

**STRATEGI PENJUALAN  
MENGUNAKAN POTONGAN HARGA  
DI MIE GACOAN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**Aidah Yuliana**  
NIM : E20162030

Pembimbing :

**Dr. Moch. Chotib, S.Ag.MM**  
NIP. 197107272002121003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2021**

**STRATEGI PENJUALAN  
MENGUNAKAN POTONGAN HARGA  
DI MIE GACOAN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**Aidah Yuliana**  
**NIM : E20162030**

**Disetujui Pembimbing :**

  
**Dr. Moch. Chotib, S.Ag. MM**  
**NIP. 197107272002121003**

# STRATEGI PENJUALAN MENGUNAKAN POTONGAN HARGA DI MIE GACOAN JEMBER


## SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

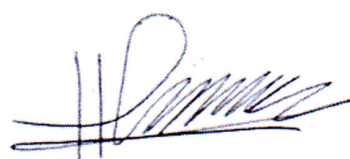
Hari : Kamis  
Tanggal : 25 Maret 2021

### Tim Penguji

Ketua

  
M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I  
NIP.197503032009011009

Sekretaris

  
Nur Hidayat, SE., M.M  
NUP.201603132

Anggota:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M.
2. Dr. Moch. Chotib, M.M



Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Jember

  
Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si.  
NIP.19680807 200003 1 001

## ABSTRAK

**Aidah Yuliana, Moch. Chotib, S.Ag.MM, 2021: Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember**

strategi penjualan itu sendiri yakni rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana dapat meningkatkan volume penjualan produknya dan dapat memenuhi serta memberikan kepuasan akan permintaan konsumen. Dalam dunia kuliner pedagang harus mempunyai sifat yang jujur. apabila berdagang dalam keadaan tidak jujur, bisa jadi akan mengurangi kualitas dagangan yang dijual. Apalagi dalam dunia bisnis salah satunya dunia bisnis kuliner sebagai pemilik usaha harus bisa mempertahankan kualitas produk tersebut. Uniknya berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk membuat konsumen tertarik pada produknya, salah satunya adalah program pemberian diskon. Seperti yang dilakukan Mie Gacoan saat ini memberikan diskon kepada pelanggannya dari 2 Maret hingga 20 Maret 2020 dengan promo diskon 50% untuk produk mie andalannya, Mie Setan Dari harga RP.10.000 kini menu tersebut dapat dinikmati dengan membayar RP.5.000 saja, promo ini diluncurkan karena antusias masyarakat yang sangat tinggi.

Fokus penelitian yang ada dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember? (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dari strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Dalam penentuan subjek penelitian peneliti menggunakan teknik purposive, dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah : (1) Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga, ada tiga yaitu, (a). Penerapan Potongan Harga yaitu tujuan dari menerapkan potongan harga di Mie Gacoan adalah untuk menaikkan angka penjualan, dengan adanya potongan harga secara tidak langsung akan menarik minat pembeli sekaligus mempertahankan pelanggan supaya datang ke gerai Mie Gacoan. (b). Strategi Penjualan yaitu Strategi Penjualan Di Mie Gacoan dari segi lokasi cukup strategis karena dekat dengan kampus, kos mahasiswa dan karyawan. Harganya pun sangat terjangkau, ukuran Mienya kecil, teksturnya kenyal, porsinya juga cukup banyak, topping pangsitnya full ayam, tempatnya nyaman bisa digunakan untuk mengerjakan tugas dan bersantai karena dilengkapi dengan fasilitas seperti colokan listrik, wifi dan musik yang update. (c). Penerapan Potongan Harga yaitu bahwa penerapan potongan harga Di Mie Gacoan adalah berani memberikan potongan harga sebesar 50 % diawal buka, dan potongan harga menggunakan aplikasi Gojek dan Grab sebesar 40 % dari tanggal 2 Desember hingga 2 Februari 2020 dengan syarat pembelian minimal 30.000 sedangkan untuk promo lainnya juga ada ketentuannya seperti adanya batasan waktu dan di berlakukn pada jam-jam sepi misalnya pada jam 15.00-17.00. meningkatkan omzet dengan memberikan upselling product untuk menu yang tidak terlalu diminati oleh customer . (2.) Faktor Pendukung dan Penghambat, yang dihadapi ada 2 yaitu : a.) Faktor Pendukung , dari Mie Gacoan adalah harganya pas dikantong yaitu dengan harga Rp.10.000 kita sudah bisa menikmati Mie, tempat duduk dan tempat parkirpun juga luas, untuk gerai dekorasi kekinian sehingga bisa digunakan untuk berfoto dan bersantai, terutam di bagian kebersihan harus tetap dijaga. ( b). Faktor Penghambat yaitu dari Mie Gacoan adalah banyaknya pesaingan atau kompetitor Mie yang sejenis seperti Mie Setan, Mie Sakera, Mie Teror, dan masih banyak lagi. Supplier Mie yang jauh juga menjadi faktor penghambat karena jika kehabisan stock Mie maka akan berpengaruh juga ke produksinya, sejak adanya Pandemi COVID-19 banyak gerai makanan yang sepi dari pembeli.

**Kata Kunci : Strategi Penjualan, Potongan Harga, Mie Gacoan**

## ABSTRACT

### **Aidah Yuliana, Moch. Chotib, S.Ag.MM, 2021: sales strategy using discounted prices in gacoan jember**

the sales strategy itself is a plan made by the company to determine how to increase the sales volume of its products and to meet and satisfy consumer demand. In the culinary world, traders must have an honest character. if you trade in a dishonest manner, it might reduce the quality of the merchandise being sold. Especially in the business world, one of which is the culinary business world as a business owner must be able to maintain the quality of these products. Uniquely, various ways are used by companies to make consumers interested in their products, one of which is a discount program. Like what Mie Gacoan is doing, currently giving discounts to customers from March 2 to March 20, 2020 with a 50% discount promo for its flagship noodle product, Mie Setan. From the price of IDR 10,000, now the menu can be enjoyed by paying IDR 5,000 only, this promo was launched. because the enthusiasm of the community is very high.

The research focuses in this thesis are: (1) How is the sales strategy using discounted prices at Mie Gacoan Jember? (2) What are the supporting and inhibiting factors of the sales strategy using discounted prices at Mie Gacoan Jember?

This research uses a qualitative approach and descriptive research type. In determining the research subject, researchers used purposive techniques, and data collection techniques used observation, interviews, and documentation. And the data validity technique used source triangulation.

The results of this study are: (1) Sales Strategies Using Discounts, there are three, namely, (a). Application of Price Discounts, namely the purpose of applying price discounts at Mie Gacoan is to increase sales figures, with the discount, it will indirectly attract buyers and keep customers to come to Mie Gacoan outlets. (b). Sales Strategy, namely Sales Strategy at Mie Gacoan in terms of strategic location because it is close to the campus, student boarding houses and employees. The price is very affordable, the size of the noodles is small, the texture is chewy, the portions are also quite a lot, the dumplings topping is full of chicken, the place is comfortable to do tasks and relax because it is equipped with facilities such as electric plugs, wifi and updated music. (c). Application of Discounts, namely that the application of discounts at Mie Gacoan is the courage to give discounts of 50% at the beginning of opening, and discounts using the Gojek and Grab applications by 40% from 2 December to 2 February 2020 with a minimum purchase requirement of 30,000 while for other promos There are also provisions such as time limits and it is enforced during quiet hours, for example at 15.00-17.00. increase turnover by providing product upselling for menus that are not very attractive to suppliers. (2.) Supporting and Inhibiting Factors, which are faced by 2, namely: a.) Supporting factors, from Gacoan Noodles, the price is right in the bag, which is Rp.10,000, we can enjoy noodles, seating and parking space are also wide, for outlets contemporary decoration so that it can be used to take pictures and relax, especially in the cleanliness section, it must be maintained. (b). The inhibiting factor, namely Gacoan Noodles, is the number of competition or similar noodle competitors such as Mie Setan, Sakera Noodle, Terror Noodle, and many more. Suppliers of distant noodles are also an inhibiting factor because if they run out of stock of noodles, it will also affect their production, since the COVID-19 pandemic, many food outlets are quiet from buyers.

**Keywords : sales strategy, discount, Mie Gacoan**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah .....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>13</b>
A. Peneliti Terdahulu .....	13
B. Kajian Teori.....	29

<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	46
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Subyek Penelitian .....	47
D. Teknik Pengumpulan Data .....	47
E. Analisis Data .....	50
F. Teknik Keabsahan Data .....	52
G. Tahap – Tahap Penelitian.....	53
<b>BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	55
B. Penyajian Data dan Analisis .....	59
C. Pembahasan Temuan.....	69
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Jurnal Kegiatan Penelitian	
5. Surat Permohonan Ijin Penelitian	
6. Surat Selesai Penelitian	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini tentunya telah memberikan pengaruh besar terhadap berbagai bidang. Salah satunya adalah bisnis global. Termasuk bisnis di Negara Indonesia, perusahaan harus mampu bersaing dalam menarik konsumen agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin maju. Bukan hanya berorientasi pada keuntungan saja, namun perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang diinginkan oleh konsumen pada era modern seperti sekarang ini.<sup>2</sup>

Seiring dengan kemajuan bidang perekonomian dewasa ini, maka akan memacu timbulnya suatu persaingan bisnis. Para pengusaha baik berskala besar, menengah, maupun kecil harus mengantisipasi perkembangan ini. bagi pengusaha yang tidak tanggap atau peka terhadap perkembangan yang ada saat ini maka pengusaha tersebut akan dihadapkan pada masalah yang sulit untuk dapat mempertahankan usahanya.

Keadaan seperti ini akan mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan untuk memasuki dan mempertahankan pasar. Sudah sewajarnya ada perusahaan yang semakin tumbuh dan berkembang, namun ada pula yang bangkrut bahkan gulung tikar. Persaingan

---

<sup>2</sup> Anisa Riski Dwi Rahayu, "Pengaruh Price, Diskon, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Toko Gabino Rita Supermall Purwokerto)", (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019), 1.



yang semakin ketat menuntut para pengusaha untuk semakin peka membaca strategi penjualan yang diterapkan oleh perusahaan yang menjadi pesaing.<sup>3</sup>

Adapun pengertian dari strategi penjualan itu sendiri yakni rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana dapat meningkatkan volume penjualan produknya dan dapat memenuhi serta memberikan kepuasan akan permintaan konsumen.<sup>4</sup>

Di dalam bisnis kuliner, pada umumnya strategi penjualan yang diterapkan memanfaatkan momen tertentu atau situasional. Kondisi ini memungkinkan penjual menemukan pembeli yang mempunyai berbagai macam watak dalam membeli suatu produk. Fenomena ini terlihat dengan adanya berbagai promosi yang ditawarkan sebagai strategi pemasaran atau strategi penjualan perusahaan. Namun pada realitasnya, strategi penjualan seperti ini telah dilakukan hampir sepanjang waktu, dengan tidak melihat momen atau situasi seperti yang disebutkan diatas. Begitu banyaknya usaha kuliner besar, sedang, maupun kecil yang muncul dengan pesat dan cepat, sehingga ruang bisnis ini menjadi begitu ketat persaingannya.<sup>5</sup>

Berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat konsumen tertarik pada produknya, salah satunya adalah program pemberian diskon atau potongan harga. Diskon merupakan pengurangan harga dari daftar harga. Di era globalisasi sekarang ini diskon dapat dikatakan telah menjadi bagian hidup konsumen pada kegiatan sehari-hari, tetapi banyak konsumen

---

<sup>3</sup>Juan Junardi, ‘‘Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga Produk Pakaian Di Matahari Departemen Store Brylian Plaza Kendari’’, (Skripsi: IAIN kendari, 2017), 1.

<sup>4</sup> Willy Pratama Widarta, ‘‘Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai’’, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No 1, (2013), 3

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, (Yogyakarta, 2001), 73.

yang belum menyadarinya sejauh ini. Potongan harga atau diskon adalah pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.<sup>6</sup>

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa program diskon mempunyai efek yang positif terhadap persepsi konsumen dalam konteks hubungan antara nilai produk dengan penawaran. Penelitian yang dilakukan Eko Arifianto, pada tahun 2018 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan potongan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.<sup>7</sup>

Mengenai harga yang diberikan diskon pada produk yang dijual, hendaknya memperhatikan etika bisnis yang baik. Para penyelenggara potongan harga tidak semestinya memberikan diskon dengan harga yang murah namun bersyarat bahkan jangan sampai terjadi pembohongan publik khususnya kepada konsumen dengan pemberian label “promo atau diskon” hanyalah sebagai sebuah strategi daya tarik penjualan, esensi harga produk yang di diskon sebenarnya adalah harga normal.

Islam mengancam keras orang yang melakukan penipuan dalam jual beli. Rasulullah SAW bersabda :

---

<sup>6</sup> Ibid.,166.

