

PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK SKINCARE PADA KLINIK KECANTIKAN ANYE MEDICAL ESTETIK DI KELURAHAN PERANAP, KECAMATAN PERANAP, KABUPATEN INDRAGIRI HULU

THE EFFECT OF DISCOUNTED PRICES ON SALES VOLUME OF SKINCARE PRODUCTS AT ANYE MEDICAL ESTETIK BEAUTY CLINICS IN PERANAP VILLAGE, PERANAP SUB-DISTRICT, INDRAGIRI HULU DISTRICT

Efa Naula Lathifah

Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Islam Riau, Jln. Kaharuddin Nasution No. 113
Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia 9022
E-mail: efanaulalathifah@student.uir.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Produk Skincare Pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik Diklurahan Peranap, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu. Variabel X dalam penelitian ini adalah Potongan harga dengan indikator Jumlah Potongan Harga dan Masa Potongan Harga sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah Volume penjualan dengan indikator Total Penjualan dan Mendapatkan Laba. Sampel penelitian berjumlah 30 responden, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian survey deskriptif dan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan software SPSS 22. Hasil penelitian ini bahwa pada variabel Potongan Harga dengan indikator Jumlah Potongan Harga dan Masa Potongan Harga. Sedangkan untuk variabel Volume Penjualan dengan indikator total penjualan dan mendapatkan laba, dari penelitian regresi linier sederhana menunjukkan bahwa Potongan Harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap Volume Penjualan, yang memiliki pengaruh sebesar 54% sedangkan sisanya sebesar 46% menggambarkan variabel lain seperti Promosi, Distribusi, SDM dan Proses.

Kata Kunci: Potongan Harga dan Volume Penjualan

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the effect of price cuts on the sales volume of skincare products at the Anye Medical Estetik Beauty Clinic, Peranap Subdistrict, Peranap District, Indragiri Hulu Regency. The X variable in this research is Price Discounts with indicators for Number of Price Discounts and Price Discount Period, while the Y variable in this research is Sales Volume with indicators for Total Sales and Earning Profit. The research sample consisted of 30 respondents, This type of research is descriptive survey research and quantitative research methods using SPSS 22 software. The results of this research are that the Price Discount variable has indicators for the Number of Price Discounts and the Price Discount Period. Meanwhile, for the Sales Volume variable with the Total Sales and Profit indicators, simple linear regression research shows that Price Discounts have a significant relationship with Sales Volume, which has an influence of 54% while the remaining 46% reflects other variables such as Promotion, Distribution, HR and Process.

Keywords: *Discounted Prices and Sales Volume*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, masyarakat modern sangat menekankan pada kebersihan diri, meningkatkan daya tarik, percaya diri dan rasa tenang melalui make up. Oleh karena itu, banyaknya masyarakat khususnya wanita yang sangat berhati-hati dalam memilih produk kecantikan sesuai dengan kebutuhannya.

Banyaknya produk kecantikan yang muncul menyebabkan persaingan yang semakin ketat untuk mempertahankan oprasional bisnis. Pengusaha harus mampu bersaing dengan mengelola strategi bauran pemasaran yang tepat, sehingga berguna dalam meningkatkan nilai penjualan. Pentingnya memahami bagian-bagian dalam strategi bauran pemasaran untuk kajian pengambilan keputusan dalam bauran pemasaran.

Menurut (Ritonga et al. 2018) strategi bauran pemasaran dapat menjadi suatu kesatuan yang bermanfaat bagi seorang pengusaha tanpa terkecuali dan memiliki tingkat kesinambungan yang baik dalam pelaksanaannya. Kemudian menurut (Zainurossalamia 2020) strategi bauran pemasaran, seperti halnya bauran pemasaran, memiliki peranan penting dalam menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dipasarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.

Kegiatan strategi bauran pemasaran setiap perusahaan memiliki perbedaan hal ini dikarenakan oleh kondisi perusahaan itu sendiri. Menurut (Ritonga et al. 2018) bauran pemasaran adalah sekumpulan variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam rentang sasarannya. Selanjutnya menurut (Wicaksana et al.

