H. Hasanuddin T, M.M.	Anggota	.....
Syamsul Bakhtiar Ass, S.E., M.M.	Anggota	.....

Maros, 29 Agustus 2020
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,

Dr. Dahlan, S.E., M.M.
NIDN. 0931125807

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD HASRULLAH

Nim : 1661201278

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH NILAI DISKON BARANG JUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA INDOMARET PLUS SULHAS PANGKEP

Adalah murni hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan atau seluruh karya ilmiah orang lain kecuali kutipan dengan menyebutkan sumbernya dan mencantumkannya di dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa di dalam karya ilmiah ini mengandung unsur-unsur plagiasi, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang barlaku.

Maros, 20 Agustus 2020

Yang menyatakan

MUHAMMAD HASRULLAH

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Segala puji kehadirat Allah SWT yang telah melipahkan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah berhasil membawa ummatnya dari jaman Jahiliyah menuju jaman Islamiyah dengan akhlaq yang mulia.

Dengan rasa syukur yang dalam, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Diskon Barang Jualan Terhadap Nilai Penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.

Proses penyelesaian skripsi ini sungguh merupakan suatu perjuangan panjang bagi peneliti. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penelitian, hingga penulisan skripsi ini, peneliti menemui banyak hambatan. Namun berkat bantuan, motivasi, doa, dan pemikiran berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga

peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah saya Hannani dan Ibu saya Bulan, ketiga kakaksaya Erwin, Ana dan Anto serta adik saya Indah dan seluruh anggota keluarga yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu, atas segala pengertian, pengorbanan, kepercayaan, dan segala doanya dan tak hentinya memberikan nasehat yang baik sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik. Semoga saya kelak dapat memberikan kebahagiaan bagi kedua orang tua saya dan saudara saudari, dan keluarga saya Kiranya Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua.

Selanjutnya ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. H. Ikram Idrus, M.Si selaku ketua YAPIM MAROS.
2. Prof. Nurul Ilmi Idrus,M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Muslim Maros.
3. Dr. Dahlan, S.E.,M.M. selaku Ketua Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.
4. Wakil Dekan I & II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.

5. Nurlaela, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.
6. DR. Ir. Samsu G, M.M selaku Pembimbing I, yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memperi motivasi dalam membimbing dan mengarahkan peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Drs. H. Muhammad Ihsan Idrus, M.M selaku pembimbing II yang senantiasa meluang waktunya unntuk member bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.dari keiklasan beliau sehingga peneliti bersemangat menyelesaikan skripsi ini meski terasa cukup berat.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, yang telah mengamalkan ilmunya kepada penulis hingga akhir dapat menyusun skripsi ini.
9. Kepada teman-teman angkatan 2016 terkhususnya teman-teman Keuangan A1 & A2 yang telah memberikan support, masukan dan arahan serta rekan mahasiswa program studi Manajemen FEB UMMA, atas segala bantuan dan kerjasamanya selama peneliti menjalani perkuliahan hingga sampai dalam proses peyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Terlalu banyak orang yang berjasa dan mempunyai andil kepada peneliti selama menenpuh pendidikan di UMMA, kepada mereka semua tanpa terkecuali peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang teramat dalam. Harapan peneliti, semoga dukungan, dorongan, dan bantuan serta pengorbanan yang telah diberikan oleh berbagai pihak hingga terselesainya penulisan skripsi ini dapat memberikan nilai ibadah serta pahala dan mendapatkan Ridho Allah SWT. Amin Ya Rabbal alamin.

Akhirnnya, peneliti berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan untuk kemajuan pendidikan khususnya di Kabupaten maros.

Maros, Agustus 2020

Penulis,

MUHAMMAD HASRULLAH
1661201278

ABSTRAK

MUHAMMAD HASRULLAH. *Pengaruh nilai diskon barang jualan terhadap nilai penjualan pada indomaret plus sulhas Pangkep* (dibimbing oleh Samsu G dan Muhammad Ihsan Idrus)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai diskon barang jualan terhadap nilai penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep.Populasi pada penelitian ini adalah data nilai diskon dan penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep.Sampel yang di ambil yaitu data diskon dan penjualan selama 92 hari (3 bulan), menggunakan *simple random sampling*, dengan masa pengamatan selama 3 bulan dari bulan Mei hingga Juli 2020.Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Berdasarkan analisis yang telah di lakukan di dapatkan hasil bahwa pemberian diskon berpengaruh positif terhadap penjualan.

Kata kunci: Indomaret, diskon, penjualan

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL LUAR.....
SAMPUL DALAM..... i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN..... iii
PERNYATAAN KEASLIAN iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang..... 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian..... 4
D. Manfaat Penelitian..... 4

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... 6
A.Laporan Keuangan. 6
B. Diskon..... 9
C. Penjualan 11
D. Hubungan Harga Diskon dengan Nilai Penjualan 15
E. Penelitian Terdahulu..... 16
F. Kerangka Pikir..... 18
G. Hipotesis 18

BAB III. METODE PENELITIAN 19
A. Tempat dan Waktu 19
B. Jenis dan Sumber Data 19
C. Tekhnik Pengumpulan Data 20
D. Populasi dan Sampel..... 20
E. Metode Analisis Data 21
F. Defenisi Oprasional Variabel 24

BAB IV. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN..... 25
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan..... 25
B. Sumber daya Perusahaan..... 27
C. Struktur Organisasi 29

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
A. Deskripsi Data Penelitian..... 37

B. Uji Hipotesis 38
C. Pembahasan 42

BAB VI PENUTUP 43
A. Saran 43
B. Simpulan 43

DAFTAR PUSTAKA 45
LAMPIRAN 48

DAFTAR TABEL

Nomor **Halaman**

1. Total nilai diskon dan total nilai penjualan 2
2. Penelitian terdahulu..... 17
3. Interpertasi koefisien korelasi..... 22
4. Nilai diskon barang jualan 37
5. Penjualan 38
6. Hasil analisis regresi linear sederhana..... 39
7. Hasil analisis koefisien korelasi..... 39
8. Hasil analisis koefisien determinasi..... 40
9. Hasil analisis uji T..... 41

DAFTAR GAMBAR

Nomor **Halaman**

1. Kerangka pikir 18

2. Struktur organisasi PT. Indomarco Prismatama 33

3. Struktur organisasi toko Indomaret 34

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor **Halaman**

1. Data nilai diskon dan penjualan bulan Mei-Juli 2020 ... 48

2. Distribusi t_{tabel} 51

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era saat ini pemenuhan kebutuhan hidup manusia telah mengalami perubahan. Pola hidup masyarakat yang tadinya melakukan jual beli di pasar tradisonal kini mulai beralih ke pasar modern. Hal ini biasa dilihat karena banyaknya pasar modern mulai dari minimarket hingga supermarket yang dibangun mulai dari daerah perkotaan hingga ke pelosok pedesaan.

Salah satu jenis pasar modern yang sering kita jumpai ialah Indomaret. Indomaret merupakan minimarket yang berdiri pada tahun 1988. Saat ini gerai Indomaret telah mencapai 7.868 unit yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia.

Kebutuhan hidup yang beranekaragam membuat konsumen lebih teliti dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan sangat penting diperhatikan, pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan primer yang terdiri dari papan, pangan, dan sandang tidak dapat dihindari. Kebutuhan hidup yang beraneka ragam membuat konsumen berperilaku selektif dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Pembelian konsumen merupakan hal yang unik karena preferensi setiap orang terhadap suatu produk berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya potongan harga, citra merek, dan *servicescape* (lingkungan fisik). Dalam penelitian ini yang menjadi pokok bahasan adalah potongan harga atau diskon.

Pemberian diskon merupakan strategi penjualan berbasis harga dimana pelanggan ditawarkan produk yang sama dengan harga yang berkurang. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:9) diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode waktu tertentu, pemberian diskon kepada konsumen memiliki tujuan untuk menghargai respon pelanggan. Pada saat ini diskon banyak ditemukan disetiap produk barang atau jasa yang diperdagangkan. Adanya diskon yang diberikan oleh masing-masing perusahaan dalam pemasaran produknya menimbulkan ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut.