<sup>7</sup> Eko Arifianto, “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC Cabang Ahmad Yani Padang”, (Skripsi : STKIP PGRI Sumber Padang, 2018 )

يُرْكَبُهُمْ وَلَا إِلَيْهِمْ يَنْظُرُونَ لَا لِقِيَامَةٍ يَوْمَ اللَّهُ يُكَلِّمُهُمْ مُلَآئِكَةُ سَمَاوَاتٍ تَلَاوَفًا وَسَلَّمَ عَلَيْهَا اللَّهُ صَلَاةً تَبِيْعًا  
 خَابُوا ذُرًّا يُوقَالِمْرَارًا تَلَاوَفًا وَسَلَّمَ عَلَيْهَا اللَّهُ صَلَاةً تَبِيْعًا فَالْأَلِيمُ عَدَا بُؤَهُمْ (رواه مسلم)  
 لَكَادِيبًا لِحَلْفَتِهِمْ سِوَالْمُنْفِقُوا الْمَنَّا الْمُسْبِقًا لِلَّهِ رَسُولِيَا هُمْ مَنُزُوا وَخَسِ

Artinya: Dari Nabi SAW beliau bersabda: “ tiga golongan manusia yang Allah tidak akan mengajak mereka bicara pada hari kiamat, tidak melihat mereka, tidak mensucikan dosanya dan mereka akan mendapatkan siksa yang pedih.” Abu Dzar berkata, “.Rasulullah SAW membacanya tiga kali. Abu Dzar berkata, mereka gagal dan rugi siapakah mereka wahai Rasullullah? Beliau menjawab, orang yang melakukan isbal (memanjangkan pakaian), orang yang suka memberi dengan menyebut-nyebutkannya (karena riya’) dan orang yang membuat laku barang dagangan dengan sumpah palsu. (HR. Muslim)<sup>8</sup>

Dari riwayat di atas dapat di pahami bahwa Nabi SAW orang yang membuat laku barang dagangan dengan sumpah palsu seperti mengatakan bahwa barangnya itu amat baik sekali atau tidak ada duanya lagi, padahal sebenarnya tidaklah demikian. Padahal kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang keras melakukan suatu kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

Berdagang atau berbisnis adalah salah satu mata pencarian yang sudah lama ada di zaman Nabi. Dimana dalam perniagaan atau berbisnis merupakan aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang atau jasa yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Dalam Islam, berdagang

<sup>8</sup> Muslim Ibn Al Hajjaj, *Shahih Muslim* (Beirut : Dar Al-Fikr,1420H), Juz 1, Hal.102, No Hadist 171 (1060), Bab Penjelasan tentang haramnya isbal dalam mengenakan sarung dan mengungkit-ungkit pemberian dan sedekah.

adalah salah satu jalan untuk membuka rezeki terbaik dan paling luas apalagi jika seorang muslim berdagang dengan mengedepankan syariat agama maka pedagang tersebut akan mendapatkan berkah dari Allah. Dalam dunia kuliner pedagang harus mempunyai sifat yang jujur dan adil. apabila berdagang dalam keadaan tidak jujur, maka pedagang bisa jadi akan mengurangi kualitas produk yang dijual. Semakin maju dan berkembangnya jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan juga akan berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makan dan minum. Disisi lain jumlah penduduk indonesia yang setiap tahun terus meningkat, hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat terhadap pangan pun semakin meningkat. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tentunya akan membuka peluang-peluang bisnis yang dapat di lakukan oleh masyarakat indonesia.

Perkembangan kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis dan variasi menu masakan. Salah satunya adalah mie makan, makanan yang berbahan baku dari tepung gandum. Mie kini telah berkembang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat indonesia. Dengan kreatifitas dan inovasi kini olahan mie tidak hanya sebatas mie ayam dan mie goreng seperti biasanya yang sudah umum di masyarakat. Mie bercita rasa pedas adalah terobosan terbaru di bidang usaha kuliner.

Kota Jember kini menjadi pilihan pengusaha dalam berbisnis kuliner. Usaha kuliner terbilang tidak ada matinya, di setiap sudut kota disepanjang jalan protokol berjejer usaha kuliner mulai dari tenda-tenda pedagang kaki

lima, cafe, restaurant atau rumah makan, ruko hingga restoran di mall. menyediakan makanan yang halal, sehat, berkualitas, cita rasa yang khas, diolah dengan bumbu pilihan dengan harga yang terjangkau tentu sangat diminati bagi semua kalangan masyarakat.<sup>9</sup>

Salah satu gerai makanan pedas yang cukup populer di kota Jember adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan ( anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi) merupakan resto mie yang memberikan *price to quality* terbaik dikelasnya nilai-nilai yang selalu di bangun dan dijaga adalah : *quality, service, dan cleanliness*. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana mereka bisa nongkrong, mengerjakan tugas, ngobrol santai dan ekisis bareng. Dengan tempat yang atraktif, dan juga dilengkapi berbagai fasilitas seperti : wifi, colokan listrik, musik terupdate, dijamin akan membuat customer betah dan selalu ingin kembali lagi.<sup>10</sup>

Sajian pedas kini makin digandrungi oleh kaum milenial yang biasa akrab dengan kuliner manis. Hal itu terlihat dari mengularnya antrian, bahkan hingga sampai trotoar jalan. Mie Gacoan yang terletak di Jl.Sumatra No. 53-75, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kab. Jember. Lokasi gerainya memang cukup strategis, karena dekat dengan kampus dan kos karyawan serta mahasiswa. Kedai mie kekinian ini memiliki banyak menu yang bisa dipilih di Mie Gacoan. Semua bisa di tentukan sendiri level kepedasannya. Khusus mie, hanya ada mie Setan yang rasanya gurih asin, serta mie Iblis yang cenderung manis karena memakai kecap. Untuk level

---

<sup>9</sup>Siti Maria Ulfa, Joko Widodo, “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No. 67 Kabupaten Jember”

<sup>10</sup> [www.miegacoan.com](http://www.miegacoan.com) (diunduh pada tanggal 9 September 2020)

kepedasan, bisa dipilih mulai dari level nol hingga delapan. Untuk makanan pendampingnya, bisa memilih beragam dimsum. Mulai dari siomay, lumpia udang, kecha, ceker, udang keju, udang rambutan, hingga siomai goreng. Dimsum yang terakhir merupakan favorit karena ukurannya yang cukup besar, dengan isian daging yang melimpah. Beralih ke minuman ada banyak minuman menyegarkan dengan nama yang unik. Ada es genderuwo, es tuyul, es sundel bolong serta es pocong. Selain itu masih ada es milo, es lemon tea dan masih ada banyak lagi.<sup>11</sup>

Soal harga, di Mie Gacoan harganya sangat terjangkau. Tidak satu pun menu yang dibanderol dengan harga yang lebih dari RP.10.000. Dari strategi penjualan ini, Mie Gacoan bisa menjual ribuan porsi setiap harinya. Rata-rata tiap harinya 1.000 - 1.200 porsi mie habis dipesan oleh penikmat makanan pedas. Dengan perkiraan omset yang cukup besar yaitu mencapai 30jt setiap harinya.<sup>12</sup>

Uniknya berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk membuat konsumen tertarik pada produknya, salah satunya adalah program pemberian diskon. Setelah saya melakukan observasi antara Mie yang paling diminati di kota Jember adalah Mie Gacoan dan Mie Kober dimana pada saat itu sama-sama melakukan strategi penjualan menggunakan potongan harga atau promosi namun pada kenyataannya konsumen banyak yang memilih Mie Gacoan sebagai tempat bersantap Mie, dimana Mie Gacoan lebih bisa menarik minat konsumen dengan cara strategi penjualan menggunakan potongan

---

<sup>11</sup>WellyHandoko, "Mie Gacoan Malang, Pedasnya Jadi Idola Kota Bunga" <https://travelingyuk.com/kebun-buah-belimbing-bojonegoro/271774>. (06 maret 2020)

<sup>12</sup> Kabar bisnis.com (diunduh pada tanggal 9 September 2020)

harganya dari pada Mie kober. Seperti yang dilakukan Mie Gacoan pada saat ini memberikan diskon kepada pelanggannya dari 2 Maret hingga 20 Maret 2020 dengan promo diskon 50% untuk produk mie andalannya, Mie Setan. Dari harga RP.10.000 kini menu tersebut dapat dinikmati dengan membayar RP.5.000 saja, promo ini diluncurkan karena antusias masyarakat yang sangat tinggi. Antrian panjang di depan kasir sudah menjadi pemandangan lumrah di gerai ini. Antrian panjang itupun lantas banyak memicu rasa penasaran konsumen untuk mencobanya. Menariknya bukan hanya kaum milenial yang memadati gerai tersebut melainkan setengah dari pengantri tersebut adalah para driver ojek online.

Bedanya Mie Gacoan dengan gerai Mie-mie lainnya yaitu Mie Gacoan yang berdiri di kota Jember ini, berdiri setelah Berdirinya Mie-mie yang lain yang ada di Jember seperti Mie Sakera, Mie Kober, Mie Setan, Mie Teror, dan Mie-mie lainnya. namun Mie Gacoan ini bisa suppot dan jika dilihat dari strategi penjualan yang diterapkan oleh Mie Gacoan juga sangat menarik dan selalu membuat inovasi-inovasi baru sehingga apa yang dikeluarkan oleh Mie Gacoan selalu bisa diterima dan menarik minat konsumen untuk datang ke gerainya. Dengan strategi penjualan menggunakan potongan harga ini Mie Gacoan bisa meningkatkan volume penjualan, dimana volume penjualan ini juga sangat bergantung dari adanya promosi atau diskon tersebut. disamping itu miennya lebih kecil, rasanya lebih lembut dan kenyal, topping pangsitnya full daging ayam. Kualitas dan harga juga berada dilevel yang tepat sehingga orang yang makan bisa dikatakan ini murah. Kini *brand* Mie Gacoan sudah

berkembang dan populer khususnya dikalangan anak muda. Sistem penjualan di Mie Gacoan menggunakan sistem online dan offline dimana sistem online tersebut konsumen Mie Gacoan bisa memesan pesanan melalui smartfhone dimana Mie Gacoan juga berkerjasama dengan Go-jek dan Grab. Sedangkan sistem offline konsumen Mie Gacoan bisa memesanya langsung di Gerainya. Saat ini Mie Gacoan sudah mempunyai 16 gerai yakni: Kota Madiun, Kediri, Mojokerto, Tulungagung, Pasuruan, Malang, surabaya, sidoarjo, Jombang, Solo, Yogyakarta, Ponorogo, Blitar, Bali, Ngawi, dan Jember. Kegiatan promosi Mie Gacoan Jember biasanya dilakukan pengusaha untuk memberikan informasi yang bertujuan untuk memenangkan persaingan diantara produk sejenis. Alat promosi yang digunakan Mie Gacoan jember biasanya menggunakan media sosial seperti Instagram dan Bener (pamflet).

Sehingga berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka fokus masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dari strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember?



### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi penjualan dengan menggunakan potongan di Mie Gacoan Jember.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.<sup>13</sup>

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak, antara lain sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama, serta menambah keilmuan dalam aspek ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan strategi penjualan.

---

<sup>13</sup>Tim penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi peneliti

Merupakan sarana dalam menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, khususnya memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang penjualan.

### b. Bagi IAIN Jember

Dapat menambah kepustakaan dalam khazanah keilmuan yang ada di perpustakaan IAIN Jember sebagai bahan rujukan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang strategi penjualan yang lebih sempurna, khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang akan datang.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

### 1. Strategi Penjualan

Strategi penjualan yakni rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana dapat meningkatkan volume penjualan produknya dan dapat memenuhi serta memberikan kepuasan akan permintaan konsumen.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Willy Pratama Widarta, "Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No 1, (2013), 3

## 2. Potongan Harga

Potongan harga atau diskon adalah pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.<sup>15</sup>

Berdasarkan penelusuran istilah kata kunci di atas maka yang dimaksud dengan penelitian yang berjudul “Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember” adalah tindakan strategi potongan harga yang dilakukan oleh Mie Gacoan dalam meningkatkan penjualan.

### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan proposal yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.<sup>16</sup> Untuk itu lebih mudahnya di bawah ini akan dikemukakan gambaran secara umum pembahasan proposal ini.