2022) bauran pemasaran merupakan sekumpulan elemen yang berguna bagi perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Terdapat beberapa variabel bauran pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan pemasaran perusahaan, salah satu tujuannya adalah meningkatkan volume penjualan yang di jelaskan dalam buku (Whardhana et al. 2021) berjudul Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep) bahwa bauran pemasaran terdiri dari 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process & physical evidence). Bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran perusahaan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Product (produk), produk dapat berupa barang, jasa, dan bukan sekedar barang dan jasa tetapi segala sesuatu yang berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh produsen. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Price (harga), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa atau sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan nilai produk tersebut untuk memperoleh manfaat, kepemilikan, atau penggunaan produk tersebut. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel dan dapat berubah dengan cepat dalam waktu singkat dibandingkan dengan elemen bauran pemasaran lainnya.
3. Promotion (promosi), promosi merupakan sesuatu yang digunakan untuk menarik dan membujuk pasar tentang produk barang atau jasa yang baru melalui periklanan, penjualan

- pribadi, promosi penjualan atau publikasi.
4. Place (Saluran pemasaran atau distribusi). Distribusi adalah tindakan pemilihan dan pengelolaan saluran pemasaran suatu produk atau jasa dengan menggunakan sekelompok perusahaan atau individu-individu yang membantu mendistribusikan produk atau jasa tersebut ke suatu pasar sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
 5. People (karyawan), yaitu proses pemilihan, pelatihan, dan pemberian motivasi kepada karyawan sebagai pembuat perbedaan untuk mempengaruhi persepsi pembeli dan memenuhi kepuasan pelanggan.
 6. Phycal evidence (bukti fisik) yaitu bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa sebagai nilai tambah yang ditunjukkan kepada konsumen, pelanggan, dan calon pelanggan.
 7. Process (proses), artinya seluruh prosedur, mekanisme, dan aluran operasional aktual dari sistem penyampaian layanan konsumen.

Terdapat banyak pertimbangan yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan konsumen. ketika konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya, terdapat beberapa faktor yang menjadi bahan pertimbangan. Salah satu pertimbangannya adalah harga. Harga adalah sejumlah nominal uang yang dikeluarkan konsumen untuk penyediaan produk barang atau jasa yang diberikan oleh pengusaha. Menurut (Kotler and Keller 2019) harga tidak terbatas pada angka yang berada pada label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi.

Dalam melakukan pemasaran produk atau jasa, harga merupakan faktor yang

dapat mengubah volume penjualan. Harga produk dapat ditetapkan berdasarkan kondisi pasar, lingkungan dan situasi bisnis. Harga sewaktu-waktu dapat berubah, untuk tetap menarik minat konsumen maka perusahaan dapat melakukan potongan harga. Potongan harga adalah tindakan menurunkan harga awal suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut (Wijoyo et al. 2020) harga diskon adalah jumlah total potongan harga dari harga yang telah ditentukan. Kemudian menurut (Putri 2017:110) ketentuan perusahaan sering kali mengubah harga awal untuk memberi penghargaan kepada pelanggan, seperti pembayaran awal, jumlah pembelian, dan pemberian diluar musim hal ini disebut potongan harga.

Anye Medical Estetik merupakan klinik kecantikan pertama yang beridiri di kecamatan peranap, klinik kecantikan Anye Medical Estetik telah dibuka selama kurang lebih 6 tahun. Klinik kecantikan ini menyediakan tempat untuk melakukan perawatan kecantikan dan dapat juga melakukan konsultasi mengenai produk kecantikan, selain sebagai tempat perawatan dan konsultasi seputar kecantikan klinik kecantikan ini juga menyediakan produk-produk kecantikan berupa skincare.

Dalam memasarkan produk skincarenya klinik kecantikan Anye Medical Estetik melakukan strategi harga. Klinik kecantikan Anye Medical Estetik melakukan potongan harga setiap akhir bulan untuk produk skincare sebesar 10 persen, potongan harga pada hari besar 50% dan potongan harga akhir tahun 50%. Berikut ini adalah daftar harga beserta potongan harga yang diberikan oleh Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik :

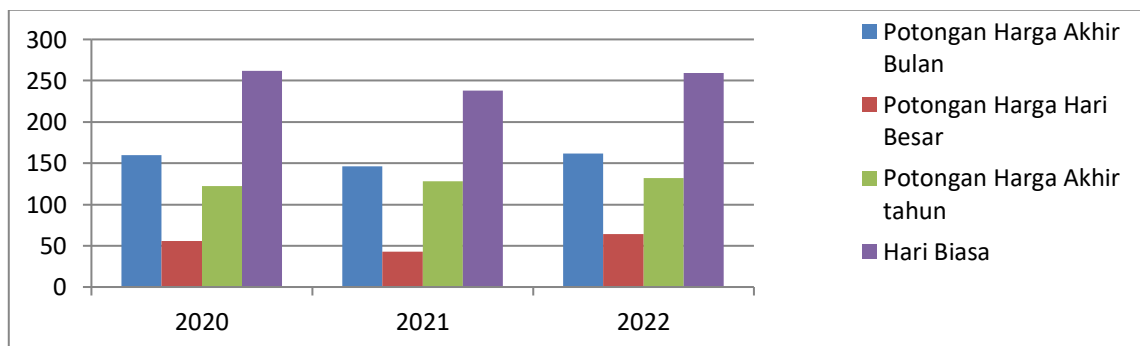
Tabel 1. Daftar Harga Produk Skincare pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik

No	Nama Produk	Harga Normal	Harga Diskon Akhir Bulan 10%	Harga Diskon Hari Besar 50%	Harga Diskon Akhir Tahun 50%
1.	Paket Skincare Acne 1. Facial Foam Acne 2. Toner Brightening 3. Cream Malam 4. Cream Siang	380.000	342.000	190.000	190.000
2.	Paket Flek 1. Facial Foam White 2. Toner Brightening 3. Daily Suncare	350.000	315.000	175.000	175.000
3.	Paket Brightening 1. Facial Foam White 2. Toner Brightening 3. Cream Malam 4. Cream Siang	380.000	342.000	190.000	190.000

Sumber: Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik 2023

Dari daftar harga di atas terlihat bahwa klinik kecantikan Anye Medical Estetik melakukan potongan harga dalam tiga kurun waktu yang berbeda yaitu pada saat akhir bulan selama dua hari dengan memberi potongan harga sebesar 10%, kemudian pada saat hari besar atau hari spesial seperti menjelang hari raya idul fitri dan hari ulang tahun klinik potongan harga berlaku selama tujuh hari dan memberi

potongan harga sebesar 50%, terakhir potongan harga dilakukan pada saat akhir tahun berlaku selama tujuh hari dan memberi potongan harga sebesar 50%. Klinik kecantikan Anye Medical Estetik telah melakukan kegiatan peningkatan volume penjualan salah satunya adalah potongan harga Berikut ini adalah data penjualan pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik:



Gambar 1. Grafik Data penjualan produk skincare pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik

Sumber: klinik kecantikan Anye Medical Estetik 2023

Dapat dilihat dari grafik data penjualan di samping selama 3 tahun

berturut-turut penjualan tidak stabil pada tahun 2020 penjualan pada saat potongan

harga akhir bulan mencapai 160 botol skincare terjual, pada saat potongan harga hari besar produk terjual sebanyak 56 botol skincare dan pada saat potongan harga akhir tahun produk terjual sebanyak 122 botol skincare, penjualan hari biasa hanya mencapai 262 botol.

Kemudian pada tahun 2021 penjualan pada saat potongan harga akhir bulan mencapai 219 botol skincare terjual, pada saat potongan harga hari besar produk terjual sebanyak 143 botol skincare dan pada saat potongan harga akhir tahun produk terjual sebanyak 128 botol skincare, penjualan hari biasa hanya mencapai 65 botol. Selanjutnya pada tahun 2021 penjualan pada saat potongan harga akhir bulan mencapai 318 botol skincare terjual, pada saat potongan harga hari besar produk terjual sebanyak 95 botol skincare dan pada saat potongan harga akhir tahun produk terjual sebanyak 81 botol skincare, penjualan hari biasa hanya mencapai 63 botol. Pelanggan pada klinik kecantikan anye medical estetik mencapai 253 orang, maka dari jumlah populasi sebanyak 253 orang peneliti mengambil sampel berjumlah 30 orang.

Dalam menjalankan usaha tidak selamanya kita akan mendapatkan peningkatan penjualan dan mendapatkan keuntungan. Penurunan penjualan pasti akan di rasakan, penurunan penjualan dapat di akibatkan oleh persaingan usaha, kurangnya strategi promosi, dan dapat juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan.

Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengetahui, apakah dengan adanya potongan harga yang dilakukan akan meningkatkan volume penjualan perusahaan. Oleh sebab itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Produk Skincare Pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik Di Kelurahan Peranap, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu."

Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas maka dapat disajikan rumusan masalah :

- a. Apa saja potongan harga yang dilakukan Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik?
- b. Berapa volume Penjualan Produk Skincare Pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik?
- c. Apakah pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan Produk Skincare pada klinik kecantikan Anye Medical Estetik?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan pada rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Potongan Harga apa saja yang dilakukan oleh Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.
- b. Untuk mengetahui volume penjualan produk skincare pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.
- c. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan produk skincare Pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.

Disamping dari tujuan penelitian di atas, penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat antara lain:

- a. Kegunaan Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis sendiri untuk memperluas dan memperdalam wawasan tentang teori-teori pemasaran, khususnya tentang potongan harga dan volume penjualan.
- b. Kegunaan praktis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi atau masukan bagi Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.
- c. Kegunaan akademis, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan

dalam melakukan penelitian pada masa yang akan datang.

STUDI KEPUSTAKAAN

Potongan Harga

Menurut (Kotler & Keller, 2009) diskon adalah harga resmi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang bersifat lunak untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa. Kemudian menurut (Tjiptono 2008) diskon adalah potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai ungkapan penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang memuaskan bagi penjual.

Dari pernyataan definisi potongan harga yang dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa potongan harga adalah pengurangan harga awal yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen atas produk yang dibeli, hal ini berguna untuk meningkatkan penjualan.

a. Tujuan potongan harga

Menurut (Tjiptono 2008) tujuan utama penetapan harga khususnya dalam pemotongan harga atau diskon yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan berorientasi pada laba, setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba.
2. Tujuan berorientasi pada volume, selain tujuan berorientasi pada laba, ada perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives.
3. Tujuan berorientasi pada citra, perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.
4. Tujuan stabilitasi harga, Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive

terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka.

5. Tujuan-tujuan lainnya, harga dapat ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

b. Jenis-jenis diskon

Menurut (Kotler & Keller, 2009:93) terdapat beberapa jenis diskon, yaitu sebagai berikut:

1. Diskon, Pengurangan harga bagi pembeli yang membayar tagihannya tepat waktu .
2. Diskon kuantitas, Pengurangan harga kepada mereka yang membeli dalam volume besar, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan.
3. Diskon fungsional, Diskon (disebut juga diskon dagang) ditawarkan oleh produsen kepada anggota saluran dagang jika mereka akan melakukan fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan, dan pencatatan.
4. Diskon musiman, diskon musiman merupakan potongan harga yang diberikan hanya pada masa-masa tertentu saja. Diskon musiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli barang-barang yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang.
5. Insentif (Allowance), Pembayaran ekstra dirancang untuk mendapatkan partisipasi

penjual prantara dalam program khusus.

c. Indikator pengukur diskon

Menurut (Sutisna 2002), Diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Adapun aspek-aspek atau indikator yang berkaitan dengan potongan harga atau diskon adalah:

1. Jumlah potongan harga, banyaknya potongan harga yang diberikan pada saat produk di diskon.
2. Masa potongan harga, jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya diskon.

Volume Pejualan

a. Pengertian Penjualan

Menurut (Dharmamesta and Handoko 2004) penjualan adalah interaksi antara individu yang bertatap muka untuk menciptakan, meningkatkan, mengendalikan, atau mempertahankan hubungan pertukaran untuk kepentingan pihak lain.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Menurut (Whardhana et al. 2021) sebagai berikut:

1. Product (produk), produk dapat berupa barang, jasa, dan bukan sekedar barang dan jasa tetapi segala sesuatu yang berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh produsen. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat

ditawarkan di pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Price (harga), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa atau sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan nilai produk tersebut untuk memperoleh manfaat, kepemilikan, atau penggunaan produk tersebut. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel dan dapat berubah dengan cepat dalam waktu singkat dibandingkan dengan elemen bauran pemasaran lainnya.
3. Promotion (promosi), promosi merupakan sesuatu yang digunakan untuk menarik dan membujuk pasar tentang produk barang atau jasa yang baru melalui periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan atau publikasi.
4. Place (Saluran pemasaran atau distribusi). Distribusi adalah tindakan pemilihan dan pengelolaan saluran pemasaran suatu produk atau jasa dengan menggunakan sekelompok perusahaan atau individu-individu yang membantu mendistribusikan produk atau jasa tersebut ke suatu pasar sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
5. People (karyawan), yaitu proses pemilihan, pelatihan, dan pemberian motivasi kepada karyawan sebagai pembuat perbedaan untuk mempengaruhi persepsi pembeli dan meningkatkan penjualan.