Indomaret Plus Sulhas Pangkep terletak di jalan Sultan Hasanuddin no. 14 Tumampua, Kecamatan Pangkajene, Kabupaten Pangkep. Indomaret Plus Sulhas Pangkep telah menjual beberapa produk serta menawarkan diskon kepada pelanggannya. Berikut ini total nilai diskon dan total nilai penjualan periode bulan Oktober-November tahun 2019.

Tabel. 1 Total Nilai Diskon dan Total nilai Penjualan

Bulan	Nilai Diskon (jutaan rupiah)	Perkembangan (%)	Nilai Penjualan (jutaan rupiah)	Perkembangan (%)
Oktober	69.765.520	-	934.442.342	-
November	76.837.538	10,13	908.007.849	(-2,82)
Desember	98.849.989	28,64	1.019.342.651	12,26%

Sumber : Indomaret Plus Sulhas Pangkep 2019.

Berdasarkan tabel 1 total nilai diskon pada bulan Oktober-November 2019 meningkat sebesar 10,13 %, total nilai diskon di bulan November-Desember 2019 juga mengalami peningkatan sebesar 28,64%. total nilai penjualan pada bulan Oktober-November 2019 mengalami penurunan sebesar 2,82%, total nilai penjualan pada bulan November-Desember mengalami peningkatan sebesar 12,26%.

Penelitian mengenai pengaruh potongan harga terhadap proses pembelian produk di Indomaret sebelumnya telah dilakukan oleh Putra (2014:4) yang menyatakan bahwa diskon berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Selanjutnya, penelitian serupa yang dilakukan Emor dan Soegoto (2016:2) yang menyatakan bahwa potongan harga, citra merek, dan *servicespace* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret Tanjung Batu.

Berdasarkan teori serta hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, membuat peneliti ingin melakukan penelitian serupa untuk menguji kembali mengenai pengaruh potongan harga terhadap pembelian suatu barang dengan judul penelitian "Pengaruh Nilai Diskon Barang Jualan Terhadap Nilai Penjualan Pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Apakah nilai diskon barang jualan

berpengaruh terhadap nilai penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh nilai diskon barang jualan terhadap nilai penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep.”

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan masalah diskon dan nilai penjualan.

2. Secara praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai berikut :

a. Bagi penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dan dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan dalam mengelola sumber daya manusianya khususnya mengenai pengaruh potongan harga terhadap penjualan produk.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitan ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh diskon potongan harga terhadap penjualan produk perusahaan serta dapat dijadikan sebagai referensi.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Laporan Keuangan

1. Pengertian laporan keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir yang paling penting dari proses akuntansi. Laporan keuangan merupakan gambaran mengenai kinerja perusahaan selama periode tertentu. Brigham (2001), Laporan keuangan melaporkan posisi perusahaan pada suatu periode tertentu dan operasinya selama beberapa periode yang lalu, laporan keuangan dapat digunakan untuk membantu memprediksi laba dan dividen di periode berikutnya.

Terdapat tiga jenis laporan keuangan yang biasa digunakan untuk menggambarkan kondisi keuangan dan kinerja perusahaan yaitu laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan laporan arus kas. Laporan posisi keuangan memberikan gambaran mengenai asset, kewajiban, dan ekuitas para pemilik perusahaan untuk selama periode tertentu. Laporan laba rugi menggambarkan pendapatan bersih dari kegiatan operasi perusahaan selama periode tertentu. Laporan arus kas menggabungkan informasi dari neraca dan laporan laba rugi untuk menggambarkan sumber penggunaan kas selama periode tertentu.Sundjaja dan Barlian (2001), laporan keuangan adalah suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntasi yang digunakan sebagai alat komunikasi antar

data keuangan atau aktivitas perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data-data atau aktivitasaktivitas.

2. Tujuan laporan keuangan

Tujuan laporan keuangan yaitu untuk menyediakan informasi yang berkaitan dengan posisi keuangan, prestasi (hasil usaha) perusahaan serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Fahmi (2011), tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja keuangan terhadap perusahaan di samping pihak manajemen perusahaan. Para pengguna laporan akan menggunakannya untuk memprediksi, membandingkan, dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya. Informasi mengenai dampak keuangan yang timbul tadi sangat berguna bagi pemakai untuk meramalkan, membandingkan dan menilai keuangan.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standar Akuntansi Keuangan, tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menujukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Beberapa tujuan laporan keuangan dari berbagai sumber di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Informasi posisi laporan keuangan yang dihasilkan dari kinerja dan asset perusahaan sangat dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan, sebagai bahan evaluasi dan perbandingan untuk melihat dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya.
b. Informasi keuangan perusahaan diperlukan juga untuk menilai dan meramalkan apakah perusahaan di masa sekarang dan di masa yang akan datang sehingga akan menghasilkan keuntungan yang sama atau lebih menguntungkan.
c. Informasi perubahan posisi keuangan perusahaan bermanfaat untuk menilai aktivitas investasi, pendanaan dan operasi perusahaan selama periode tertentu. Selain untuk menilai kemampuan perusahaan, laporan keuangan juga bertujuan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

3. Komponen-komponen laporan keuangan

Menurut Kasmir (2012), secara umum ada lima jenis laporan keuangan yang biasa disusun, yaitu:

a. Neraca

Merupakan laporan keuangan secara sistematis tentang harta,utang serta modal dari suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.

b. Laporan laba rugi

Merupakan laporan secara sistematis tentanng penghasilan, biaya, serta laba rugi suatu perusahaan untuk suatu periode tertentu.

c. Laporan perubahan modal

Merupakan laporan yang menggambarkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan saat ini. Informasi yang diberikan dalam laporan perubahan modal, meliputi:

1) Jenis-jenis dan jumlah modal yang ada saat ini
2) Jumlah rupiah tiap jenis modal
3) Jumlah rupiah modal yang berubah
4) Sebab-sebab berubahnya modal
5) Jumlah rupiah modal sesudah perubahan

4. Laporan arus kas

Laporan arus kas merupakan laporan yang menujukkan arus kas masuk dan keluar di perusahaan.

B. Diskon

1. Pengertian diskon

Belanja dengan harga yang didiskon sangat mudah dijumpai di Indonesia karena diskon merupakan salah satu strategi promosi suatu bisnis. Diskon seakan menjadi daya tarik utama untuk menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang. Ada beberapa pengertian mengenai diskon atau potongan harga yang dikemukakan oleh beberapa ahli menurut Kotler (2003:113) diskon adalah pengurangan langsung

harga barang pada pembelian pada suatu periode tertentu. Sedangkan menurut Tjiptono (2007:56) diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli kepada penjual. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual untuk menarik minat konsumen membeli suatu produk dalam suatu periode waktu yang telah ditentukan.

2. Tujuan diskon

Dalam transaksi perdagangan selalu melibatkan dua belah pihak, yaitu penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli yang menerima barang. Syariat Islam membolehkan potongan dalam transaksi jual beli, potongan harga atau diskon adalah sah dalam syariah apabila itu adalah dengan tujuan :

a. Kebaikan hati dan tanda terimakasih penjual kepada pembeli
b. Ataupun kerena alasan-alasan tertentu selama itu tidak dilarang.

Adapun tujuan lainnya pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya. Menurut Sutisna (2001:303) adalah :

a. Mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. Pemberian potongan harga akan berdamak pada konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

b. Pembelian dapat diputuskan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan.
c. Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

C. Penjualan

Didalam sebuah perusahaan khususnya dalam perusahaan yang bergerak dibidang usaha perdagangan, penghasilan utama yang dihasilkannya ialah berasal dari penjualan. Perkembangan penjualan pada saat ini sangat berkembang pesat, demikian juga tingkat persaingan antar pesaing pun besar pengarunya pada perusahaan.