**BAB I: Pendahuluan.** Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah

**BAB II: Kajian Kepustakaan.** Dalam bab ini meliputi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

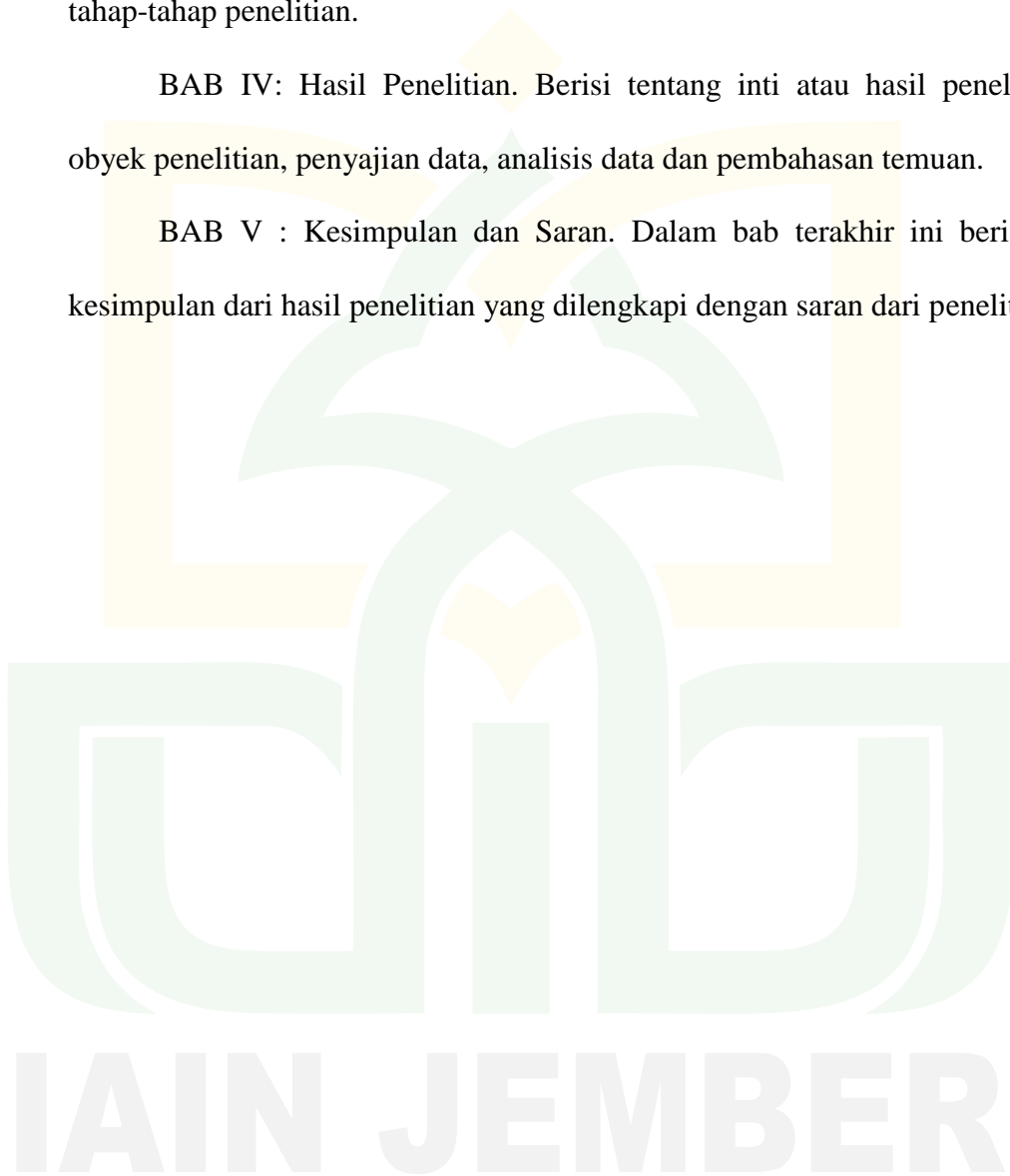
<sup>15</sup> Ibid.,166.

<sup>16</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

BAB III: Metode Penelitian. Pada bab ini menyajikan metode penelitian yang meliputi, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian. Berisi tentang inti atau hasil penelitian, obyek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran. Dalam bab terakhir ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Ketika melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>17</sup>

Untuk menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada. Penelitian yang berkaitan dengan strategi penjualan menggunakan potongan harga memang bukan yang pertama kali. Sebelumnya sudah ada penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah berikut ini:

1. Vela Novita Sari, 2019, dengan judul “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta”

Penelitian ini menggunakan metode survey, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Dalam penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling. Adapun yang menjadi

---

<sup>17</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

responden berjumlah 76 orang dengan kriteria mahasiswa kelas malam jurusan manajemen 2018, untuk pengelolaan data menggunakan program SPSS versi 16.0 for windows.

Hasilnya adalah H1 diterima karena  $t$  hitung  $3.738 > 1.996$   $t$  tabel yang berarti gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian, H2 diterima karena nilai  $t$  hitung  $3.757 > t$  tabel  $1.996$  yang berarti diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian, H3 ditolak dikarenakan nilai  $t$  hitung  $0.278 < t$  tabel  $1,996$  dan H4 diterima karena nilai  $F$  hitung  $19.176 > 2.73$ .<sup>18</sup>

Persamaan dengan peneliti ini yaitu sama-sama meningkatkan penjualan dalam mendapatkan keuntungan dan perbedaannya terletak pada jenis penelitian, dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

2. Anisa Risky Dwi Rahayu, 2019, “Pengaruh *Price Discount* Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Toko Gabino Rita Super Mall Purwokerto)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian studi kasus konsumen Toko Gabino Rita Super Mall Purwokerto. Keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah

---

<sup>18</sup> Vela Novita Sari, “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta”, (Skripsi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta,2019)

faktor *price discount* dan *store atmosphere*. Orang cenderung lebih tertarik dengan harga yang murah dan juga suasana toko yang nyaman.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen toko Gabino yang melakukan pembelian di toko Gabino. Sampel yang diambil sebanyak 93 responden dengan menggunakan metode accidental sampling, yaitu penentuan responden dari populasi dengan berdasarkan kebetulan atau insidental ditemui di lokasi. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan Alpha Cronbach. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tidak ada pengaruh antara *price discount* dengan keputusan pembelian dengan nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0,983 < 1,990$ ). (2) ada pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $6,079 > 1,990$ ). (3) variabel *price discount* dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Gabino Rita Super mall Purwokerto dengan nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $35,720 > 3,10$ ).<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Anisa Risky Dwi Rahayu, "Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gabino Rita Supermall Purwokerto)", (Skripsi : Iain Purwokerto, 2019)

Persamaan dengan peneliti, sama-sama membahas tentang strategi untuk meningkatkan penjualan melalui metode diskon dan potongan harga sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

3. Al-Afinda Noviansyah, 2019, Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kesediaan Untuk Membayar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Layanan Go-Car di Kota Semarang)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik promosi, kesediaan untuk membayar dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online untuk dapat meningkatkan citra merek pada PT. Gojek Indonesia khususnya pada layanan Go-Car.

Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purpose Sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 145 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu sebagai pengguna layanan Go-Car yang berdomisili di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square*, yang diestimasi dengan program Smart PLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik promosi, kesediaan untuk membayar, kualitas pelayanan, dan citra merek sebagai variabel *intervening* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan pembelian online. Faktor citra merek merupakan faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam



melakukan keputusan pembelian online. Sehingga semakin tinggi citra merek maka semakin tinggi keputusan pembelian *online* ada layanan Go-Car.<sup>20</sup>

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meningkatkan penjualan dalam mendapatkan keuntungan dalam suatu penjualan barang atau makanan dan perbedaannya pada metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *purpose sampling* Sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

4. Nur Zannah Harahap, 2018, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek sedap pada mahasiswa asrama Putri Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan data primer. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara memberikan kuesioner dengan mengajukan sejumlah pertanyaan mengenai kualitas produk, harga dan promosi dari Mie Sedap. Dan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui dokumen yang dipelajari melalui buku, jurnal, majalah, dan internet untuk mendukung penelitian, dengan menggunakan sampel sebanyak 85. Variabel Independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas

---

<sup>20</sup>Al-Afinda Noviansyah, “Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kesiediaan Untuk Membayar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Layanan Go-Car Di Kota Semarang)”,(Skripsi : Universitas Diponegoro Semarang, 2019)

produk, harga dan promosi. Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan SPSS.

Hasil Penelitian ini adalah variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedap variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedap dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedap ada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. Koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,632 berarti 63,2% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan promosi. Sedangkan 36,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>21</sup>

Persamaan pada data yang diperoleh melalui dokumen yang di pelajari dari buku, jurnal, majalah, dan internet untuk mendukung penelitian dan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

5. Veti Ardianti, 2018, Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study pada Mall Ramayana Tanjung Karang)

Permasalahan penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh pemberian potongan harga dengan member card terhadap loyalitas konsumen di Mall Ramayana Tanjung Karang? 2) Bagaimana pemberian Potongan harga melalui member card di Mall Ramayana Tanjung Karang

---

<sup>21</sup>Nur Zannah Harahap, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara", (Skripsi: Universitas Sumatera Utara., 2018)

ditinjau dalam perspektif etika bisnis islam? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemberian potongan harga dengan member card terhadap loyalitas konsumen di Mall Ramayana Tanjung Karang, dan untuk mengetahui pemberian potongan harga melalui *member card* di Mall Ramayana Tanjung Karang dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Sumber data berupa data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada konsumen pemilik member card aktif Mall Ramayana Tanjung Karang. Untuk proses analisis menggunakan analisis regresi sederhana dengan variabel independen potongan harga melalui *member card* (X) dan variabel dependen loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa : pertama, berdasarkan perhitungan determinan ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien 0.077 atau 7.7% dibulatkan menjadi 8% menunjukkan bahwa pemberian potongan harga melalui *member card* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen dan sisanya yaitu 92% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas pelayanan, *retailing mix*. Dari perhitungan uji t, t hitung > t tabel yaitu  $2.861 > 1.98447$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Kedua, Pemberian potongan harga melalui member card di Ramayana Departement Store Lampung belum semuanya sesuai dengan etika bisnis Islam, karena adanya ketidaksesuaian prinsip kejujuran, keadilan, tanggungjawab,

sedangkan prinsip kebebasan di Ramayana sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.<sup>22</sup>

Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang potongan harga yang mana untuk meningkatkan penjualan dan perbedaannya terletak pada metode penelitian.

6. Putri Sugesti, 2018, Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impluse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saiffudin Jambi)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Promosi (X1), Diskon (X2) dan *Impulse Buying* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Online Shop . Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan model regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil Uji F (uji secara simultan) dapat disimpulkan bahwa promosi, diskon dan *impulse buying* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel atau  $14,873 > 2,70$  nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000$  lebih kecil dari level of signifikan  $0,05$ . Karena  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel maka hal ini berarti bahwa variabel promosi, diskon dan *impulse buying* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t$  hitung  $>$  tabel atau  $2,008 > 1,984$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,047 < 0,05$ . Maka hal ini berarti bahwa

---

<sup>22</sup>Veti Ardianti, “Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Mall Ramayana Tanjung Karang)”, (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018)

variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t$  hitung  $>$  tabel atau  $4,056 > 1,984$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Maka hal ini berarti bahwa variabel diskon mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil *impulse buying* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel tau  $2,979 > 1,984$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,004 < 0,05$ . Maka hal ini berarti bahwa variabel *impulse buying* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel diskon sebesar 4,056 dengan taraf signifikan 0,000. Dilihat dari koefisien determinasi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama promosi, diskon dan *impulse buying* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 31,7%. Sedangkan sisanya sebesar 68,3%. Nilai keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>23</sup>

Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan penjualan dalam menggunakan cara diskon atau potongan harga dan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

7. .Eko Arifianto, 2018, Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Freid Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang

---

<sup>23</sup>Putri Sugesti, “Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2018)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,235, nilai thitung sebesar 5,037 > t tabel sebesar 1,985; (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,282 nilai t hitung 5,814 > t tabel 1,985 (3) terdapat pengaruh yang signifikan keragaman produk secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,273 nilai t hitung 3,810 > t tabel 1,985; (4) terdapat pengaruh yang signifikan potongan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,163 dan nilai thitung sebesar 2,798 > t tabel sebesar 1,985; (5) terdapat pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere* lokasi, keragaman produk, potongan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung 36,101 > F tabel 2,70.<sup>24</sup>

Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang potongan harga, untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat meningkatkan keuntungan dalam penjualan dan perbedaannya terletak pada metode penelitian.

8. Juan Junardi , 2017, Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (*Discount*) Produk Pakaian Di Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari (Studi Analisis Dari Perspektif Ekonomi Syariah).