6. Phycal evidence (bukti fisik) yaitu bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa sebagai nilai tambah yang ditunjukkan kepada konsumen, pelanggan, dan calon pelanggan.
 7. Process (proses), artinya seluruh prosedur, mekanisme, dan alur operasional aktual dari sistem penyampaian layanan konsumen.
- c. Pengertian Volume Penjualan
- Pengertian volume penjualan menurut Ngalimun, dkk 2019 dalam (Fransiskho, Sumarsan, and Julitawaty 2021), “volume penjualan adalah total penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.” Selanjutnya volume penjualan menurut (Rangkuti 2009) dalam bukunya berjudul strategi promosi yang kreatif, pengertian volume penjualan diantaranya:
1. Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.
 2. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan yang dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, liter.
 3. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang.
- Dari penjelasan mengenai definisi volume penjualan di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil kegiatan penjualan yang dilakukan oleh produsen dalam hal ini perusahaan ketangan konsumen, dalam upaya mencapai tujuan yaitu memaksimalkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu.
- d. Indikator volume penjualan
- Menurut (Ngalimun, dkk 2019) terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yaitu:
1. Total penjualan.
 2. Mendapatkan laba.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah atau spesifik karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional an sistematis. Data penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic. Tujuan penggunaan metode ini agar peneliti bisa mengetahui secara jelas dan konkret tentang pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan produk pada Klinik Kecantikan Anye Medicare Estetik.

Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan lokasi penelitian pada klinik kecantikan Anye Medicare Estetik, di kecamatan peranap, kabupaten Indragiri hulu, klinik kecantikan ini termasuk klinik kecantikan pertama yang berada di kecamatan peranap. akan tetapi diketahui bahwa akhir-akhir ini klinik kecantikan tersebut sepi pengunjung sehingga menyebabkan volume penjualannya menurun, maka dari itu penulis melakukan penelitian dilokasi ini karena ingin mengetahui apa pengaruh potongan harga yang dilakukan klinik kecantikan terhadap volume penjualannya.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono 2013). Dalam menentukan sampel, (Sugiyono 2019)

mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini peneliti menarik sampel sebanyak 30 orang, karena dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurve normal menurut (Singaribun dan Effendi 1995).

Tabel 2. Populasi Dan Sampel Penelitian Pengaruh Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Klinik Kecantikan Anye Medicare Estetik Di Kelurahan Peranap Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu.

No	Jenis Populasi	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
Informan:			
1	Pemimpin	1	1
Responden:			
1	Pelanggan	253	30
Jumlah		254	31

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik incidental sampling, yang mana teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Rekapitulasi Variabel Potongan Harga

NO	Indikator	Pilihan Jawaban			Jumlah skor
		Setuju (3)	Ragu-ragu (2)	Tidak Setuju (1)	
1.	Jumlah Potongan Harga	19	11	0	236
		168	68	0	
2.	Masa Potongan Harga	17	13	0	232
		156	76	0	
Jumlah Skor					468
Skor Tertinggi (3 x 30 x 6)					540
Kategori					Setuju

Sumber : Data Olahan Penelitian 2023

Dari tabel 3 dapat disimpulkan berdasarkan observasi, kuesioner, wawancara yang dilakukan penulis dapat

dilihat jawaban setiap indikator kategori baik dengan skor 468 dengan sub indikator yang mempengaruhi ialah indikator Jumlah

Potongan Hargadengan skor 236, dimana pelanggan Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik telah menerima berbagai macam jumlah potongan harga seperti potongan harga akhir bulan, potongan

harga hari besar, dan potongan harga akhir tahun, maka hal ini mampu meningkatkan volume penjualan pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.

Tabel 4. Rekapitulasi Variabel Volume Penjualan

NO	Indikator	Pilihan Jawaban			Jumlah skor
		Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	
1.	Total Penjualan	17	13	0	230
		150	80	0	
2.	Mendapatkan Laba	19	11	0	236
		168	68	0	
Jumlah Skor					466
Skor Tertinggi (3 x 30 x 6)					540
Kategori					Setuju

Sumber : Data Olahan Penelitian 2023

Dari tabel 4 dapat disimpulkan berdasarkan observasi, kuesioner, wawancara yang dilakukan penulis dapat dilihat jawaban setiap indikator kategori baik dengan skor 466 dengan sub indikator yang mempengaruhi ialah indikator Mendapatkan Laba dengan skor 236, dimana pelanggan Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik telah menerima keuntungan dari jumlah potongan harga seperti potongan harga akhir bulan 10%, potongan harga hari besar 50%, dan potongan harga akhir tahun 50%, maka dengan adanya keuntungan yang diapat oleh pelanggan hal ini akan berpengaruh terhadap

meningkatnya volume penjualan pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik.