1. Pengertian penjualan

Pengertian penjualan menurut Puspitawati dan Anggadini (2010:165) menyatakan bahwa penjualan merupakan aktivitas memperjual belikan barang dan jasa kepada konsumen. Pengertian penjualan menurut Sulistiyowati (2010:270) menyatakan bahwa penjualan adalah pendapatan yang berasal dari produk penjualan perusahaan, disajikan setellah dikurangi potongan penjualan dan return penjualan.

Dari beberapa pengertian diatas mengenai penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan tersebut tambah berkembang.

2. Jenis – jenis penjualan

Penjualan memiliki beberapa jenis penjualan, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Penjualan tunai

Pengertian penjualan tunai menurut Mulyadi (2013:455) mengatakan bahwa penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Sedangkan pengertian penjualan tunai menurut. Samryn (2014:249) penjualan tunai merupakan penjualan yang direalisasikan dengan penerimaan kas pada saat penjualan.

Dari beberapa pengertian mengenai penjualan tunai, maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan tunai adalah suatu transaksi yang dilakukan secara langsung dengan menerima uang saat barang diberikan kepada pihak pembeli.

b. Penjualan kredit

Pengertian penjualan kredit menurut Mulyadi (2013:201) menyatakan bahwa penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan *order* yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Sedangkan pengertian penjualan kredit menurut Samryn (2014:250) penjualan kredit adalah penjualan yang direalisasikan dengan timbulnya tagihan atau piutang kepada pihak pembeli.

Dari beberapa pengertian mengenai penjualan kredit, maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi yang dilakukan perusahaan dengan cara pihak perusahaan mengirimkan barang yang telah dipesan oleh pelanggan dan pembayarannya dilakukan secara berangsur, sesuai ketentuan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Menurut Bodnar yang dikutip oleh Puspitawati dan Anggadini (2010:167) menyatakan bahwa aktivitas penjualan kredit biasanya dilakukan dengan cara pelanggan atau *customer* melakukan *order* pemesanan penjualan terlebih dahulu.

3. Dokumen-dokumen yang digunakan dalam penjualan

a. Dokumen yang digunakan dalam penjualan tunai

Dokumen yang digunakan dalam penjualan tunai menurut Mulyadi (2013:463) terdiri dari:

1) Faktur penjualan tunai

Dokumen ini digunakan untuk merekam berbagai informasi yang diperlukan untuk manajemen megenai transaksi penjualan tunai. Jika dilihat kembali daftar informasi yang diperlukan oleh manajemen mengenai transaksi penjualan tunai tersebut diatas, maka formulir faktur penjualan tunai dapat digunakan untuk merekam data mengenai nama pembeli dan alamat pembeli, tanggal transaksi, kode dan nama barang, kuantitas, harga satuan, jumlah harga, nama dan kode wiraniaga, otoritas terjadinya berbagai tahap transaksi.

Faktur penjualan tunnai diisi oleh fungsi penjualan yang berfungsi sebagai pengantar pembayaran oleh pembeli kepada fungsi kas dan sebagai dokumen sumber untuk pencatatan transaksi penjualan ke dalam penjualan. Tembusan faktur ini dikirimkan oleh fungsi penjualan kepada fungsi pengiriman sebagai perintah penyerahan barang kepada pembeli yang telah melaksanakan pembayaran harga barang ke fungsi kas.Tembusan faktur ini juga berfungsi sebagai slip pembungkus (*packing slip*) yang ditempelkan oleh fungsi pengiriman di atas pembungkus, sebagai alat pendeteksi bungkusan barang.

2) Pita register kas (*cash register tape*)

Dokumen ini di hasilkan oleh fungsi kas dengan cara mengoprasikan mesin register kas (cas RegisterPita register kas ini merupakan bukti penerimaan kas yang dikeluarkan oleh fungsi kas dan merupakan dokumen pendukung faktur penjualan tunai yang dicatat dalam penjualan.

b. Dokumen yang digunakan dalam penjualan kredit

Dokumen-dokumen yang digunakan dalam penjualan kredit menurut Mulyadi (2013:214)adalah sebagai berikut :

1) Surat order pengiriman

Surat order pengiriman merupakan dokumen pokok untuk memproses penjualan kredit kepada pelanggan.

2) Faktur penjualan dan tembusan

Faktur penjualan merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang tembusan surat order pengiriman terdiri dari:

a) Faktur penjualan merupakan lembar pertama yang dikirim oleh fungsi penagihan kepada pelanggan.
b) Tembusan piutang merupakan tembusan faktur yang dikirim oleh fungsi penagihan dan akuntansi sebagai dasar utuk mencatat piutang kedalam buku besar.
c) Bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan kedalam jurnal umum. Dalam sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

D. Hubungan Harga Diskon dengan Nilai Penjualan

Nilai penjualan sangat bermanfaat dalam evaluasi dan pengendalian kegiatan pamasara suatu perusahaann. Dimana dalam mengevaluasi dan mengendalikan kegiatan suatu perusahaan, pihak manajemen membutuhkan berbagai informasi yang berkaitan dengan berbagai tingkat penjualan produk suatu perusahaan. Sehinggan dengan mengetahui nilai penjualan maka pihak manajemen perusahaan akan dapat mengetahui produk mana yang terjual dengan baik dan produk mana yang memerlukan tambahan promosi. Dari sudut pandang konsumen, harga biasanya didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Selain itu,

harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Karenanya kita dapat dikatakan bahwa harga merupakan elemen yang sangat penting dalam proses pertukaran.

Tercapainya target penjualan dalam suatu perusahaan akan memberikan kontribusi terhadap perolehan keuantungan atau laba sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berjalan.

Kemampuan manajemen yang baik agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat nilai penjualan produk. Pembeliann harga diskon biasanya di ikuti oleh peningkatan niali penjualan dan kecil kemungkinan apabila pemberian harga diskon dapat menurunkan penjualan denngan ketentuan waktu yag tepat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Seperti pada hari raya Idul Fitri dimana banyak masyarakat membutuhkan berbagai macam barang. Oleh karena itu apabila ingin meningkat dan mencapai penjualan yang menguntungkan, salah satu cara yang dapat menguntungkan, salah satu cara yang dapat dilaksanakan adalh pemberian harga diskon, jadi nilai diskon sangat pempunyai pengaruh dalam nilai penjualan..

E. Penelitian Terdahulu

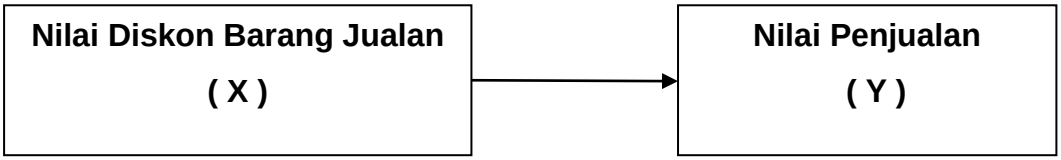
Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini daftar beberapa penelitian terdahulu seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Penelitian terdahulu

No.	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Septika, 2010	Pengaruh Penetapan Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Serasi Auto Raya (Trac Astra) Bandung	-Uji Normalitas -Uji Multikolinearitas -UjiHeteroskeditasitas -Uji Autokorelasi -Pengujian Regresi Linier Berganda -Uji t	Penetapan harga diskon tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan
2	Yulianto, 2014	Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel “Alfamart”	-Uji Normalitas -Uji Multikolinearitas -UjiHeteroskeditasitas -Uji Autokorelasi -Pengujian Regresi Linier Berganda -Uji t	Variabel promosi, potongan harga, dan pelayanan baik secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada alfamart.
3	Sari, 2018	Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada PT. Mestika Mandiri Medan	-Uji Normalitas -Uji Multikolinearitas -UjiHeteroskeditasitas -Uji Autokorelasi -Pengujian Regresi Linier Berganda -Uji t	Berdasarkan analisa data dan pembahasan dalam penelitian maka diperoleh jawaban dari rumusan masalah yaitu ada pengaruh biaya promosi dan potongan harga terhadap jumlah penjualan produk pada PT. Mestika Mandiri Medan.