---

<sup>24</sup>Eko Arifianto, “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Freid Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang.”, (Skripsi: STKIP PGRI Sumbar Padang, 2018)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) sistem pemasaran produk pakaian pada Matahari Department Store Brylian Plaza Kendari (2) sistem penentuan dan potongan harga *discount* pada Matahari Department Store Brylian Plaza Kendari dan (3) tinjauan Ekonomi Syariah terhadap penentuan dan potongan harga (*discount*) pada Matahari Department Store Brylian Plaza Kendari.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menguraikan suatu permasalahan yang tertulis atau tulisan dari orang atau objek yang diamati. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah Pengumpulan data, Reduksi data (*data reduction*), Penyajian data (*data display*), *Conclusion Drawing/verification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) sistem pemasaran pada Matahari Department Store Brylian Plaza Kendari menggunakan sistem Ritel, yaitu menjual eceran berskala besar. (2) Potongan harga yang diberikan oleh Matahari Department Store Brylian Plaza Kendari mempunyai 2 bentuk, ada potongan harga langsung dari HO (*Head Office*) yang berlaku untuk barang DP (*Direct Process*) dan potongan harga yang di putuskan oleh supplier barang itu sendiri yang disebut barang-barang CV (*Consumer's Vendor's*) sedangkan penentuan keputusannya itu langsung diputuskan oleh HO (*Head Office*) dan keputusannya bersifat General. (3) Menurut tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pemasarannya sudah sesuai karena

adanya transparansi serta tidak adanya paksaan untuk berbelanja. adapun potongan harga yang dilakukan oleh Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari yang sesuai dengan rukun dan syarat jual beli yakni, adanya penjual dan pembeli, akad dan objek.<sup>25</sup>

Persamaannya terletak pada metode penelitiannya sama-sama menggunakan kualitatif. Dengan metode pendekatan deskriptif dan perbedaannya adalah terletak pada perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

9. Josep Tolisindo, 2017, Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kota Bumi Utara.

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 65 responden. Hasil penelitian ini adalah secara bersama-sama variabel potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Indomaret Lampung Utara dengan menggunakan uji F. Secara parsial semua variabel berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan menggunakan uji t. Variabel frekuensi potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk di Indomaret Lampung Utara. Sedangkan variabel tingkat jenis

---

<sup>25</sup>Juan Junardi, "Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (*Discount*) Produk Pakaiandi Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari (Studi Analisis Dari Perspektif Ekonomi Syariah)", (Skripsi: IAIN Kendari, 2017)



potongan harga dan variabel kesesuaian potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen.<sup>26</sup>

Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang potongan harga, untuk meningkatkan penjualan. dan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan jenis Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability* sampling dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

10. Dolla Vista Siregar, 2017, Pengaruh Pembungkaiian Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Ramayana Bandar Lampung (Studi Pada Produk Pakaian Wanita) Hasil survei yang dilakukan oleh GE Money menyatakan bahwa wanita bisa menghabiskan 100 jam dan 48 menit untuk berbelanja untuk pakaian. Rumusan masalah dalam penelitian ini: Apakah Potongan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Mall Ramayana Bandar Lampung? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Diskon efek framing pada Keputusan Pembelian Konsumen Mall Ramayana Bandar Lampung.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan yang membeli produk pakaian di Mall Ramayana. Untuk melihat kontribusi masing-masing variabel uji t parsial independen digunakan untuk menguji hipotesis dan variabel secara simultan digunakan uji F Kontribusi variabel harga sebenarnya (X1) harga sebenarnya, (X2) harga referensi dan teks

---

<sup>26</sup>Josep Tolisindo, "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara", (Skripsi: Universitas Lampung, 2017)

dalam bingkai (X3) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (keputusan pembelian) dari 16,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pada t hasil tes menemukan bahwa harga variabel yang sebenarnya (X1), dan harga dalam pembungkaiian (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian(Y) sedangkan harga referensi variabel (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Mall Ramayana Bandar Lampung beralamatkan di jalan ZA Rajabasa Pagar Alam.<sup>27</sup>

Persamaannya sama-sama membahas potongan harga, yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan dalam penjualan, dan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

**Tabel 2.1**  
**Mapping Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	.Vela Novita Sari, 2019, Dengan Judul “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta”	Persamaan dengan peneliti ini yaitu sama-sama meningkatkan penjualan dalam mendapatkan keuntungan	perbedaan nya terletak pada jenis penelitian yang menggunakan Metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan Metode penelitian kualitatif yang dimana dari perbedaan penggunaan metode penelitian akan mendapatkan suatu hasil yang berbeda. Terutama dalam fokus peneliti yaitu penelitian terdahulu lebih

<sup>27</sup>Dolla Vista Siregar, “Pengaruh Pembungkaiian Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Ramayanabandar Lampung(Studi Pada Produk Pakaian Wanita)”, (Skripsi: Universitas Lampung, 2017)

			fokus kepada bagaimana pengaruh ongkos kirim, diskon, dan iklan shopee. Sedangkan fokus penelian peneliti lebih kepada strategi penjualan yang mana lebih kepada potongan harga. Hal ini sangat berbeda dengan penelitian terdahulu dan hasilnya sangat berbeda.
2	Anisa Risky Dwi Rahayu, 2019, Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gabino Rita Supermall Purwokerto)	Persamaan dengan peneliti, sama-sama membahas tentang strategi untuk meningkatkan penjualan melalui metode diskon dan potongan harga.	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
3	Al-Afinda Noviansyah, 2019, Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Ketersediaan Untuk Membayar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Layanan Go-Car Di Kota Semarang)	Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meningkatkan penjualan dalam mendapatkan keuntungan dalam suatu penjualan barang atau makanan	perbedaannya pada Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik Non Probability Sampling dengan metode Purpose Sampling. Sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
4	Nur Zannah Harahap, 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.	Persamaan pada data yang diperoleh melalui dokumen yang di pelajari dari buku, jurnal, majalah, dan internet untuk mendukung penelitian.	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

5	Veti Ardianti, 2018, Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumendalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Mall Ramayana Tanjung Karang)	Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang potongan harga yang mana untuk meningkatkan penjualan	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
6	Putri Sugesti, 2018, Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).	Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan penjualan dalam menggunakan cara diskon atau potongan harga.	Perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
7	Eko Arifianto, 2018, Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Freid Chiken (Kfc) Cabang Ahmad Yani Padang.	Persamaan dengan peneliti sama-sama membahas tentang potongan harga, untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat meningkatkan keuntungan dalam penjualan	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
8	Juan Junardi , 2017, Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (Discount) Produk Pakaiandi Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari (Studi Analisis Dari Perspektif Ekonomi Syariah)	Persamaan nya terletak pada metode penelitian nya sama-sama menggunakan kualitatif. Dengan motode pendekatan deskriptif.	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
9	Josep Tolisindo, 2017, Pengaruh Potongan	Persamaan dengan peneliti sama-sama	perbedaan nya terletak pada objek penelitian dan

	Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara.	membahas tentang potongan harga, untuk meningkatkan penjualan.	jenis Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan metode accidental sampling..
10	Dolla Vista Siregar, 2017, Pengaruh Pembungkaiian Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Ramayanabandar Lampung (Studi Pada Produk Pakaian Wanita)	Persamaan nya sama-sama membahas potongan harga, yang mana sangat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan dalam penjualan	perbedaan nya terletak pada metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

#### Sumber Data: Diolah Peneliti

Dari semua pemaparan diatas maka perbedaan pokok penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah objeknya yang berbeda. penelitian sebelumnya banyak yang menggunakan metode kuantitatif, dari pada menggunakan metode kualitatif.

#### B. Kajian Teori

Kajian teori adalah, teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Teori-teori yang digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang, pendapat penguasa, tetapi teori yang betul-betul telah teruji kebenarannya.<sup>28</sup> Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: ALFABETA, 2002), 305.

## 1. Strategi Penjualan

### a. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut, penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan pedagang, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh pedagang.<sup>29</sup>

Penjualan adalah suatu akad penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar suka rela. Penjual dapat dikatakan juga jual beli, secara bahasa artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu.<sup>30</sup> Dengan demikian penjualan merupakan transaksi jual beli dengan jumlah barang terjual, dilakukan oleh para penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati dalam waktu tertentu atas dasar suka rela.

Penjualan tatap muka adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.<sup>9</sup> Setiap penjualan tidak selalu mengalami peningkatan, kadang penjualan bergerak menurun ada yang cepat ada pula yang agak lambat.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), 9.

<sup>30</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, 9.

<sup>31</sup>William Staton J, *Prinsip Pemasaran*, Alih bahasa: Y Iamarto, Edisi 7 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 1996), 10

Tujuan utama penjualan yaitu untuk mendapatkan atau mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjual sendiri tidak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku bekerja didalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasar.

Penjual yang profesional harus mengetahui bagaimana menentukan kebutuhan seorang pembeli, bagaimana cara menerima ide-ide baru dan bagaimana tekanan sosial serta psikologis dapat mempengaruhi pembelian.<sup>32</sup> Karena hal tersebut sangat penting dimiliki oleh para penjual agar tidak kalah saing oleh para penjual yang lainnya.

#### b. Proses Penjualan

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka (*face to face selling*) dimana seorang penjual langsung berhadapan muka dengan calon pembelinya. Masalah tersebut menjadi titik berat dalam pembahasan tentang proses penjualan berikut, adapun tahapan-tahapannya adalah:<sup>33</sup>

##### 1) Persiapan sebelum penjualan

Tahap pertama dalam proses *personal selling* adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan.

Disini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga

---

<sup>32</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*. 65.

<sup>33</sup>Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern edisi kedua*, (Yogyakarta Liberty, 2008), 410.

penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu, mereka juga lebih dulu harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku segmen pasar yang dituju.

## 2) Penentuan lokasi pembeli potensi

Dalam menggunakan data pembeli tahun lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik, misalnya lokasi, oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tenaga orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

Dari konsumen yang ada dapat pula ditentukan konsumen manakah yang sudah menggunakan produk-produk saingan.

## 3) Pendekatan pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merek apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan membeli, kesukaan, dan



sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4) Melakukan penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk mengikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5) Pelayanan purna jual

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan baru pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalasi, atau barang konsumsi tahan lama seperti lemari es, televisi, dan sebagainya. Beberapa pelayanan yang diberikan oleh penjual sesudah penjualan dilakukan antara lain berupa:

- a) Pemberian garansi
- b) Pemberian jasa reparasi
- c) Latihan tenaga-tenaga operasi dan cara penggunaannya
- d) Penghantaran barang kerumah

Dalam tahap terakhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan lain yang juga perlu diberikan sesudah

penjualan adalah memberikan jminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat, barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat, dan hasil kerja produk tersebut memuaskan.

### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam prakteknya, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

#### 1) Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk itu penjual harus memahami beberapa hal yaitu jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.

#### 2) Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembelinya, dan keinginan serta kebutuhan.

#### 3) Modal

Modal harus memperkenalkan dulu atau membawa produknya kepada pembeli, diperlukan adanya sarana serta usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan

maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan lain-lain, dimana semuanya itu disebut dengan modal.

#### 4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan, sedangkan dalam perusahaan kecil biasanya masalah penjualan masih ditangani oleh orang yang juga melaksanakan fungsi-fungsi lain.<sup>34</sup>

#### d. Strategi Penjualan

strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.

Umumnya tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan. Tujuan ini dapat dipecah berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan perwilayah operasi atau *persales person* di dalam suatu wilayah operasi. Tujuan operasi juga biasanya dinyatakan dalam target *gross margin*, tingkat pengeluaran maksimum, atau pencapaian tujuan tertentu seperti merebut pelanggan pesaing.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Willy Pratama Widharta, "Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No1, (2013), 2.

<sup>35</sup>Fandi Tjipto, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 21

## 2. Potongan Harga

### a. Pengertian Harga

Harga menjadi faktor penentu dalam pembelian dan menjadi salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Definisi harga menurut Tjiptono menyatakan:

“Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”<sup>36</sup>

Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong adalah : “Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk”.<sup>37</sup>

Dari pengertian harga di atas dapat diketahui bahwa harga merupakan unsur bauran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi kedua hal tersebut tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.

Dasar Hukum Potongan Harga.

Hukum jual beli potongan harga adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penjualan kepada konsumen, menimbulkan *mudharat* kepada orang lain, dan sebagainya.

Seperti yang terdapat pada dalil-dalil berikut ini :

<sup>36</sup>Ibid., 151.

<sup>37</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Marketing An Introduction*, Fifth Edition. New Jersey. Prentice Hall Pearson Education Inc. 2000. 73

## 1) Al-qur'an

Firman Allah QS. An-Nisa' [4] : 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>38</sup>

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa dalam Islam perniagaan diperbolehkan jika atas dasar suka sama suka dan berlaku jujur dalam hal perniagaan sehingga dapat terhindar dari hal yang haram. Jika dikaitkan dengan potongan harga, pada dasarnya diperbolehkan dengan atas dasar suka sama suka dengan adanya kejujuran antara kedua belah pihak dalam hal potongan harga.