Uji Validitas

Uji validitas kuesioner Potongan Harga dan Volume Penjualan dikatakan valid apabila setiap pernyataan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, pernyataan yang terdapat pada kuesioner mampu menjadi alat ukur dalam fenomena yang diteliti.

Suatu pernyataan dikatakan valid jika nilai *r hitung* > *r tabel*, maka item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Data Variabel Potongan Harga

Potongan Harga				
No	Item	r hitung	r tabel (a=0.05)	Keterangan
1	X1	0,824	0,361	Valid
2	X2	0,693	0,361	Valid
3	X3	0,794	0,361	Valid
4	X4	0,696	0,361	Valid
5	X5	0,815	0,361	Valid
6	X6	0,787	0,361	Valid

Sumber : SPSS 22, 2023

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Data Variabel Volume Penjualan

Volume Penjualan				
No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan

			($\alpha=0.05$)	
1	Y1	0.758	0,361	Valid
2	Y2	0.669	0,361	Valid
3	Y3	0.818	0,361	Valid
4	Y4	0.758	0,361	Valid
5	Y5	0,722	0,361	Valid
6	Y6	0,872	0,361	Valid

Sumber: SPSS 22, 2023

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan angka indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau konstan dan waktu ke waktu (Gozali, 2005)

pengukuran yang dinyatakan reliabel apabila jika $\alpha > 0,6$ maka pernyataan tersebut reliabel.

Program SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha sama atau lebih dari 0,60 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
1	Potongan Harga	6	0,861	0.60	Reliabel
2	Volume Penjualan	6	0,859	0.60	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS 22, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien Alpha untuk variabel Potongan harga (X) sebesar $0,861 > 0,60$ dan Volume Penjualan (Y) sebesar $0,859 > 0,60$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel karena nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 dan disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab v tentang pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan produk skincare pada klinik kecantikan anye medical estetik di kelurahan peranap, kabupaten indragiri hulu maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Potongan Harga pada klinik kecantikan anye medical estetik dikelurahan peranap, kecamatan peranap, kabupaten Indragiri Hulu

dilihat berdasarkan indikator jumlah potongan harga dan masa potongan harga berada pada kategori setuju.

2. Volume Penjualan pada klinik kecantikan Anye Medical Estetik dikelurahan Peranap, kecamatan peranap, Kabupaten Indragiri Hulu dilihat berdasarkan indikator total penjualan dan mendapatkan laba berada pada kategori setuju.
3. Terdapat pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan produk skincare pada klinik kecantikan anye medical estetik dikelurahan peranap kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu yaitu sebesar 54% sedangkan sisanya 46% menggambarkan variabel lain seperti produk, promosi, distribusi, karyawan/SDM, dan proses (Whardhana et al. 2021) yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai potongan harga terhadap volume penjualan produk skincare pada Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik Dikelurahan Peranap Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak Klinik Kecantikan Anye Medical Estetik dapat memperatahkan potongan harga pada produk skincare, karena variabel porongan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan, sehingga volume penjualan akan semakin meningkat.

Diharapkan pihak klinik kecantikan anye medical estetik dapat lebih memeperhatikan ketersediaan produk skincare anye medical estetik karena ada beberapa produk kosong pada saat momen potongan harga, serta dapat meningkatkan promosi seperti melakukan iklan di media sosialmisalnya tik-tok, instagram, facebook dll, untuk distribusi produk pihak kelinik diharapkan dapat merekrut reseler untuk menyalurkan produk skincare anye medical estetik agar memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, kemudian untuk karyawan (SDM) diharapkan kepada klinik kecantikan anye medical estetik dapat melakukan pelatihan dan memberikan motivasi kepada SDM yang berada dalam klinik kecantikan anye medical estetik agar dapat mempengaruhi persepsi baik pembeli dan dapat meningkatkan penjualan. Dan dalam proses penyampaian layanan pada pelanggan juga dapat diharapkan lebih ditingkatkan kembali agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memberikan informasi