F. KerangkaPikir

Untuk lebih mempermudah penjelasan tentang pengaruh nilai diskon barang jualan terhadap nilai penjualan, maka dibuat kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang harus dibuktikan dengan melakukan penelitian. Dengan adanya dugaan sementara ini bertujuan agar peneliti dapat lebih terarah dalam melakukan penelitian. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah nilai diskon barang jualan berpengaruh positif terhadap nilai penjualan.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep yang berlokasi di Jalan Sultan Hasanuddin Nomor 14 Tumampua Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep. Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 6 bulan yaitu dari bulan Januari sampai dengan Juni 2020.

B. Jenis danSumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka-angka yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Sedangkan Data kualitatif adalah data dari penjelasan kata verbal tidak dapat dianalisis dalam bentuk bilangan atau angka.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dansekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi langsung di Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep dan data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan Tanya jawab dengan pihak Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep serta pihak-pihak yang berkompeten mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Dokumentasi dan kepustakaan

Dokumentasi dan kepustakaan yaitu pengumpulan data melalui dokumen-dokumen resmi milik Indomaret Plus Sulhas Kabupaten Pangkep seperti laporan keuangan dan biaya, sarana pendukung aktivitas perusahaan dan profil perusahaan serta data yang diperoleh dengan cara membaca literatur-literatur, bahan referensi, dan hasil penelitian lainnya.

D. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah data nilai diskon dan penjualan pada idomaret Plus Sulhas Pangkep. Sampel yang diambil yaitu data diskon penjualan selama 92 hari (3 bulan) menggunakan sampel

random dengan masa pengamatan selama 3 bulan dari bulan mei hingga juli 2020.

E. Metode Analisis Data

Berdasarkan masalah pokok, tujuan dan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk menguji kebenaran yang telah dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan penulis sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif kuantitatif

Metode analisis dengan menggunakan analisis deskritif kuantitatif yaitu dengan cara data yang diperoleh dari dokumentasi laporan keuangan perusahaan di deskripsikan untuk mendapatkan gambaran tentang kecenderungan dari data yang diamati.

2. Analisis regresi linear sederhana

Uji regresi linear sederhana di gunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Persamaan regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2014:261) yakni sebagai berikut :

$$\boldsymbol{Y = a + bX}$$

Keterangan :

X = Nilai Diskon (Variabel Bebas)

Y = Nilai Penjualan (Variabel Terikat)

a = Nilai Konstan

b = Kemiringan atau Koefisien Regresi

Sedangkan untuk menentukan besarnya nilai a dan b maka digunakan persamaan matematika sebagai berikut:

$$\mathbf{a} = \frac{(\sum \mathbf{y}).(\sum \mathbf{x^2}) - (\sum \mathbf{x}).(\sum \mathbf{xy})}{\mathbf{n}.(\sum \boldsymbol{x^2}) - (\sum \boldsymbol{x})^{\mathbf{2}}} \mathbf{b} = \frac{\mathbf{n}.(\sum \mathbf{xy}) - (\sum \mathbf{x}).(\sum \mathbf{y})}{\mathbf{n}.(\sum \boldsymbol{x^2}) - (\sum \boldsymbol{x})^{\mathbf{2}}}$$

3. Koefisien korelasi (r)

Korelasi adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidak adanya hubungan serta arah hubungan dari kedua variabel atau lebih. Besar kecilnya hubungan antara dua variabel dinyatakan dalam bilangan yang disebut koefisien korelasi.

Adapun rumus yang digunakan untuk uji korelasi menurut Riduwan (2014:228) ialah sebagai berikut :

$$\mathbf{r} = \frac{\mathbf{n}\,(\sum \mathbf{xy}) - (\sum \mathbf{x})(\sum \mathbf{y})}{\sqrt{[\mathbf{n}.\sum \mathbf{x^2}(\sum \mathbf{x})^2]}\sqrt{[\mathbf{n}.\sum \mathbf{y^2}(\sum \mathbf{y})^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

X = Variabel Bebas (nilai diskon)

Y = Variabel Terikat (nilai penjualan)

Tabel 3. Interpertasi Koefisien Korelasi

Interval Koenfisien	Tingkat Hubungan
0.80 – 1.000	Sangat kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.40 – 0.599	Cukup kuat

0.20 – 0.399	Rendah
0.00 – 0.199	Sangat rendah

Sumber : J. Supranto 2008

4. Analisis koefisien determinasi (r^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran yang biasanya digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yang dikalikan dengan 100%.

Adapun rumus yang digunakan untuk uji koefisien determinasi menurut Riduwan (2014:228) ialah sebagai berikut :

$$\boldsymbol{KD = r^2 . 100\%}$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

5. Pengujian hipotesis (Uji t)

Uji t-test digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji t dengan tingkat pengujian pada signifikansi 5 % dan derajat kebebasan (*degree of freendom*) atau df=(n-k). Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

a. Jika t hitung < dari t tabel maka Ho ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika t hitung > dari t tabel maka Ho diterima, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun rumus yang digunakan untuk uji t menurut Riduwan (2014:229) ialah sebagai berikut :

$$\mathbf{t_{hitung}} = \frac{\mathbf{r\sqrt{n-2}}}{\mathbf{\sqrt{1-r^2}}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien Korelasi

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Bulan

F. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional berdasarkan variabel yang digunakan pada penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Nilai diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode tertentu.
2. Nilai penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.

BAB IV
SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Indomarco Prismata (Indomaret)

PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) adalah perusahaan swasta yang didirikan oleh bapak Benny Kristianto yang berawal dari pemikiran untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan sehar-hari. Berawal dari pemikiran tersebut PT. Indomarco Prismatama akhirnya berupaya untuk mendalami dan meneliti kebutuhan mendasar dari suatu kelompok masyarakat. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu masyarakat cenderung lebih menyukai berbelanja di gerai modern yang menyediakan kebutuhan yang lebih lengkap dan menawarkan kenyamanan dalam berbelanja.

Kantor pusat PT. Indomarco Prismatama berada di Jalan Ancol I No. 9-10 Ancol Barat Jakarta Utara, PT. Indomarco Prismatama memiliki kantor cabang dan distribution centre (DC) di Jakarta, Jatake (Tangerang), Bekasi (Cikarang), Parung (Bogor), Cimanggis (Depok), Bandung, Semarang, Surabaya, dan Lampung. Kurang lebih 2.000 toko telah dimiliki PT. Indomarco Prismatama sampai pada akhir tahun 2007.

Pada awal berdirinya Indomaret hanya memiliki outletnya di lokasi perkantoran saja. Seiring dengan semakin berkembangnya waktu maka Indomaret terus mengembangkan sayapnya dengan membuka gerai di kawasan perumahan-perumahan, perkantoran, lokasi wisata dan lokasi bisnis lainnya. Indomaret merupakan pelopor bisnis waralaba minimarket di Indonesia yamg dimulai pada tahun 1997 dengan membuka dua toko.

Sedangkan diakhir tahun 2006 Indomaret sudah memiliki 750 toko yang tersebar diseluruh Indonesia.

Pada awal berdirinya Indomaret memiliki konsep penyelenggaraan gerai dengan ukuran 200 m2 yang berlokasi di dekat hunian konsumen yang dimaksudkan agar konsumen dapat menjangkau Indomaret dengan mudan dan demi menyediakan layanan yang lebih maksimal kepada para konsumen. Namun seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pasar yang semakin beragam,maka Indomaret terus melakukan inovasi dan terjadilah proses pengembangan untuk mengoperasikan suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Tahun 1997 Indomaret membukan akses untuk melakukan pola kemitraan (waralaba) bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan dengan sendirinya mengelola gerai Indomaret. Pola waralaba ini didukung oleh sistem dan format bisnis yang mumpuni.Pengalaman panjang yang telah teruji dan menjadi tolak ukur Indomaret dalam menjalankan usahanya itu mendapat sambutan positif masyarakat, terlihat darijumlah gerai waralaba Indomaret meningkat dengan tajam, dari 2 gerai pada tahun 1997 menjadi 1097 gerai pada Mei 2008.Hingga tahun 2015 jumlah gerai adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik Indomaret sendiri dan sisanya 40% waralaba milik masyarakat. Sampai dengan awal tahun 2017, jumlah gerai sebanyak 13.000 toko.Program waralaba Indomaret yang tidak rumit terbukti dapat diterima masyarakat. Bahkan,dalam memasuki era globalisasi sinergi

pewaralaba (Indomaret) dan terwaralaba (masyarakat) ini merupakan salah satu keunggulan domestik.