## 2) Hadist

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَالِدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ  
 الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا  
 سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ  
 تَرَاضٍ

Artinya : “telah menceritakan kepada kami (Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi) berkata, telah menceritakan

<sup>38</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan New Cordova*

kepada kami (Mawar bin Muhammad) berkata, telah menceritakan kepada kami (Abdul Aziz bin Muhammad) dari (Daud bin Shalih Al Madini) dari (Bapaknya) berkata, “Rasullulah Shallallahu’alaihi Wasallam bersabda: jual beli berlaku dengan saling ridha. (HR. Ibnu Majah nomor 2176)”<sup>39</sup>

Bedasarkan hadist diatas terlihat bahwa perniagaan atau jual beli diperbolehkan jika dilakukan atas dasar ridha. Ridha dalam hal ini adalah kerelaan dan tidak ada paksaan antara penjual dan pembeli.

3) Kaidah fiqh :

لَأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”<sup>40</sup>

Bersadarkan kaidah fiqh diatas terlihat bahwa hukum asal muamalah adalah boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkan. Selain itu kaidah ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa-menyewa, gadai, kerjasama (*mudharabah dan musyarakah*), perwakilan, dan lain-lain. Kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.

<sup>39</sup>Muhammad Nashiruddin Al-Abani, *Shahih Sunah Ibnu Majah*, jilid 3. (Pustaka Azzam, 2007) No.2176

<sup>40</sup>Djazuli, *kaidah-kaidah fiqh : kaidah-kaidah hukum islam dalam menyelesaikan masalah-masalah yang praktis*. (Jakarta: kencana, 2006)hal.128

#### b. Proses Penetapan Harga

Proses penertapan harga yang dilakukan oleh manajer mencakup beberapa tahap. Tahap-tahap penetapan harga tersebut adalah:

- 1) Menentukan tujuan penetapan harga,
- 2) Memperkirakan permintaan untuk barang tersebut dan elastisitas harganya,
- 3) Mengantisipasi reaksi dalam persaingan,
- 4) Menentukan pangsa pasar yang dapat diharapkan,
- 5) Memilih strategi harga untuk mencapai pasar sasaran,
- 6) Mempertimbangkan kebijakan pemasaran perusahaan,
- 7) Memilih metode perhitungan harga,
- 8) Menetapkan tingkat harga.<sup>41</sup>

#### c. Tujuan Penetapan Harga

Perusahaan didalam menetapkan harga sebaiknya mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Menurut Tjiptono ada lima jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

- 1) Tujuan berorientasi pada laba, tujuan ini dipakai oleh perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yaitu tingkat laba yang diharapkan sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang

---

<sup>41</sup>Basu Swastha, "Strategi Penetapan Harga". Modul , 7-8

biasanya digunakan yakni target margin dan target ROI (*Return Of Investent*)

- 2) Tujuan berorientasi pada volume, harga yang ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan rupiah, atau target pangsa pasar (absolut maupun relatif).
- 3) Tujuan berorientasi pada citra, citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Harga tinggi dapat membentuk atau mempertahankan citra prestisius, sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*). Misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu.
- 4) Tujuan stabilisasi harga, stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri.
- 5) Tujuan-tujuan lainnya, harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta. 2001. h 152-153



#### d. Potongan Harga

##### 1) Pengertian Potongan Harga

Menurut Sutisna, “Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu”.<sup>43</sup>

Menurut Tjiptono, “Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual”.<sup>44</sup>

Menurut Swasta, “Potongan harga (*discount*) dan penghargaan (*allowance*) merupakan pengurangan dari harga yang ada”.<sup>45</sup>

##### 2) Macam-macam Potongan Harga

Menurut Kotler,<sup>46</sup> ada beberapa macam bentuk dari diskonyaitu :

- a) Diskon tunai, adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya.
- b) Contoh yang umum adalah “ 2/10, net 30” yang berarti bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika membayar tagihan dalam 10 hari.

<sup>43</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya 2001, 123

<sup>44</sup>Fandy Tjiptono, *op. cit.*, h 166

<sup>45</sup>Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Penjualan*; Edisi Ketiga. Yogyakarta. BPFE 1993. h 64

<sup>46</sup>Philip Kotler, *Manajemen, Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi B. Indonesia Alih Bahasa: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta. PTPrenhallindo 1997. 195

Diskon tersebut harus diberikan untuk semua pembeli yang memenuhi persyaratan tersebut. Diskon seperti ini biasanya digunakan dalam banyak hal industri dan bertujuan meningkatkan likuiditas penjual dan mengurangi biaya tagihan dan biaya hutang tak tertagih.<sup>47</sup>

- c) Diskon kuantitas, merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Contohnya adalah Rp.1.000.000,- per unit untuk kurang dari 100 unit : Rp.900.000,- per unit untuk 100 unit atau lebih”. Menurut undang-undang di Amerika Serikat, diskon kuantitas harus ditawarkan sama untuk semua pelanggan dan tidak melebihi penghematan biaya yang diperoleh penjual karena menjual dalam jumlah besar. Penghematan ini meliputi pengurangan biaya penjualan, persediaan dan pengangkutan, diskon ini dapat diberikan atas dasar tidak kumulatif (berdasarkan tiap pesanan yang dilakukan) atau atas dasar kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang dipesan untuk satu periode). Diskon memberikan insentif bagi pelanggan untuk
- d) membeli lebih banyak dari seorang penjual dan tidak membeli daribanyak sumber
- e) Diskon Fungsional, diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan (*trade discount*) ditawarkan oleh produsen pada

---

<sup>47</sup>Philip Kotler, *op. cit.*, 195

para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu, seperti menjual, menyimpan dan melakukan pencatatan. Produsen boleh memberikan diskon fungsional yang berbeda bagi saluran perdagangan yang berbeda karena fungsi-fungsi mereka yang berbeda, tetapi produsen harus memberi diskon dalam tiap saluran perdagangan.

f) Diskon musiman (*seasonal discount*), diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun. Produsen jas hujan akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal. Hotel dan perusahaan penerbangan juga menawarkan diskon musiman pada periode-periode yang lambat penjualannya.

g) Potongan (*allowance*), potongan merupakan pengurangan dari daftar harga, misalnya: potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*propotional allowance*). Potongan tukar tambah adalah pengurangan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru. Potongan tukar tambah paling umum terjadi dalam industri mobil dan juga terdapat pada jenis barang tahan lama

lain. Potongan promosi merupakan pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan pada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan.

e. Tujuan potongan harga

Tujuan diadakannya potongan harga atau diskon menurut Nitisemito yang dikutip oleh Arif Isnaini adalah

- 1) Mendorong pembeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. Pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.
- 2) Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjualan tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjualan yang bersangkutan.
- 3) Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.<sup>48</sup>

f. Faktor terjadinya potongan harga.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Menurut

<sup>48</sup>Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makassar:Ntp Press, 2005), 90.

Bukhari Alma ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukannya pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu:<sup>49</sup>

- 1) Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- 2) Pembelian dalam jumlah besar.
- 3) Adanya perbedaan timbangan

Sedangkan menurut Djasmin Saladin ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga, yaitu:<sup>50</sup>

- 1) Kelebihan kapasitas
- 2) Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan
- 3) Untuk mengunggulkan pasar melalui biaya yang telah rendah.



---

<sup>49</sup>Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta,2013),hal 132

<sup>50</sup>Djasmin Saladin, *Manajemen Pemasaran* “analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian”, edisi 3, (Bandung: Linda Karya, 2012), hal 151

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>51</sup>

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.<sup>52</sup> Jenis penelitian ini diambil karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.<sup>53</sup>

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Mie Gacoan yang terletak di Jl. Sumatra No. 53-75, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec.

---

<sup>51</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

<sup>52</sup>Ibid., 11.

<sup>53</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 46.

Sumbersari, Kab. Jember. Lokasi gerainya memang cukup strategis, lantaran dekat dengan area kampus dan kos karyawan serta mahasiswa.

### C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive*. Yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>54</sup> Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama adalah orang yang dianggap paling tahu mengenai segala aktifitas yang ada di perusahaan tersebut yaitu peneliti memilih Bapak Ronny sebagai Manajer, Bapak Burhansebagai Asisten Manajer, Dimas, Fauzi, Norma, Agung, Anwar karyawan Mie Gacoan Jember.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.<sup>55</sup> Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

---

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2008), 219.

<sup>55</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Observasi

Dalam pengertian yang sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi *non participant* yakni peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Dalam menggunakan teknik observasi ini, peneliti mendapatkan data tentang

- a. Letak geografis Mie Gacoan Jember
- b. Menu Mie Gacoan Jember
- c. Fasilitas yang tersedia di Mie Gacoan Jember

### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>56</sup> Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Lalu, pedoman

---

<sup>56</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.



wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>57</sup>

Menggunakan teknik wawancara ini, peneliti mendapatkan data tentang :

- a. Sejarah Mie Gacoan Jember
- b. Impelementasi strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember
- c. Faktor pendukung dan penghambat strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember

### 3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan seagainya. Hal yang berkaitan dengan data Mie Gacoan Jember adalah data tentang gambaran umum Mie Gacoan Jember. Adapun yang dikumpulkan dengan cara metode ini adalah :

- a. Struktur Organisasi Mie Gacoan Jember
- b. Visi Misi Mie Gacoan Jember

Teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, dengan cara mempelajari dan menganalisa berbagai dokumen agar data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:CV ALFABETA, 2002), 132.

## E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah lengkap. Aktifitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.<sup>58</sup> Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut :

### 1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>59</sup>

### 2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dengan teks yang bersifat naratif. dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

---

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 246.

<sup>59</sup>Ibid., 247.

### 3. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan reduksi dan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

### F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik data pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>60</sup> Hal ini dapat di capai dengan jalan diantaranya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan presepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 274.

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan<sup>61</sup>

### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan dari terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasannya :

1. Tahap pra-lapangan
  - a. Menyusun rencana penelitian
  - b. Memilih objek penelitian
  - c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
  - d. Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian mengajukan judul dengan telah dilengkapi dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
  - e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
  - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
  - g. Mengurus perizinan penelitian.
  - h. Mempersiapkan penelitian lapangan.

---

<sup>61</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

## 2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

## 3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Mie Gacoan

Mie Gacoan merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menggunakan sistem kedai untuk melakukan penjualannya. Makanan yang berbahan baku dari tepung gandum itu kini telah berkembang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia khususnya kota Jember. Mie Gacoan merupakan salah satu gerai makana pedas yang cukup populer di kota Jember. Mie Gacoan (anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi) merupakan resto Mie yang memberikan *price to quality* terbaik dikelasnya dengan nilai-nilai yang selalu di bangun dan dijaga adalah : *quality*, *service*, dan *cleanliness*. Mie Gacoan buka di Jember pada 12 Februari 2016. Bapak Anton Kurniawan adalah pria yang pertama kali memperkenalkan konsep gerai Mie dengan level pedas bertingkat. Awalnya Anton yang hanya lulusan SMA itu tidak terpikir untuk mengeluti dunia kuliner, Anton yang hobinya nongkrong selayaknya anak pada umumnya. Dengan kebiasaan itu Anton sering beli makan dan jajan di luar, Dari sinilah ide membuka gerai itu muncul. Awalnya hanya menjual minuman, lalu berkembang menjadi gerai penjual Mie karena makanan ini sangat di gemari semua kalangan, pengelolaan dan

pembuatannya pun tidak begitu rumit. Mie Gacoan Jember ini merupakan anak cabang dari Mie Gacoan yang ada di Malang<sup>62</sup>

## 2. Letak Geografis Mie Gacoan

Mie Gacoan ini terletak di JL.Sumatra No. 53-75, Tegal Boto lor, Sumpersari, Kec. Sumpersari, Kab. Jember, Jawa Timur kode pos 68121. Tepat gerainya berada disamping jasa pengiriman barang (J & T Express) menghadap ke timur. Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan kampus dan berada di lingkungan yang selalu ramai.<sup>63</sup>

## 3. Visi Misi Mie Gacoan

Visi

menjadi merk Mie dengan jaringan terbesar di kelasnya.