mengenai produk skincare anye medical estetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, F., Agustin, H., Sasraningsih, E., Noor, A. N. B. M., Ismail, I. B., Abdullah, N. A. B. N., & Ibrahim, I. I. B. (2023). Analysis of the Influence of Zakat Distribution on Poverty Rates in Riau Province during the Covid-19 Pandemic. *Res Militaris*, 13(2), 328-339.
- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2019). A feasibility study of the expansion of the districts of Pelalawan Regency, South Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 41-57.
- Afrizal, A., Munaf, Y., Yogia, M. A., Suri, D. M., Prayuda, R., & Amri, P. (2023). Government-Owned Digital Services to Overcome the Spread of COVID-19, Case in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(5), 1553-1563.
- Agustin, H., Almuttaqin, M. A., Yusnita, R. R., & Safitri, N. (2023). Analyzing Business Feasibility: A Comprehensive Study Using Hamdi's Method. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 521-534.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Sundari, E., & Yusrawati, Y. (2023). Feasibility Analysis of Boutique Business Development "Myfashionproject" In Pekanbaru. *Journal of System and Management Science*, 13(1), 85-102.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Sundari, E., & Yusrawati, Y. (2023). Feasibility Analysis of Boutique Business Development "Myfashionproject" In

- Pekanbaru. *Journal of System and Management Science*, 13(1), 85-102.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Tanjung, A. R., & Said, M. (2018). Ownership structure and bank performance. *Banks and Bank Systems*, 13(1), 80-87.
- Agustin, H., Rosyadi, M. I., & Firdaus Abd Rahman, A. (2021). Islamic Financial Theory in Overcoming Economic Crisis Due to COVID-19 Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(5).
- Agustin, H., Yusrawati, E. S., Hidayah, T. H. N., & Arizza, N. V. The Impact of Income Smoothing on Bank Performance: An Islamic Perspective on Listed Banks in Indonesia (2014-2018).
- Azni, A., Yuanda, L., Hatta, Z. M., & Mariyanti, T. (2016). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI ALAT DALAM MEMREDIKSI KECENDERUNGAN TERJADINYA KEBANGKRUTAN PADA BANK UMUM SYARIAH; BNI SYARIAH, BRI SYARIAH, MANDIRI SYARIAH, MEGA SYARIAH, BUKOPIN SYARIAH (Suatu Studi Penggunaan Model Altman's Z-Score). *Jurnal Dakwah Risalah*, 27(1), 1-9.
- Azwirman, A., Zulhelmy, Z., & Suryadi, A. (2019). Analysis of islamicity performance index on sharia banks in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3), 221-232.
- Eka Nuraini Rachmawati, A. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Agency Cost, dan Dividend Payout Ratio terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012. *Jurnal Al-Iqtishad*, 10(1), 55-67.
- Faishol, M. L., Yogia, M. A., Prayuda, R., & Wahyudi, S. (2024). Evaluating Conservation Assistance Programs in the Anambas Islands Marine Protected Area Using the CIPP Model. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(4).
- Ghani, M. M., Osman, M. N., Omar, S. Z., Mohd Radzi, S. R. K., Mustafa, W. A., & Mardatillah, A. (2023). Current Approaches of Artificial Intelligence (AI) in Leading Behavioural Change: The Latest Review. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 35(1), 143-155.
- Ginting, W. R., & Hamim, S. (2016). Pelaksanaan Pengawasan Oleh Dinas Kesehatan Terhadap Produksi Air Bersih Isi Ulang Di Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(2), 128-143.
- Hamim, S., & Indrastuti, S. (2019). The Open System of Strategic Planning for the Development of Rural Autonomy in Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 27-40.
- Hamim, S., & Indrastuti, S. (2019). The Open System of Strategic Planning for the Development of Rural