B. Sumber Daya Perusahaan

1. Sumber keuangan perusahaan

Pada tahap awal pendanaan Indomaret dibiayai oleh Salim grup, salah satu grup konglomerasi terbesar di Indonesia yang merupakan *shareholder* terbesar di Indomaret. Berkaca dari tujuan Indomaret yang selalu ingin dekat kepada konsumennya, maka Indomaret melakukan ekspansi ke seluruh Indonesia, akan tetapi strategi ekspansi itu akan membutuhkan biaya yang cukup besar dan beresiko, jika didanai sendiri. Oleh karena itu Indomaret memperkenalkan suatu sistem yang akan menjadi *trend* kedepannya dalam dunia bisnis, yaitu *franchise*.

Setelah terbukti menjadi minimarket terdepan di Indonesia dengan sudah memiliki 700 gerai, maka pada tahun 1997, Indomaret menelurkan pola kemitraan yaitu *franchise .* Pola kemitraan ini membuka peluang bagi masyarakat luas yang ingin menjalankan bisnis waralaba untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Sistem *franchise* yang ditawarkan oleh Indomaret menjadi solusi terbaik bagi kedua belah pihak, yaitu *franchisor* (Indomaret) dan *franchisee* (pemiliki gerai *franchise*). Bagi Indomaret, system *franchise* adalah strategi ekspansi dengan melibatkan modal pihak lain sehingga Indomaret tidak perlu mengeluarkan 100% biaya yang dibutuhkan dalam membangun gerai, selain itu dapat juga meminimalisasi resiko yang mungkin timbul. Sedangkan bagi *franchisee*, maka mereka

akan memiliki toko Indomaret yang sudah terbukti memiliki sistem dan format bisnis yang baik, sehingga ini merupakan salah satu tipe investasi yang menarik bagi masyarakat.

Strategi *franchisee* pun terbukti *booming*, mulai dari tahun 1997 yang hanya memiliki 2 gerai *franchise* saja, menjadi 1965 gerai pada tahun 2011. Akibat strategi ini, Indomaret pun mendapat penghargaan yang diberikan oleh Presiden Megawati Soekarnoputri, yaitu “Perusahaan Waralaba”, pada tahun 2003.

Setelah sukses dengan *franchisee*, Indomaret merasa masih perlu sumber pendanaan lain, yang akan digunakan untuk membangun gerai-gerai dan juga membangun *distribution center* yang rencananya akan didirikan disetiap kota di Indonesia, yang dibuat untuk dapat melayani gerai-gerai Indomaret di kota tersebut, hal ini bertujuan agar tidak terjadi *stock out* dan dapat memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu mulai tahun 2009 Indomaret mulai melakukan kerjasama dengan melakukan pinjaman kepada bank, walaupun memiliki resiko bunga yang tinggi, tetapi kebijakan ini tetap diambil, karena bank dapat memberikan pinjaman dana dalam jumlah yang besar dengan jangka waktu yang lama.

Kasus teranyar adalah pada tahun 2012, dimana Indomaret ingin menambah sebanyak 800 gerai dalam 1 tahun, tentu saja jika hanya lewat sistem *franchise*, hal tersebut sulit dicapai. Hal itulah yang menyebabkan Indomaret bekerjasama dengan CIMB NIAGA untuk mencapai target 800 gerai tersebut. Dengan adanya biaya peminjaman

dari CIMB NIAGA ini, maka jika ingin membangun 1 gerai yang bernilai Rp.500 juta – Rp. 600 juta, maka 60%-70% berasal dari pembiayaan CIMB NIAGA dan sisanya 30% dikeluarkan oleh calon investor (*franchisee*).

2. Sumber daya teknologi

Laju pertumbuhan gerai Indomaret yang cepat dengan transaksi melebihi 98 juta struk per bulan, dapat terlaksana karena didukung oleh system informasi yang andal. Sistem tersebut terintegrasi pada setiap *point of salas* (POS) kasir di semua gerai yang mencakup sistem penjualan, persediaandan penerimaan barang. Teknologi di POS kasir tersebut sudah dirancang untuk memenuhi kebutuhan perkembangan jumlah gerai dan transaksi pada masa depan.

Untuk mempercepat pelayanan dan kenyamanan berbelanja di kasir, Indomaret menggunakan pemindai (scanner barcode), pembayaran i.saku, Indomaret card, Jack card, pembayaran debit dan penarikan tunai dari berbagai bank. Dalam bidang distribusi barang Indomaret menerapkan *Picking System* dan *Tail Gate System* pada setiap pusat distribusinya. Kedua sistem ini mempercepat dan meningkatkan efisiensi proses pengambilan barang dari rak penyimpanan dan pemuatan barang ke armada pengiriman maupun penurunan barang di gerai Indomaret.

C. Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama

Struktur organisasi di PT. Indomarco Prismatama terdiri dari ;

1. Branch Manager.
2. Deputy Branch Manager.

3. Manager-manager yang bertanggung jawab terhadap masing-masing departemen yang berada di bawah pengawasannya.
4. Supervisor

   Bertanggung jawab untuk memonitor semua rekap itulasi dan laporan di setiap divisi atau depertemen yang membawahinya disamping itu juga mengontrol kinerja divisi serta membuat laporan kinerja divisi.
5. Officer, Bertanggung jawab sepenuhnya kepada supervisor setiap divisi/departemen yang membawahinya yang terdiri dari stafmasing-masing divisi yang dibawahi oleh supevisor
6. Clerk, Staf-staf yang membantu bagian officer dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.

Departemen-departemen yang ada dalam struktur organisasi PT.Indomarco Prismatama adalah:

1. Distribution center

   Sistem distribusi dirancang dengan sangat efisien dengan jaringan pemasok yang dapat diandalkan dalam menyediakan produk yang terkenal dan tentunya berkualitas serta sumber daya manusia yang memiliki kompetensi yang baik menjadikan PT. Indomarco Prismatama memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen. Saat ini *Distribution Centre* PT. Indomarco Prismatama berada di Ancol, Jakarta, Cimanggis, Depok, Tangerang, Bandung, Surabaya, Medan, Jombang dan lain sebagainya.
2. Area

Bertanggung jawab dalam menjalankan operasional toko di setiap daerah.

3. Finace Reguler

   Bertanggung jawab dalam mengatur hal keluar masuknya uang atas toko-toko yang dimiliki olehPT indomarco Prismatama sendiri.

4. Finance Franchise

   Bagian yang bertanggung jawab dalam hal keluar masuk uang atas toko-tokoyang dimiliki PT. Indomarco Prismatama yang pengelolaanya menggunakan sistem waralaba (*franchise*) yang dikelola oleh masyarakat/perorangan.

5. Accounting and Tax Reguler

   Bagian yang bertanggung jawab dalam hal membuat dan menusun laporan keuangan dan menyusun laporan pajak untuk toko-toko yang dimiliki PT. Indomarco Prismatama Sendiri

6. Accounting and Tax Franchise

   Bagian yang bertanggung jawab dalam hal membuat dan menusun laporan keuangan dan menyusun laporan pajak untuk toko-toko PT. Indomarco Prismatama yang pengelolaanya menggunakan sistem franchise/waralaba yang dikelolah perorangan .

7. EDP and BIC

   Electronic data procesing adalah bagian yang bertanggung jawab dalam hal menginput semua data dan memproses data tersebut sehingga dapat menampilkan laporan keuangan secara

terkomputerisasi. Sedangkan Bagian BIC bertugas umtuk mengontrol seiap barang yang keluar dan masuk.