Misi

1. Membangun struktur operasional yang efektif dan efisien.
2. Menyediakan menu bernilai maksimal dengan harga terbaik.
3. Inovasi tanpa henti sesuai dengan kebutuhan dan trend jaman.<sup>64</sup>

## 4. Organisasi dan Manajemen Mie Gacoan

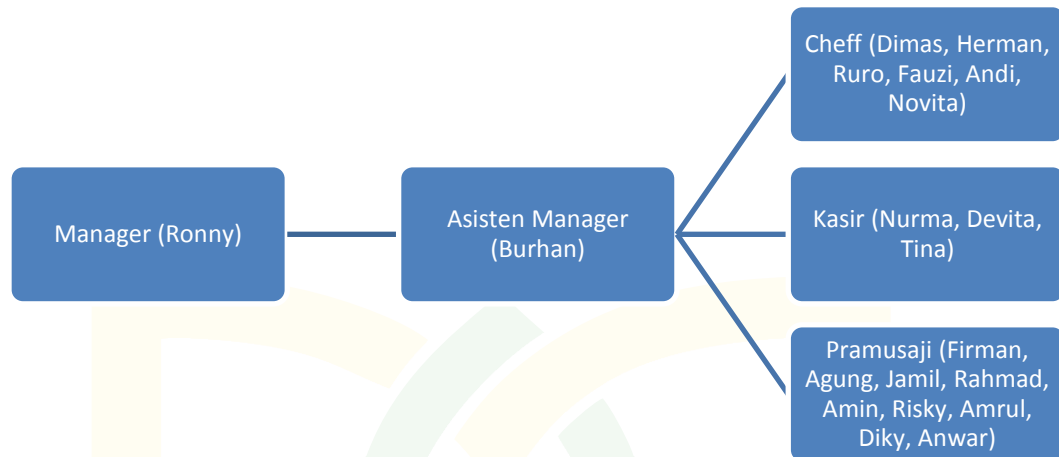
### a. Struktur Organisasi Mie Gacoan

Penentuan struktur organisasi di Mie Gacoan jember sangat penting untuk memperjelas dan mempertegas tanggung jawab masing-masing bagian. Adapun struktur organisasi Mie Gacoan sebagai berikut:

<sup>62</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 25 Desember 2020.

<sup>63</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 25 Desember 2020.

<sup>64</sup>Miegacoan.com , 30 desember 2020



### b. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Berikut tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan di Mie Gacoan secara garis besar akan terurai sebagai berikut:

#### 1. Manajer

Bertanggung jawab penuh memimpin dan mengendalikan usaha untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

#### 2. Asisten Manajer

Seseorang yang bertanggung jawab membantu dalam menangani tugas-tugas manajer.

#### 3. Kasir

Bertanggung jawab atas masuknya keuangan saat *coustemer* melakukan transaksi pembayaran.



#### 4. Produksi

Bertanggung jawab penuh dalam *quality control*, stock bahan baku yang dibutuhkan setiap harinya.

#### 5. Pramusaji

Bertanggung jawab untuk melayani *coustemer* dan menjaga kebersihan dapur dan tempat makan.

### 5. Jumlah Tenaga Kerja

Karyawan di Mie Gacoan disebut dengan team. Bapak Ronny selaku Manager menjadikan karyawannya sebagai team yang kompak. Hal yang paling mendasar di bisnis adalah pemimpin yang adil dan jujur, dengan hal itulah bisa menjadikan team yang adil, jujur, dan disiplin.

Karyawan yang bekerja di Mie Gacoan ada 20 karyawan yang masih setia mengikuti perkembangan Mie Gacoan hingga saat ini yakni, 6 di bagian produksi, 3 di bagian kasir, 11 di bagian pramusaji.<sup>65</sup>

### 6. Jam Kerja

Dalam kegiatan produksinya, Mie Gacoan membagi sistem kerjanya menjadi tiga shift. Shift yang pertama yaitu mulai pagi jam 09.00 sampai jam 18.00, shift midle yaitu mulai jam 12.00 sampai jam 21.00, dan yang terakhir yaitu shift siang yaitu mulai jam 14.00 sampai jam 22.00.<sup>66</sup>

Berdasarkan hasil observasi peneliti, juga menemukan sebuah keunikan bahwa saat memasuki waktu Sholat semua karyawan bergantian

<sup>65</sup>Ronny, wawancara, Jember, 01 Januari 2021

<sup>66</sup>Dimas, wawancara, Jember, 29 Desember 2020.

menunaikan Sholat dan untuk pekerjaannya akan digantikan oleh karyawan yang belum atau sudah menunaikan ibadah Sholat. Karena bapak Burhan selaku Asisten Manajer di Mie Gacoan percaya bahwa kewajiban Sholat tidak bisa digantikan dengan apapun karena itu sifatnya wajib dan lebih utama dari pada pekerjaan apapun.<sup>67</sup>

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Penyajian hasil penelitian merupakan proses lanjutan dalam menulis skripsi, setelah proses pengumpulan data di lapangan dirasa sudah cukup maka penelitian bisa dihentikan. Data hasil penelitian disesuaikan dengan alat-alat pengumpulan data lalu kemudian dikemukakan secara terinci sesuai dengan bukti yang telah diperoleh selama penelitian.

Penelitian ini berjudul “ Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Mie Gacoan Jember maka data yang didapatkan adalah sebagai berikut:

### **1. Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga**

#### **a. Tujuan Potongan Harga**

Potongan harga merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli dalam melakukan transaksi pembelian.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan.

---

<sup>67</sup>Burhan, *wawancara*, jember, 26 Desember 2020

“tujuan potongan adalah memperkenalkan produk kepada masyarakat dan menaikkan angka penjualan ke produk lainnya. dengan adanya potongan harga masyarakat lebih tertarik membeli produk di Mie Gacoan karena dengan adanya potongan harga masyarakat bisa membeli produk lain seperti Dimsum dan minumannya seperti es Setan. Masyarakat yang biasanya hanya membeli Mie Dengan adanya potongan harga masyarakat tidak hanya membeli Mie saja melainkan menu lainnya yang ada di Gacoan”.<sup>68</sup>

Hal serupa pun diungkapkan oleh Bapak Ronny selaku Manajer di Mie Gacoan.

“dengan adanya potongan harga kita bisa memperkenalkan kepada masyarakat dan bisa juga menaikkan angka penjualan, karena dengan adanya potongan harga akan menarik minat pembeli. dan dengan potongan harga masyarakat akan membeli produk dalam jumlah banyak”<sup>69</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh bapak dimas selaku cheff di Mie Gacoan

“dengan adanya potongan harga di Mie gacoan jember banyak *customer* yang memesan makanan lebih tidak hanya memesan Mie saja namun mereka juga memesan menu lain seperti dimsum dan es andalan seperti es genderuwo”<sup>70</sup>

Selain itu dengan adanya potongan harga di Mie Gacoan, perusahaan bisa memperkenalkan kepada masyarakat, dan dengan adanya potongan harga juga akan menarik minat pembeli sehingga masyarakat akan terbiasa membeli dan akan menjadi langganan di Mie Gacoan

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan.

<sup>68</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 26 Desember 2020.

<sup>69</sup>Ronny, *wawancara*, Jember, 01 Januari 2021.

<sup>70</sup>Dimas, *wawancara*, Jember 30 Desember 2020

“dengan adanya potongan harga secara tidak langsung pastinya akan menambah datangnya *customer* untuk makan di Mie Gacoan ini sedangkan untuk mempertahankan pelanggan Mie Gacoan perlu konsisten di dalam kualitas produknya”

Hal serupa pun diungkapkan oleh Bapak Ronny selaku Manajer di Mie Gacoan.

“Untuk mendapatkan *customer* yang loyal terhadap resto yang kita kelola tidak hanya cukup dengan harga murah atau diskon saja. Yang terpenting adalah menjaga kualitas produk, kebersihan resto dan service yang baik dengan demikian *customer* pasti senang dan akan datang kembali.”

Hal ini pun juga diungkapkan oleh bapak Fauzi selaku Cheff di Mie Gacoan.

“untuk mendapatkan *customer* Mie Gacoan tidak hanya memberikan potongan harga saja tapi juga harus mempertahankan kualitas produk yang dijual, jika hanya bermodalkan harga murah tapi kualitas dan kebersihan tidak dijaga pastinya *customer* pun tidak akan datang kembali ke resto ini karena *customer* juga butuh tempat yang bersih untuk menikmati makanannya”<sup>71</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari menerapkan potongan harga di Mie Gacoan adalah untuk menaikkan angka penjualan, dengan adanya potongan harga secara tidak langsung akan menarik minat pembeli sekaligus mempertahankan pelanggan supaya datang ke gerai Mie Gacoan.

#### b. Strategi penjualan

Penjualan adalah suatu akad penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar suka rela. Penjual dapat dikatakan juga jual beli, secara bahasa artinya

<sup>71</sup>Fauzi, wawancara, Jember 02 Januari 2020.

pertukaran sesuatu dengan sesuatu.<sup>72</sup> Dengan demikian penjualan merupakan transaksi jual beli dengan jumlah barang terjual, dilakukan oleh para penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati dalam waktu tertentu atas dasar suka rela.

Adapun strategi penjualan menurut Bapak Ronny selaku Manajer di Mie Gacoan mengungkapkan bahwa:

“kalo untuk resto pertama kali buka biasanya banyak yang menerapkan potongan harga untuk menarik minat *customer* supaya datang ke tempatnya dan sedikit banyaknya orang pasti akan datang ke tempat tersebut karna penasaran dengan adanya potongan harga tersebut, tetapi kita tetap harus mengedepankan kualitas produk, karena jika hanya murah tapi rasa tidak sesuai ekspektasi, biasanya *customer* tidak akan kembali lagi.

Hal serupa pun diungkapkan oleh bapak anwar selaku pramusaji di Mie Gacoan mengungkapkan bahwa:

“jika hanya potongan harga saja yang berikan tanpa adanya kualitas produk, pelayanan yang baik maka pelanggan pun tidak akan kembali lagi karena yang dicari pelanggan tidak hanya potongan harga saja kenyamanan juga”<sup>73</sup>

Penjual yang profesional harus mengetahui bagaimana menentukan kebutuhan seorang pembeli, bagaimana cara menerima ide-ide baru dan bagaimana tekanan sosial serta psikologis dapat mempengaruhi pembelian.<sup>74</sup> Karena hal tersebut sangat penting dimiliki oleh para penjual agar tidak kalah saing oleh para penjual yang lainnya.

<sup>72</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, 9.

<sup>73</sup>Anwar, *Wawancara*, Jember 03 Januari 2021.

<sup>74</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*. 65.

Adapun yang unik dan membedakan Mie Gacoan dengan Mie lainnya menurut Bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan adalah:

“Bumbu dan Rasanya sangat disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia dengan penambahan lada hitam, sehingga cepat diterima dan cocok dengan lidah di Indonesia. Pangsit ayam diberikan 2 pcs sekaligus, dan harga terjangkau, harga kaki lima (10.000) tapi tempat makannya direstaurant. Tekstur Mienya juga kenyal, dan kecil-kecil, porsi mienya banyak selain itu juga Mie gacoan sering melakukan potongan harga.”<sup>75</sup>

Hal serupa pun diungkapkan oleh Bapak Ronny selaku Manajer di Mie Gacoan.

“Bedanya Mie Gacoan dengan yang lain ukuran Mienya lebih kecil, rasanya lebih lembut dan kenyal, topping pangsitnya full daging ayam. Kualitas dan harga juga berada di level yang tepat sehingga orang yang makan bisa mengatakan ini murah, selain murah di Mie gacoan juga sering mengadakan potongan harga sehingga banyak pelanggan yang datang ke Mie Gacoan”<sup>76</sup>

Hal ini juga di ungkapkan oleh ibu Norma selaku kasir di Mie Gacoan

“bedanya dengan gerai lainya dari segi harga lebih murah dan kualitas produknya terjamin, untuk porsinya juga banyak dan di Mie Gacoan juga sering ada potongan harga sehingga banyak kemungkinan pelanggan akan kembali lagi ke Gacoan”<sup>77</sup>

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka (*face to face selling*) dimana seorang penjual langsung berhadapan muka dengan calon pembelinya

<sup>75</sup>Burhan, wawancara, Jember, 06 Desember 2020

<sup>76</sup>Ronny, wawancara, Jember, 01 Januari 2021

<sup>77</sup>Norma, wawancara, Jember, 02 Januari 2021

Adapun segmen pasar Mie Gacoan menurut Bapak Ronny selaku Manajer di Mie Gacoan pembelinya kebanyakan adalah:

“untuk pembeli di Mie Gacoan peminatnya dari semua kalangan masyarakat, akan tetapi lebih banyak di dominasi oleh kalangan anak muda, seperti mahasiswa.”<sup>78</sup>

Hal serupa pun diungkapkan oleh Bapak Burhan selaku Asisten

Manajer Mie Gacoan adalah:

“yang menjadi target pasar Mie Gacoan adalah dari semua kalangan masyarakat akan tetapi kebanyakan pembelinya didominasi dari kalangan Pelajar dan mahasiswa, sedangkan Family hanya sedikit”<sup>79</sup>

Menarik konsumen tidak selalu dari segi rasa melainkan bisa menawarkan dari segi tempat dan suasana yang nyaman untuk makan bersama keluarga dan teman-teman. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tenaga orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan.