- Autonomy in Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 27-40.
- Hamim, S., & Vianda, L. (2019). Strategi Pembangunan Kontekstual Terpadu Sektor Perkebunan, Pertanian, Peternakan, Perikanan Dan Industrialisasi Pengolahan Menjadi Pakan Ternak dan Ikan. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(2), 206-216.
- Hamim, S., Vianda, L., & Pitaloka, S. (2020). Penerapan Prinsip Prinsip Pelayanan Publik Di Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Catatan Sipil Kantor Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 1-10.
- Karya, D., Hasan, H., & Kadir, E. A. (2017). Impact of forest fire to economic and environment in Riau Province Indonesia. *International Business Management*.
- Kausarian, H., Sumantyo, J. S., Kuze, H., Karya, D., & Panggabean, G. F. (2016). Silica Sand Identification using ALOS PALSAR Full Polarimetry on The Northern Coastline of Rupaat Island, Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(5), 568-573.
- Mardatilla, A. (2012). Peranan Wanita dalam pengembangan usaha kecil rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 207-214.
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 34.
- Mardatillah, A., Raharja, S. U. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2019). Riau Malay food culture in Pekanbaru, Riau Indonesia: commodification, authenticity, and sustainability in a global business era. *Journal of Ethnic Foods*, 6, 1-10.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Prayuda, R. (2023). Sustainability of Business Strategy Based on Indigenous Product Creativity in the Weaving Industry of Palm Oil Waste in Riau, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2571-2578.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Prayuda, R. (2023). Sustainability of Business Strategy Based on Indigenous Product Creativity in the Weaving Industry of Palm Oil Waste in Riau, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2571-2578.
- Mardatillah¹, A., Raharja, S. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2020). Human Capital and Partnership to Achieve of Sustainable Competitive Advantage in Micro and Small Business. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(5), 1415.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.

- Nurman, N., Sujianto, S., Saputra, T., & Prayuda, R. (2020). Participatory Village Development Planning Model. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 324-336.
- Nurman, Yusriadi, Y., & Hamim, S. (2022). Development of pluralism education in Indonesia. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 106-120.
- Prihatin, P. S., & Rinaldi, K. (2013). The Policy Implementation in Development Water Front City in District Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Studi Pemerintahan*.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad jual beli dalam perspektif fikih dan praktiknya di pasar modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(2), 785-806.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad Penerbitan Sukuk di Pasar Modal Indonesia dalam Perspektif Fikih. *Al-'Adalah*, 14(1), 225-262.
- Rachmawati, E. N., & Ab Muminbin Ab Ghani, A. J. (2015). Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(4).
- Rachmawati, E. N., & Purwanti, S. V. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, debt to equity ratio (DER), rating bond dan maturitas terhadap yield obligasi pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 186-199.
- Rachmawati, E. N., & Saputra, R. (2019). The Influence of Institutional Ownership and Profitability to The Value of Property Company and Real Estate in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-36.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rauf, R., Nurman, N., Sharifah Zarina, S. Z., & Muhammad Rizal Razman, M. R. R. (2017). Strategic issues on primary students' knowledge towards sustainability of human habitat and environment.
- Riau, M. A. I. (2020). Analisis Framing "Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos "(A Framing Analysis Of "Islam Defense Action" As Islamic Dakwah On Riau Pos Newspaper). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1).
- Rinaldi, K. (2019). The emergence of crime areas in Pekanbaru city in the view of anomie theory. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3).
- Rosmayani, R. (2019). Employee Performance Factors in Service Quality at Regent's/City's

- Investment and One Stop Integrated Services (DPMPTSP) in Riau Province. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*.
- Rosmayani, R. (2020). Perspektif Bisnis: Kajian Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 43-50.
- Rusby, Z., Hamzah, Z., Karya, D., & Abdul Kadir, E. (2016). Application of Mudharabah Financing toward Small and Medium Entrepreneur in Bank Muamalat Pekanbaru Branch Indonesia. *International Business Management*, 10(6), 778-783.
- Syofia, N., Yogya, M. A., Prayuda, R., Prihatin, P. S., Rosmayani, R., & Ismardi, I. (2022). Analysis of transformational leadership style of junior high school principals of 30 Pekanbaru cities. *International Journal of Health Sciences*, (IV), 589-598.
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking potential social value creation to improve digital startup performance: The role of government institutional support and social entrepreneurship. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 30(1).
- Wahyudi, S., Yogya, M. A., & Amrillah, M. F. (2023). Unlocking user-driven innovation and sustainable competitive advantage through partnership: An open innovation perspective. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 31(1).
- Yogya, M. A., & Suri, D. M. (2020). Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Usaha Ekonomi Kelurahan. *Sosio Konsepsia*, 9(03), 247-256.
- Yogya, M. A., Wedayanti, M. D., & Nurmandi, A. (2019). Regional Development Management through CSR in Pelalawan District, Riau Province. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, CREATIVITY AND CHANGE (IJICC)*, 10(3), 239-255.
- Yunisman, Y., Salioso, H., Febrianto, S., Prayuda, R., & Mardatillah, A. (2022). Analysis of quality of animal health services by veterinary medical and veterinary paramedic services in food security and agricultural agency of Rokan Hilir Regency. *International Journal of Health Sciences*, 14(3), 1030-1046.