8. Personel and General Affair

   Bagian yang bertanggung jawab untuk mencari dan merekrut karyawan baru dan bagian ini juga bertanggung jawab dalam hal pelatihan karyawan agar sesuai standar yang di inginkan PT. Indomarco Prismatama. Semua kebutuhan semua departemen yang ada di PT. Indomarco Prismatama Development juga diatur oleh bagian Personel And General Affair.

9. Development

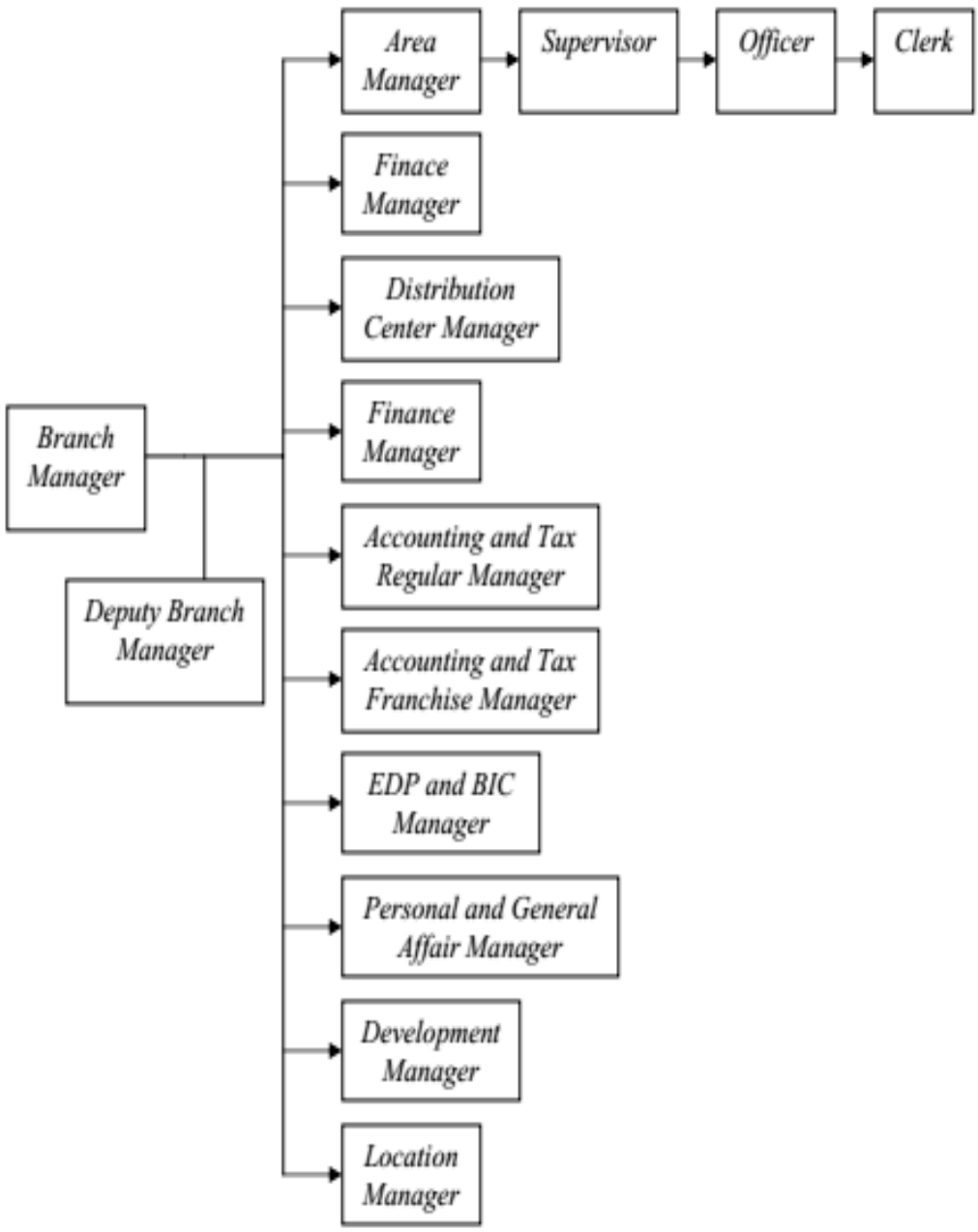
   Bagian yang bertugas untuk melaksanakan segala hal yang berhubungan dengan promosi toko.

10. Location

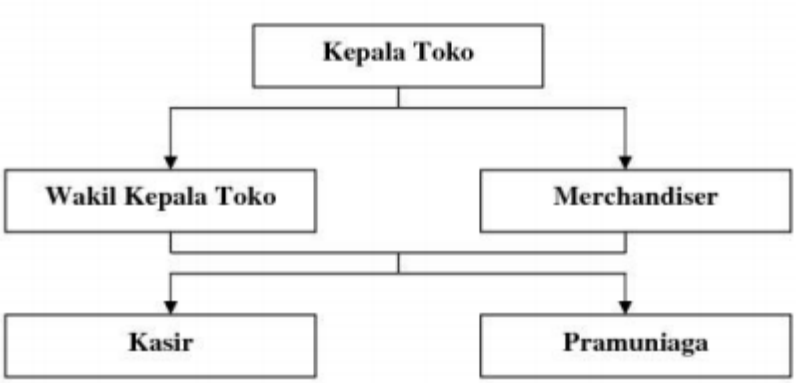
    Bertanggung jawab dalam mencari lokasi-lokasi baru yang dianggap strategis dan bisa dijangkau oleh konsumen dengan mudah untuk selanjutnya dilakukan pembukaan toko yang baru.

11. Project

    Bagian yang bertanggung jawab dalam hal pengembangan toko dan renovasi



Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama



Gambar 3. Struktur Organisasi Toko Indomaret

Berikut ini tugas dalam Struktur Organisasi Toko Indomaret

1. Kepala toko :

a. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional

b. Mengkoordinir semua aktifitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan

c. Mengkoordinir dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan

d. Berkoordinir dan berhubungan dengan area coordinator atau departemen lain dalam menanggulangi masalah di dalam toko

e. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.

2. Wakil kepala toko :

a. Mengkoordinir dan menjalan semua kegiatan opersional

b. Mengkoordinir semua aktifitas di dalam memberikan kepuasan pelangggan

c. Mengkoordinir dan mengelola bawahan dengan budaya perusahaan

d. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari hari
e. Melapor dan meminta persetujuan kepada kepala toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.

3. Merchandiser :

a. Mengkoordinir permintaan barang dagangan dari distribution center
b. Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distribution center
c. Mengkoordinir pendisplayan barang dagangan di rak rak nya maupun di gudang
d. Memastikan sarana promosi terpasang sesuai petunjuk
e. Menjaga dan merawat sarana promosi
f. Menggantikan kepla toko dan asisten kepala toko apabila sedang off.

4. Pramuniaga :

a. Membersihkan lingkungan sekitar toko baik di dalam maupun di luar
b. Memberikan pelayanan kepada pelanggan
c. Mendiplay barang dagangan baik di gudang maupun dirak
d. Menerima barang yang datang
e. Mempersiapkan keperluan sarana keperluan toko
f. Menerima penitipan barang
g. Melakukan transaksi penjualan langsung
h. Melakukan penawaaran barang promosi ataupun tidak ke pelanggan
i. Mempersiapkan retur barang ke distribution center

j. Menyebarkan leafleat promosi ke warga sekitar toko

k. Melakukan pengawan dan pencagahan barang hilang atau rusak

l. Stock opname

m. Mencetak harga barang

5. Kasir :

a. Melakukan transaksi langsung

b. Melaksanakan kebersihan

c. Menerima penitipan barang

d. Persiapan retur barang

e. Stok opname

f. Menyebar leaflat

g. Mempersiapkan sarana toko

h. Melakukan pendisplay barang

i. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Diskon barang jualan

Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual dalam suatu periode waktu yang telah ditentukandengan tujuan untuk menarik minat konsumen membeli suatu produk. Umummya barang jualan didiskon untuk menarik perhatian dan minat konsumen agar membeli dalam jumlah yang besar disamping itu dengan adanya pemberian diskondiharapkan konsumen dapat tertarik untuk datang berbelanja kembali dilain waktu.