“Lokasi gerainya memang bisa dikatakan cukup strategis, lantaran dekat dengan area kampus dan kos karyawan serta mahasiswa selain itu lokasi yang berada dipusat kota menjadikan gerai ini di ketahui oleh banyak orang.”<sup>80</sup>

Pak Rony selaku Manajer di Mie Gacoan juga menambahkan bahwa:

“Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, lantaran gerainya yang sangat strategis dekat dengan kampus, kos karyawan dan mahasiwa

<sup>78</sup>Ronny, wawancara, Jember 01 Januari 20201

<sup>79</sup>Burhan, wawancara, Jember 26 Desember 2020

<sup>80</sup>Burhan, wawancara, Jember, 26 Desember 2020

dimana mereka bisa nongkrong, mengerjakan tugas, ngobrol santai dan eksis bareng. Dengan tempat yang atraktif, dan juga dilengkapi berbagai fasilitas seperti: wifi, colokan listrik, musik terupdate, dijamin akan membuat *customer* nyaman dan selalu ingin kembali lagi”<sup>81</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Agung selaku pramusaji di Mie Gacoan Jember

" lokasinya strategis karena dekat dengan area kampus seperti UNEJ, STIA, UNMU, MANDALA, dan lain-lain”<sup>82</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi Penjualan Di Mie Gacoan dari segi lokasi cukup strategis karena dekat dengan kampus, kos mahasiswa dan karyawan. Harganya pun sangat terjangkau, ukuran Mienya kecil, teksturnya kenyal, porsinya juga cukup banyak, topping pangsitnya full ayam, tempatnya nyaman bisa digunakan untuk mengerjakan tugas dan bersantai karena dilengkapi dengan fasilitas seperti colokan listrik, wifi dan musik yang update.

#### c. Penerapan Potongan Harga

Potongan harga atau diskon adalah pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Harga menjadi faktor penentu dalam pembelian dan menjadi salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan

<sup>81</sup>Ronny, wawancara, Jember, 01 Januari 2021

<sup>82</sup>Agung, wawancara, Jember, 02 Desember 2020



Adapun potongan harga di Mie Gacoan menurut Bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan.

“Kami berani memberikan promo pada awal buka sebesar 50% dari tanggal 2 Maret hingga 20 Maret 2020. Pembayaran langsung di awal saat *customer* melakukan pemesanan makanan. Memberikan *upselling product*, terutama bagi produk yang kurang diminati *customer*. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan omzet, dan mengenalkan produk tersebut agar penjualan sama dengan produk yang lainnya”<sup>83</sup>

Pak Rony selaku Manajer di Mie Gacoan juga menambahkan bahwa:

“ketika di adakan suatu promo di resto pasti kenaikan sales signifikan, dan kebanyakan potongan harga yang digunakan adalah dari harga normal produk tersebut. Dan pastinya juga ada syarat dan batas waktu jika di adakannya sebuah promo di Gacoan.”<sup>84</sup>

Menyambung hal tersebut, Bapak Burhan selaku Asisten Manajer Mie Gacoan menambahkan bahwa:

“Promo yang kita adakan bekerjasama dengan perusahaan seperti Gojek dan Grab. Saat ini pada aplikasi Go-jek dan Grab sedang diadakan diskon sebesar 40% dari tanggal 9 Desember hingga 2 Februari dengan syarat pembelian minimum 30.000. Kemudian untuk promo lainnya juga diberlakukan batasan waktu seperti tanggal dan jam tertentu . Misalnya hanya pada Jam 15.00-17.00 pada Jam sepi. Hal ini diterapkan pada cabang tertentu saja yang dirasa cabang yang sepi itu biasanya ada discount, tetapi Kalau sepi semua maka discount semua.”<sup>85</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa penerapan potongan harga Di Mie Gacoan adalah berani memberikan potongan harga sebesar 50 % diawal buka, dan potongan harga menggunakan aplikasi Gojek dan Grab sebesar 40 % dari tanggal 2

<sup>83</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 26 Desember 2020

<sup>84</sup>Ronny, *wawancara*, Jember, 01 Januari 2021

<sup>85</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 27 Desember 2020

Desember hingga 2 Februari 2020 dengan syarat pembelian minimal 30.000 sedangkan untuk promo lainnya juga ada ketentuannya seperti adanya batasan waktu dan di berlakukan pada jam-jam sepi misalnya pada jam 15.00-17.00. meningkatkan omzet dengan memberikan *uppseling product* untuk menu yang tidak terlalu diminati oleh *coustemer*

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat

### a. Faktor Pendukung

Pak Burhan selaku Asisten Manajer di Mie Gacoan juga mengatakan bahwa:

“harga Mienya pas dikantong dengan harga Rp.10.000 sudah bisa menikmati Mie dengan sensasi level tingkat kepedasan yang dipilih sendiri oleh pelanggan. Di Mie Gacoan juga tempat makannya luas jadi jangan khawatir tidak dapat tempat duduk. Untuk tempat parkirpun juga sama luas dan sudah ada tukang parkirnya jadi pelanggan tidak perlu repot-repot memarkirkan sepedanya sendiri, model tempat makannya pun sangat kekinian bisa untuk berfoto-foto, kebersihannya juga sangat terjamin”<sup>86</sup>

Pak Rony selaku Manajer di Mie Gacoan juga menambahkan bahwa:

”Untuk mendukung berjalannya resto tetap lancar dari segi people (karyawan) harus baik, rama, dan paling utama adalah harus menjaga kebersihan. produk yang di jual harus selalu tercukupi, gerainya pun cukup luas sehingga pelanggan tidak sampai kekurangan tempat duduk, dekorasi geraipun sangat kekinian sangat cocok untuk berfoto-foto dan bersantai”<sup>87</sup>.

<sup>86</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 27 Desember 2020

<sup>87</sup>Ronny, *wawancara*, Jember, 01 Januari 2021

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dari Mie Gacoan adalah harganya pas dikantong yaitu dengan harga Rp.10.000 kita sudah bisa menikmati Mie, tempat duduk dan tempat parkirpun juga luas, untuk gerai dekorasi kekinian sehingga bisa digunakan untuk berfoto dan bersantai, terutam di bagian kebersihan harus tetap dijaga.

b. Faktor Penghambat

Pak Burhan selaku Asisten Manajer di Mie Gacoan juga mengatakan bahwa:

“banyaknya pesaingan atau kompetitor Mie yang sejenis seperti Mie Setan, Mie Sakera, Mie Teror, dan masih banyak lagi. Ditambah dengan supplier Mie yang jauh yaitu di Solo karena di Jember belum ada pabrik Mie yang kualitasnya seperti pabrik yang ada di solo. Dan sekarang ditambah lagi dengan adanya virus pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak kedai-kedai makan sepi pelanggan tidak seramai seperti sebelumnya”<sup>88</sup>

Pak Rony selaku Manajer di Mie Gacoan juga menambahkan bahwa:

“jika salah satu bahan di Mie Gacoan kurang atau tidak ada pastinya akan memperlambat jalannya oprsional. dan banyaknya pesaing Mie yang serupa yang ada di Jember seperti Mie Setan, Mie Sakera, Mie Teror, dan masih banyak lagi. menjadikan Mie Gacoan harus tetap eksis di dunia kuliner supaya tidak kalah pesaing dengan Mie yang lain. Apalagi sekarang ada virus pandemi COVID-19 yang menjadikan banyak gerai dan penjual makanan menjadi sepi dari pembeli”<sup>89</sup>

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dari Mie Gacoan adalah banyaknya pesaingan atau

<sup>88</sup>Burhan, *wawancara*, Jember, 27 Januari 2021

<sup>89</sup>Ronny, *wawancara*, Jember, 01 Januari 2021

kompetitor Mie yang sejenis seperti Mie Setan, Mie Sakera, Mie Teror, dan masih banyak lagi. Supplier Mie yang jauh juga menjadi faktor penghambat karena jika kehabisan stock Mie maka akan berpengaruh juga ke produksinya, sejak adanya Pandemi COVID-19 banyak gerai makanan yang sepi dari pembeli.

### **C. Pembahasan Temuan**

Dalam sub bab ini akan dijelaskan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh dari pengamatan wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana telah penelitian deskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berikut adalah pemaparan dari pembahasan yang akan dikomunikasikan dengan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam penelitian.

#### **1. Tujuan**

Dari hasil temuan peneliti, bahwa tujuan dari menerapkan potongan harga di Mie Gacoan adalah untuk menaikkan angka penjualan, menarik minat pembeli sekaligus mempertahankan pelanggan supaya datang ke gerai Mie Gacoan.

Dari data di lapangan di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Arif Isnaini bahwa:

- a. Mendorong pembeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. Pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.
- b. Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjualan tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjualan yang bersangkutan.
- c. Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.<sup>90</sup>

## 2. Strategi Penjualan

Dari hasil temuan peneliti bahwa bahwa Strategi Penjualan Di Mie Gacoan dari segi lokasi cukup strategis karena dekat dengan kampus, kos mahasiswa dan karyawan. Harganya pun sangat terjangkau, ukuran Mienya kecil, teksturnya kenyal, porsinya juga cukup banyak, topping pangsitnya full ayam, tempatnya nyaman bisa digunakan untuk mengerjakan tugas dan bersantai karena dilengkapi dengan fasilitas seperti colokan listrik, wifi dan musik yang update

Dari data di lapangan di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Basu Swasta dan Irwan:

---

<sup>90</sup>Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makassar:Ntp Press, 2005), 90.

a. Persiapan sebelum penjualan

Tahap pertama dalam proses *personal selling* adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Disini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu, mereka juga lebih dulu harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku segmen pasar yang dituju.

b. Penentuan lokasi pembeli potensi

Dalam menggunakan data pembeli tahun lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik, misalnya lokasi, oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tenaga orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan. Dari konsumen yang ada dapat pula ditentukan konsumen manakah yang sudah menggunakan produk-produk saingan.

c. Pendekatan pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merek apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung

penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan membeli, kesukaan, dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

### 3. Penerapan Potongan harga

Dari hasil temuan peneliti bahwa bahwa penerapan potongan harga Di Mie Gacoan adalah berani memberikan potongan harga sebesar 50 % diawal buka, dan potongan harga menggunakan aplikasi Gojek dan Grab sebesar 40 % dari tanggal 2 Desember hingga 2 Februari 2020 dengan syarat pembelian minimal 30.000 sedangkan untuk promo lainnya juga ada ketentuannya seperti adanya batasan waktu dan di berlakukan pada jam-jam sepi misalnya pada jam 15.00-17.00. meningkatkan omzet dengan memberikan *uppseling product* untuk menu yang tidak terlalu diminati oleh *custemer*

Dari data di lapangan di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Philip Kotler:

- a. Diskon musiman (*seasonal discount*), diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun. Produsen jas hujan akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal. Hotel dan perusahaan penerbangan juga menawarkan diskon musiman pada periode-periode yang lambat penjualannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian mengenai Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember, maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya:

##### **1. Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga**

###### **a. Tujuan Potongan Harga**

disimpulkan bahwa tujuan dari menerapkan potongan harga di Mie Gacoan adalah untuk menaikkan volume angka penjualan, dimana kenaikan volume angka penjualan sangat bergantung dari adanya promosi atau potongan harga. dengan adanya strategi potongan harga yang dilakukan oleh Mie Gacoan secara tidak langsung akan menarik minat pembeli sekaligus mempertahankan pelanggan supaya datang ke gerai Mie Gacoan.

###### **b. Staregi Penjualan**

disimpulkan bahwa Strategi Penjualan Di Mie Gacoan dari segi lokasi cukup strategis karena dekat dengan kampus, kos mahasiswa dan karyawan. Harganya pun sangat terjangkau, ukuran Mienya kecil, teksturnya kenyal, porsinya juga cukup banyak, topping pangsitnya full ayam, tempatnya nyaman bisa digunakan untuk mengerjakan tugas dan bersantai karena dilengkapi dengan fasilitas seperti colokan listrik, wifi dan musik yang update.



c. Penerapan Potongan Harga

bahwa penerapan potongan harga Di Mie Gacoan adalah berani memberikan potongan harga sebesar 50 % diawal buka, dan potongan harga menggunakan aplikasi Gojek dan Grab sebesar 40 % dari tanggal 2 Desember hingga 2 Februari 2020 dengan syarat pembelian minimal 30.000 sedangkan untuk promo lainnya juga ada ketentuannya seperti adanya batasan waktu dan di berlakukan pada jam-jam sepi misalnya pada jam 15.00-17.00. meningkatkan omzet dengan memberikan *uppseling product* untuk menu yang tidak terlalu diminati oleh *custemer*

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

disimpulkan bahwa faktor pendukung dari Mie Gacoan adalah dari strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan sangat diminati oleh konsumen, sehingga banyak konsumen yang datang kegerai Mie Gacoan untuk melakukan transaksi pembelian mie. tidak hanya itu saja, dengan harganya yang pas dikantong yaitu dengan harga Rp.10.000 kita sudah bisa menikmati Mie dengan sensasi level kepedasan yang bisa kita tentukan sendiri, kita juga bisa menikmati makanan mie dengan suasana tempat bernuansa restoran atau cafe, di Mie Gacoan juga tempat parkirannya pun cukup luas sehingga kita tidak kebingungan mencari tempat parkirpun. Dengan dekorasi gerai yang kekinian konsumen pun bisa memanfaatkannya untuk berfoto-

foto dan bersantai, Mie Gacoan juga mengutamakan kebersihan gerainya jika tempat kotor dan tidak bersih konsumen tidak akan kembali ke gerai Mie Gacoan lagi, oleh karena itu Mie Gacoan selalu menjaga kebersihan.

b. Faktor Penghambat

disimpulkan bahwa faktor penghambat dari Mie Gacoan adalah banyaknya pesaing atau kompetitor Mie yang sejenis seperti Mie Setan, Mie Sakera, Mie Teror, Mie kober dan masih banyak lagi. Supplier Mie yang jauh di Solo juga menjadi faktor penghambat karena jika kehabisan stock Mie maka akan berpengaruh juga ke produksinya dimana Mie ini merupakan bahan utama yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi, sejak adanya Pandemi COVID-19 banyak gerai makanan yang sepi dari pembeli tetapi tidak dengan gerai Mie Gacoan meskipun adanya Pandemi Covid-19 gerai ini masih tetap ramai dikunjungi oleh konsumen.

## B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, saran yang dapat digunakan di Mie Gacoan adalah sebagai berikut

1. Produk hendaknya tetap mempertahankan penerapan nilai-nilai islami yaitu: selaku bersikap jujur dalam melakukan perniagaan, mengedepankan kualitas produk, pegawai tetap bersikap ramah tama kepada konsumen, selalu memberikan rasa nyaman terhadap konsumen, tidak melakukan perbuatan curang saat melakukan perniagaan, jangan menjual produk yang

diharamkan oleh agama, tidak memaksa konsumen untuk membeli produknya, tidak menjelekkkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya.

2. Tetap mempertahankan strategi penjualan menggunakan potongan harga supaya bisa selalu meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan omset di Mie Gacoan Jember
3. Untuk bahan baku Mie jangan sampai kehabisan jika sampai mie kehabisan stock akan mempengaruhi produksi karena Mie merupakan bahan baku utama sedangkan suplier yang jauh di solo tidak memungkinkan bisa mengirim dalam waktu yang cepat.
4. Dari segi Promosi perlu ditingkatkan lagi dengan cara mengiklankan produk di media sosial maupun media lainnya dan memperkuat jaringan bisnis agar promosi mudah terserap dan diharapkan agar lebih banyak lagi konsumen yang mengenal Mie Gacoan setelah tersebarnya informasi promosi tersebut.
5. Dari segi tempat sudah cukup luas, mungkin jika diperluas lagi dalam pendistribusian agar lebih meningkatkan jumlah konsumen yang datang dan meningkatkan jumlah penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukhari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Arifiyanto, Eko. "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC Cabang Ahmad Yani Padang." Skripsi, STKIP PGRI Sumber Padang, 2018.
- Al-Abani, Muhammad Nashiruddin. *Shahih Sunah Ibnu Majah Jilid 3*. Pustaka Azzam: 2007.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan New Cordova*.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- Harahap, Nur Zannah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara." Skripsi, Universitas Sumatera Utara., 2018.
- Hajjaj, Muslim Ibn Al. *Shahih Muslim*. Beirut : Dar Al-Fikr, 1420H.
- Isnaini, Arif. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Ntp Press, 2005.
- Junardi, Juan. "Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga Produk Pakaian Di Matahari Departemen Store Brylian Plaza Kendari." Skripsi, IAIN kendari, 2017.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Marketing An Introduction*, Fifth Edition. New Jersey. Prentice Hall Pearson Education Inc. 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen, Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terj. Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: PTP renhallindo, 1997.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Miegacoan.com (diunduh 9 september 2019).
- Noviansyah, Al-Afinda. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Ketersediaan Untuk Membayar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

- Online Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Layanan Go-Car Di Kota Semarang).”Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2019.
- Rahayu, Anisa Riski Dwi. “Pengaruh Price, Diskon, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Toko Gabino Rita Supermall Purwokerto).”Skripsi, IAIN Purwokerto, 2019.
- Sari, Vela Novita “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.” Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, 2019.
- Saladin, Djasmin. *Manajemen Pemasaran “Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Pengendalian” Edisi 3*. Bandung: Linda Karya, 2012.
- Siregar, Dolla Vista. “Pengaruh Pembungkai Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Ramayanabandar Lampung(Studi Pada Produk Pakaian Wanita).” Skripsi, Universitas Lampung, 2017.
- Sugesti, Putri. “Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta, 2002.
- Swasta, Basu dan Irwan. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE, 1993.
- Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE, 1998.
- Swastha, Basu. “Strategi Penetapan Harga”. Modul.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2008.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Staton, William J. *Prinsip Pemasaran Edisi 7 Jilid 2*. Terj. Y. Lamarto. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2017.

Tolisindo, Josep. “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara.” Skripsi, Universitas Lampung, 2017.

Ulfa, Siti Maria dan Joko Widodo, “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No. 67 Kabupaten Jember”

Widarta, Willy Pratama. “Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No. 1, 2013.

[www.miegacoan.com](http://www.miegacoan.com) (diunduh pada tanggal 9 September 2020)



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aidah Yuliana  
Nim : E20162030  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga Di Mie Gacoan Jember*" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, Januari 2021

Saya yang menyatakan,



**Aidah Yuliana**  
NIM. E20162030

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Masalah
Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember	Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. strategi penjualan</li> <li>2. potongan harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) pengertian penjualan</li> <li>2) proses penjualan</li> <li>3) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan</li> <li>4) strategi penjualan</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pengertian potongan harga</li> <li>2) proses penetapan harga</li> <li>3) Tujuan penetapan harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Manajer Mie Gacoan</li> <li>b. Karyawan Mie Gacoan</li> </ol> </li> <li>2. Kepustakaan</li> <li>3. Dokumentasi</li> <li>4. Jurnal</li> <li>5. Internet</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pendekatan penelitian : pendekatan kualitatif</li> <li>2. jenis penelitian: deskriptif</li> <li>3. Lokasi penelitian : Mie Gacoan Jember</li> <li>4. Teknik penentuan informan : teknik <i>purposive</i></li> <li>5. Teknik pengumpulan data :               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. observasi</li> <li>b. wawancara</li> <li>c. dokumentasi</li> </ol> </li> <li>6. teknik analisis data : deskriptif</li> <li>7. keabsahan data : triangulasi sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. bagaimana strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember</li> <li>2. apa saja faktor pendukung dan penghambat dari strategi penjualan menggunakan potongan harga di Mie Gacoan Jember</li> </ol>



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. Pedoman Observasi**

1. Penerapan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember
2. Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember

### **B. Pedoman Wawancara**

#### **1. Wawancara Dengan Manajer Mie Gacoan jember**

- a. Bagaimana Sejarah berdirinya Mie Gacoan Jember
- b. Mulai tahun berapakah mie gacoan mulai mengalami peningkatan dan bagaimana proses penjualanya
- c. Bagaimana Visi dan Misi di Mie Gacoan Jember
- d. Bagaimana Struktur Organisasi di Mie Gacoan Jember
- e. Berapa banyak karyawan serta bagaimana sistem kerjanya
- f. Bagaimana strategi penjualan menggunakan potongan harga di mie gacoan jember
- g. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembeli di mie gacoan jember
- h. Apa uniknya dan apa yang membedakan mie gacoan dengan mie yang lain
- i. Apa yang menjadi faktor pendukung strategi pemasaran di mie gacoan jember
- j. Apa yang menjadi faktor penghambat strategi pemasaran di mie gacoan jember

## **2. Wawancara dengan karyawan Mie Gacoan Jember**

- a. Sudah berapa lama saudara bekerja di Mie Gacoan Jember?
- b. Dibagian apa saudara bekerja di Mie Gacoan jember?
- c. Bagaimana sistem kerja di mie gacoan jember?
- d. Apa yang saudara ketahui tentang mie gacoan jember?
- e. Bagaimana menurut anda respon masyarakat terhadap mie gacoan jember?
- f. Kapan kedai ini rame dikunjungi pelanggan?
- g. Bagaimana strategi penjualan di mie gacoan ini menurut anda?
- h. Apa yang menjadi faktor pendukung di mie gacoan jember ?
- i. Apa yang menjadi faktor penghambat di mie gacoan jember?

## **3. Pedoman dokumentasi**

- a. Visi dan Misi Mie Gacoan jember
- b. Struktur organisasi Mie Gacoan
- c. Jumlah karyawan Mie Gacoan jember

**IAIN JEMBER**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 427005, KodePos : 68136  
Website: <http://www.iain-jember.ac.id>

Nomor : B-732./In.20/7.d/PP.00.9/12/2020  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

28 Desember 2020

Yth. Pimpinan Mie Gacoan Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Aidah Yuliana  
NIM : E20162030  
Semester : IX  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
No. Telepon : 0895396330005

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Abdul Rokhim

**MIE GACOAN**  
**JL. SUMATRA NO. 53-75, TEGAL BOTO LOR, SUMBERSARI KABUPATEN**  
**JEMBER**

SURAT KETERANGAN MENYELESAIKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini kami :

Nama : Ronny Adi M  
Jabatan : Manajer Mie Gacoan  
Alamat : Jl. Sumatra no.53-75, Tegal boto lor, Sumbersari

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Aidah Yuliana  
Nim : E20162030  
Prodi : Ekonomi Syari'ah  
Alamat Asal : Brakung Rt 014 Rw 004 Duduk Sampeyan Gresik  
Alamat Domisili : Perum pesona surya milenia blok C15, Kaliwates, Jember.  
No Hp : 0895396330005  
Judul Skripsi : "Strategi Penjualan Menggunakan Potongan Harga di Mie Gacoan Jember"

Mahasiswa tersebut benar-benar telah selesai melakukan kegiatan penelitian terkait judul skripsi di atas pada Mie Gacoan Kabupaten Jember, sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E)

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 19 Januari 2021  
Manajer  
Mie Gacoan Jember

  
Ronny Adi M  
Manajer Mie Gacoan

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1.	15 Desember 2020	Menyerahkan surat izin penelitian.	
2.	23 Agustus 2020	Observasi lokasi penelitian.	
3.	01 Januari 2021	Wawancara dengan Manajer Mie Gacoan	
4.	01 Januari 2021	Wawancara Pegawai/Karyawan	
5.	02 Desember 2020	Wawancara dengan pelayan/Waiters	
6.	05 Januari 2021	Wawancara dan pengambilan dokumentasi	
7.	19 Januari 2021	Pengambilan surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 19 Januari 2021  
Manajer  
Mie Gacoan Jember

  
Ronny Adi M  
Manajer Mie Gacoan



Antrian go-jek, grab saat ada promo di aplikasi



Daftar menu di Mie Gacoan Jember



IAIN JEMBER

Situasi gerai saat ada discount



Situasi gerai saat opening



IAIN JEMBER



Wawancara dengan bapak Ronny selaku Manajer



Dokumentasi pemberitahuan bahwa ada promo di Mie Gacoan



Dokumentasi saat gerai close



Dokumentasi bagian dapur saat ramai pembeli



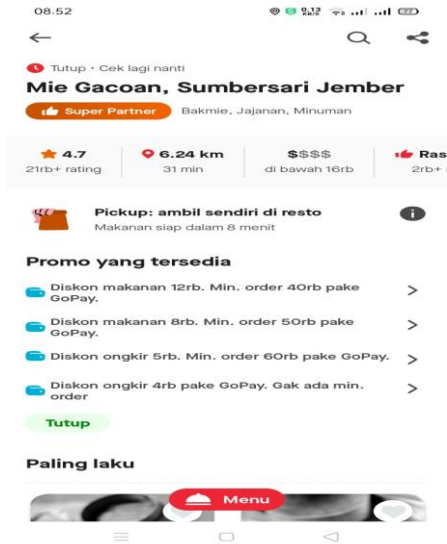


Menu-menu yang ada di Mie Gacoan Jember





Pemberitahuan bahwasanya ada Promo di aplikasi online



IAIN JEMBER

## BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Aidah Yuliana  
NIM : E20162030  
Alamat : Dusun Brakung Rt 014 Rw 004, Desa Sumari  
Kecamatan Duduk Sampeyan Kabupaten Gresik  
Tempat tanggal lahir : Gresik, 01 Agustus 1998  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Riwayat Pendidikan :

1. SDN : Tahun 2004-2010 SDN 1 DUDUK SAMPEYAN
2. SMP : Tahun 2011-2013 SMPN 1 DUDUK SAMPEYAN
3. SMA : Tahun 2014-2016 SMAN 1 CERME