Tabel 4. Nilai diskon barang jualan

No	Uraian	Diskon Barang Jualan
1	Rata-rata	Rp. 2,775,441
2	NilaiTertinggi	Rp. 8,339,282
3	NilaiTerendah	Rp. 1,504,427

Sumber: Data diolah dengan microsoft excel 2010

Tabel 4 merupakan nilai rata-rata, nilai tertinggi dan terendah dari tabel pada lampiran 1. Dari tabel 4 dapat dilihat nilai rata-rata diskon yaitu Rp2,775,441. Nilai diskon tertinggi yang diperoleh yaitu sebesar Rp8,339,282 yang terjadi pada tanggal 25 Mei 2020 dan nilai diskon terendah terjadi pada tanggal 2 Juli 2020 senilai Rp1,504,427.

2. Penjualan

Didalam sebuah perusahaan khususnya dalam perusahaan yang bergerak dibidang usaha perdagangan, penghasilan utama yang

dihasilkannya ialah berasal dari penjualan. Penjualan adalah suatu kegiatan rutin yang dilakukan oleh perorangan atau perusahaan dalam menawarkan barang dan jasanya kepada konsumen, yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan semakin mengembangkan usaha.

Tabel 5. Penjualan

No	Uraian	Penjualan (Rp)
1	Rata-rata	Rp. 26,989,742
2	NilaiTertinggi	Rp. 54,978,903
3	NilaiTerendah	Rp. 19,764,557

Sumber: Data diolah dengan microsoft excel 2010

Dari tabel 5 dapat dilihat nilai rata-rata penjualan yaitu Rp26,989,742. Nilai penjualan tertinggi sebesar Rp 54,978,903 tercapai pada tanggal 23 Mei 2020 dan nilai penjualan terendah terjadi pada16 Juli 2020 sebesar Rp19,764,557

B. Uji Hipotesis

1. Analisis regresi linear sederhana

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana mengacu pada perbandingan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.05:

a. Jika nilai signigikansi < 0.05, artinya variable x berpengaruh terhadap variable y
b. Jika nilai signifikansi >0.05, artinya variable x tidak berpengaruh terhadap variable y

Tabel 6. Hasil analisis regresi linear sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15690100.148	774259.341		20.265	.000
	Diskon	4.071	.258	.857	15.784	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics 20

Dari tabel 6. dapat dilihat nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0.000. Jika dilihat dari dasar pengambilan keputusan maka dapat disimpulkan bahwa variabel x (diskon) berpengaruh terhadap variabel y (penjualan)

2. Koefisien korelasi (r)

Dasar pengambilan keputusan analisis koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 7. Hasil analisis koefisien korelasi

Correlations

		Diskon	Penjualan
Diskon	Pearson Correlation	1	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
Penjualan	Pearson Correlation	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics 20

Dari tabel 7 dapat dilihat nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0.000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel x (diskon) berkorelasi

dengan variabel y (penjualan) dengan derajat hubungan sebesar 0.857 yang berarti nilai diskon barang jualan memiliki korelasi sangat kuat dengan nilai penjualan seperti yang tertera pada tabel 3.

3. Koefisien determinasi (r^2)

Koefisien determinasi adalah persentase yang biasanya digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi sendiri berkisar antara 0 sampai 1.

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857[a]	.735	.732	2828235.416

a. Predictors: (Constant), Diskon

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics 20

Semakin tinggi persentase nilai koefisien determinasi maka semakin baik variabel x (diskon) dalam menjelaskan variabel y (penjualan). Berdasarkan tabel 9. nilai koefisien determinasi yaitu 0.735. hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 73.5%. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan variabel x (diskon) dapat menjelaskan variabel y (penjualan) dengan baik. Sedangkan 26.5% di pengaruhi oleh variabel lain, selain variabel yang di gunakan dalam penelitian ini misalnya kenyamanan berbelanja ,penawaran,kualitas produk,persediaan,tempat dan lain-lain.

4. Uji T

Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika t hitung < dari t tabel maka Ho ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
b. Jika t hitung > dari t tabel maka Ho diterima, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15690100.148	774259.341		20.265	.000
	Diskon	4.071	.258	.857	15.784	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics 20

Dari tabel 8 dapat dengan IBM SPSS Statistics 20

Dari tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 15.784 selanjutnya tentukan koordinat pada t_{tabel} dengan rumus:

$$\alpha/2;n-k-1$$

Keterangan:

α = Taraf signifikansi

n = Jumlah Bulan

k = jumlah variabel x

Dari tabel pada lampiran 2 dapat dilihat bahwa nilai t_{tabel} adalah 1.98667. Jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya variabel x (diskon) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap variabel y (penjualan) atau hipotesis awal diterima.

C. Pembahasan

Semakin tinggi nilai diskon yang diberikan maka semakin besar pula nilai penjualan atau dapat dikatakan kenaikan nilai diskon berbanding lurus dengan nilai perjualan.Pengaruh nilai diskon barang jualan terhadap nilai penjualan pada Indomaret Plus Sulhas pangkep jika dilihat dari hasil yang diperoleh dari setiap pengujian dapat dikatakan bahwa pemberian diskon berpengaruh terhadap volume penjualan.Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Yulianto (2014) yang memperoleh kesimpulan yaitu “Variabel promosi, potongan harga, dan pelayanan baik secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada alfamart”.

Hal ini terjadi karena pelanggan yang tadinya hanya membeli beberapa produk kemudian di tawarkan diskon akhirnya membeli produk diskon sehingga barang di toko banyak yang terjual yang pada akhirnya meningkatkan nilai penjualan.

BAB VI
PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh nilai diskon terhadap nilai penjualan pada Indomaret Plus Sulhas Pangkep maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil Analisa dengan analisis regresi linear menunjukkan nilai signifikansi 0.000 yang artinya variabel x (diskon) berpengaruh terhadap variabel y (penjualan)
2. Variabel x (diskon) berkorelasi dengan variabel y (penjualan) dengan derajat hubungan sebesar 0.857 yang artinya korelasi sempurna.
3. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.735. hal ini berarti penetapan nilai diskon akan mempengaruhi nilai penjualan sebesar 73,5%. Sedangkan sisanya 26.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya kenyaman berbelanja dan lain-lain.
4. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} 15.784 dan t_{tabel} 1.98667. Nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} artinya H_a diterima. Dengan demikian hiposisis awal “Nilai diskon barang jualan berpengaruh positif terhadap nilai penjualan” diterima.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Diharapkan pihak perusahaan lebih memperhatikan kualitas pelayanan, serta menentukan strategi pemberian diskon sehingga

konsumen merasa tertarik dan nyaman dalam berbelanja yang berdampak positif terhadap angka penjualan Indomaret

2. Bagi peneliti selanjutnya

Para peneliti lain diharapkan lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambah sampel, obyek penelitian, serta beberapa variabel lain yang berpengaruh terhadap volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok :

Albert Kurniawan. 2009. *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. Yogjakarta: Penerbit media krom.

Armstrong dan Philip Kotler. 2003. Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan.

Bambang, Riyanto, 2001. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi

Brigham Eugene.F. dan Hoston joel F. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* terjamahan Edisi 10. Jakarta: Salemba 4.

Brigham, F dan Houston, J. 2001. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 8,

Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

Chandra Yulianto. 2014, *Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel "Alfamart" (Study Kasus Alfamart : PT. Alfariatri Jaya)*

Endhar Widjaya Putra, 2014. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen yang Membeli Produk Diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang).

Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta

Horne, James C. Van dan John M Wachowicz Jr. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen.*

Intan Septika, 2010.*Pengaruh Penetapan Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Serasi Auto Raya (Trac Astra) Bandung,*Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama.Jakarta: PT.Indeks Gramedi

J. Supranto. 2008. *Statistika Teori dan Aplikasi, edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Josep Tolisindo. 2017. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara.* ISSN NO: 2541- 3406.

Kasmir. 2012., *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta : PT. Raja Grafindo PersadaKedua. PT Prehallindo. Jakarta. Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kasmir. 2012, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Kolter,Philip 2003, *Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas,* Jakarta indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Lamb, Hair Mc Daniel. 2010, *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan).* Alih Bahasa: Andreas Winardi. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Mulyadi. 2013. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat

Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana PT Raja Grafindo Persad

Nur Muharimah Wulan Sari. 2018. *Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada PT. Mestika Mandiri Medan.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.*

Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Graha Ilmu

Riduwan. 2014. *Dasar-dasar Statistika. Bandung*. CV Alfabeta.

Samryn, L.M. 2014. *Pengantar Akuntansi* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Samryn, L. M. 2014. *Pengantar Akuntansi*. Edisi IFRS. Jakarta: Rajawali PerSujarweni, V. Wiratna. 2015. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

R.Y.S Emor., A.S. Soegoto. 2016. *Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.

Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat. Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Sugiyono.2011.*Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta

Sulistiyowati Leny. 2010. *Panduan Praktis Memahami Analisi Laporan Keuangan,* Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.

Sundjaja, Ridwan S. dan Inge Barlian. 2001. *Manajemen Keuangan Dua*. Edisi

Sutisna.2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.Bandung:PT Remaja Rosdakarya

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data nilai diskon dan nilai penjualan bulan Mei-Juni 2020

2. Data bulan Mei

Tanggal	Diskon	Penjualan
1 Mei 2020	Rp3,944,027	Rp37,522,189
2 Mei 2020	Rp2,319,338	Rp25,840,591
3 Mei 2020	Rp2,403,286	Rp25,770,825
4 Mei 2020	Rp1,779,918	Rp23,298,581
5 Mei 2020	Rp2,385,114	Rp27,313,566
6 Mei 2020	Rp1,812,605	Rp22,496,547
7 Mei 2020	Rp2,090,573	Rp22,230,094
8 Mei 2020	Rp3,272,295	Rp31,484,279
9 Mei 2020	Rp3,619,968	Rp25,703,826
10 Mei 2020	Rp2,710,695	Rp26,063,473
11 Mei 2020	Rp4,101,805	Rp27,327,444
12 Mei 2020	Rp3,888,968	Rp29,322,312
13 Mei 2020	Rp3,180,686	Rp28,249,675
14 Mei 2020	Rp2,003,314	Rp23,885,422
15 Mei 2020	Rp3,683,886	Rp28,944,565
16 Mei 2020	Rp2,328,459	Rp25,329,228
17 Mei 2020	Rp4,868,082	Rp27,257,173
18 Mei 2020	Rp3,318,675	Rp30,698,904
19 Mei 2020	Rp2,500,909	Rp27,040,399
20 Mei 2020	Rp4,526,173	Rp30,779,130
21 Mei 2020	Rp4,314,091	Rp29,098,824
22 Mei 2020	Rp5,561,477	Rp37,333,519
23 Mei 2020	Rp7,649,055	Rp54,978,903
24 Mei 2020	Rp2,507,114	Rp31,418,702
25 Mei 2020	Rp8,339,282	Rp50,232,594
26 Mei 2020	Rp2,952,623	Rp31,333,032
27 Mei 2020	Rp2,095,032	Rp27,523,201
28 Mei 2020	Rp1,894,027	Rp25,820,835
29 Mei 2020	Rp2,093,129	Rp27,847,825
30 Mei 2020	Rp2,058,845	Rp25,717,308
31 Mei 2020	Rp2,115,264	Rp23,183,118

3. Data bulan Juni

Tanggal	Diskon	Penjualan
1 Juni 2020	Rp2,550,820	Rp24,684,973
2 Juni 2020	Rp4,003,214	Rp33,549,834
3 Juni 2020	Rp1,611,091	Rp23,748,319
4 Juni 2020	Rp1,960,773	Rp27,138,828
5 Juni 2020	Rp2,256,005	Rp25,861,944
6 Juni 2020	Rp2,263,595	Rp27,511,349
7 Juni 2020	Rp2,509,841	Rp27,296,433
8 Juni 2020	Rp2,059,750	Rp25,699,108
9 Juni 2020	Rp2,723,500	Rp26,726,253
10 Juni 2020	Rp1,601,191	Rp23,396,696
11 Juni 2020	Rp1,926,307	Rp26,015,419
12 Juni 2020	Rp1,621,036	Rp21,716,951
13 Juni 2020	Rp2,534,164	Rp26,105,780
14 Juni 2020	Rp2,656,441	Rp27,811,863
15 Juni 2020	Rp4,043,095	Rp28,056,079
16 Juni 2020	Rp1,833,832	Rp20,863,713
17 Juni 2020	Rp2,891,464	Rp23,148,146
18 Juni 2020	Rp2,161,636	Rp23,388,568
19 Juni 2020	Rp1,942,364	Rp22,572,790
20 Juni 2020	Rp1,913,573	Rp21,679,270
21 Juni 2020	Rp1,910,200	Rp22,826,947
22 Juni 2020	Rp2,938,091	Rp26,614,758
23 Juni 2020	Rp2,353,236	Rp23,693,122
24 Juni 2020	Rp2,183,838	Rp24,097,821
25 Juni 2020	Rp2,155,436	Rp23,950,360
26 Juni 2020	Rp2,927,264	Rp25,253,521
27 Juni 2020	Rp3,598,555	Rp30,761,881
28 Juni 2020	Rp3,228,027	Rp28,393,219
29 Juni 2020	Rp3,271,818	Rp26,275,017
30 Juni 2020	Rp5,118,409	Rp36,271,636

4. Data bulan Juli

Tanggal	Diskon	Penjualan
1 Juli 2020	Rp1,622,655	Rp23,801,009
1 Juli 2020	Rp1,622,655	Rp23,801,009
2 Juli 2020	Rp1,504,427	Rp25,663,753
3 Juli 2020	Rp2,076,627	Rp26,418,629
4 Juli 2020	Rp2,247,473	Rp28,415,799
5 Juli 2020	Rp1,931,168	Rp24,814,076
6 Juli 2020	Rp2,002,073	Rp22,732,337
7 Juli 2020	Rp2,223,618	Rp29,630,433
8 Juli 2020	Rp2,109,891	Rp23,664,542
9 Juli 2020	Rp1,716,773	Rp22,535,527
10 Juli 2020	Rp1,959,632	Rp23,403,042
11 Juli 2020	Rp2,799,918	Rp29,372,390
12 Juli 2020	Rp1,745,800	Rp20,149,184
13 Juli 2020	Rp2,440,355	Rp24,100,690
14 Juli 2020	Rp2,461,405	Rp22,982,799
15 Juli 2020	Rp2,637,945	Rp23,260,308
16 Juli 2020	Rp2,195,691	Rp19,764,557
17 Juli 2020	Rp2,823,142	Rp28,030,305
18 Juli 2020	Rp3,810,345	Rp33,276,302
19 Juli 2020	Rp2,233,047	Rp22,337,479
20 Juli 2020	Rp2,799,527	Rp23,843,207
21 Juli 2020	Rp2,487,973	Rp22,411,752
22 Juli 2020	Rp2,544,286	Rp26,291,475
23 Juli 2020	Rp1,953,609	Rp22,254,435
24 Juli 2020	Rp2,793,009	Rp24,664,737
25 Juli 2020	Rp2,664,536	Rp26,359,614
26 Juli 2020	Rp2,645,882	Rp26,184,293
27 Juli 2020	Rp2,914,918	Rp22,679,489
28 Juli 2020	Rp2,982,527	Rp27,114,691
29 Juli 2020	Rp2,370,900	Rp26,072,226
30 Juli 2020	Rp4,170,573	Rp40,323,599
31 Juli 2020	Rp3,403,543	Rp34,346,894

Mengetahui,
Kepala Toko

Heri

Lampiran 2. Distribusi t $_{tabel}$

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954