



**PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP OMZET PENJUALAN
PRODUK GOOD TIME PADA PT ARNOTTS PEKANBARU
DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Ekonomi Syariah (S.E)*



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

GITA SUCI CARLINDA

11325200683

EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERSETUJUAN

Skripsi ini berjudul *“Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time Pada PT Arnotts Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”*

Nama : GITA SUCI CARLINDA
 NIM : 11325200683
 Program Studi : Ekonomi Islam

Dapat di terima dan di setuju untuk di ujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 25 Juni 2020

Pembimbing Skripsi

Dr. Drs. H. HERI SUNANDAR, MCL
 NIP. 19660803 199303 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP OMZET PENJUALAN PRODUK GOOD TIME PADA PT ARNOTTS PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM** yang ditulis oleh :

Nama : GITA SUCI CARLINDA
 NIM : 11325200683
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 29 Juni 2020
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : dilaksanakan secara Daring

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Maghfirah, MA

Sekretaris
Dra. Nurlaili, M.SI

Penguji I
Dr. H. Zainal Arifin, MA

Penguji II
Affhol Rinaldi, SE, M.Ec

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 196803 1 005

UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Gita Suci Carlinda (2020): *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time Pada PT.Arnotts Pekanbaru Ditinjau Mneurut Ekonomi Islam*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pencapaian omzet penjualan yang belum teralisasi dari data laporan keuangan dari tahun 2016-2018, sehingga menimbulkan masalah bagi suatu perusahaan. Hal ini dilatarbelakangi oleh penurunan dan peningkatan omzet penjualan berdasarkan strategi pemasaran dalam memberikan potongan harga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan turunnya omzet penjualan. Penulis melihat bebarap faktor penyebab penurunan dan peningkatan omzet penjualan dari potongan harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen atau pelanggannya. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah potongan harga berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan produk good time pada PT.Arnotts pekanbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dengan jumlah laporan keuangan pada perusahaan selama 3 tahun yakni tahun 2016-2018. Pengumpulan data juga menggunakan interview dengan Staff PT Arnotts bagian keuangan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan. Dari hasil pengujian analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independent (potongan harga) adalah sebesar 69%. Sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu $Y = 3525475,157 + 6,613X$ atau omzet penjualan = $3525475,157 + 6,613X$ arti dari persamaan tersebut nilai konstanta (a) sebesar 352547,157 artinya adalah jika potongan harga diasumsikan nol (0) maka omzet penjualan sebesar 6,613. Artinya setiap peningkatan potongan harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan potongan harga sebesar 6,613 dengan variabel lain tetap.

Dalam Islam memberikan potongan harga hukumnya diperbolehkan asalkan tidak ada unsur kecurangan, penipuan antara harga dengan kualitas barang yang dijual. Dalam hal ini Allah SWT menghalalkkan suatu jual beli dan mengharamkan riba.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam” ini dapat diselesaikan tanpa ada suatu hambatan yang berarti.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, amin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun kalau dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datang dari penulis sendiri. hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat .
2. Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahidin, M. Ag., selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitas akademika UIN SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, M. CL., selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag., selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, MA., selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Syahpawi, S.Ag, M.sh., dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak., CA. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
6. Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL., selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Pimpinan PT Arnott's Indonesia di Pekanbaru, yang telah membantu pemberian data dan informasi dalam penulisan skripsi.
8. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimah kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9 Sahabat-sahabat teristimewa seperjuangan “EI 4 angkatan 2013” serta Ildyana Winanda yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data skripsi ini dan onit , dan indah yang juga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, serta moril maupun materil.

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimah kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, amin.

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu ' alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 20 Juli 2020

GITA SUCI CARLINDA
NIM. 11325200683

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 10 |
| C. Rumusan Masalah | 10 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 11 |
| E. Metode Penulisan | 12 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 20 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PT. ARNOTT’S | |
| A. Sejarah PT. Arnott’s..... | 22 |
| B. Jenis – Jenis Produk Arnott’s | 25 |
| C. Lokasi PT Arnott’s Indonesia di Pekanbaru | 27 |
| D. Struktur Organisasi Perusahaan | 27 |
| E. Nama Pimpinan dan Karyawan PT Arnott’s Indonesia | 28 |
| F. Visi dan Misi PT Arnott’s | 32 |
| BAB III LANDASAN TEORI | |
| A. Harga | 34 |
| 1. Pengertian Harga | 34 |
| 2. Strategi Penetapan Harga | 35 |
| 3. Tujuan Penetapan Harga | 36 |
| 4. Variabel Harga | 37 |
| B. Potongan Harga | 38 |
| 1. Pengertian Potongan Harga | 38 |
| 2. Jenis-Jenis Potongan Harga..... | 40 |
| 3. Tujuan Potongan Harga..... | 42 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|----|
| 4. Faktor Terjadinya Potongan Harga | 43 |
| C. Penjualan | 43 |
| 1. Pengertian Penjualan | 43 |
| 2. Tujuan Penjualan | 45 |
| 3. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan..... | 45 |
| 4. Omzet Penjualan | 47 |
| D. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Potongan Harga..... | 49 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Analisis Data | 55 |
| 1. Uji Asumsi Klasik | 55 |
| a. Uji Normalitas | 55 |
| b. Uji Heteroskedastisitas | 56 |
| c. Uji Autokorelasi | 57 |
| 2. Uji Hipotesis Penelitian..... | 59 |
| a. Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 59 |
| b. Uji T (Uji Parsial)..... | 60 |
| c. Koefisien Korelasi Sederhana | 61 |
| d. Koefisien Determinasi (R ²)..... | 61 |
| B. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time Pada PT Arnotts Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam..... | 62 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 65 |
| B. Saran | 66 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------|---|----|
| Tabel I.1 : | Data Potongan Harga dan Omzet Penjualan PT Arnotts Pekanbaru Tahun 2016-2018..... | 8 |
| Tabel II.1 : | Produk-produk Arnott's..... | 25 |
| Tabel IV.1 : | Hasil Uji Autokorelasi..... | 58 |
| Tabel IV.2 : | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 59 |
| Tabel IV.3 : | Hasil Uji Regresi Parsial (Uji T)..... | 60 |
| Tabel IV.4 : | Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana..... | 61 |
| Tabel IV.5 : | Koefisien Determinasi (R ²)..... | 62 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar IV.1: Grafik Normal P-Plot..... | 56 |
| Gambar IV.2 : Uji Heteroskedastisitas..... | 57 |



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Pada abad modern ini ternyata perusahaan-perusahaan menyadari bahwa orientasi pada penjualan, tidak dapat memberikan jawaban atau pemecahan secara keseluruhan terhadap usaha-usaha untuk mencapai profit dalam kemajuan teknologi yang sangat cepat dan perubahan-perubahan tingkat kebutuhan yang terjadi secara bersamaan. Perkembangan dimaksud terlihat pada tingkat persaingan yang semakin meningkat antara perusahaan untuk melayani konsumennya pada pasar sasarnya.

Perusahaan didirikan jelas mempunyai tujuan yaitu untuk dapat tetap hidup, tumbuh dan berkembang. Tujuan ini hanya dapat dicapai melalui usaha mencari keuntungan dengan mencapai omzet penjualan perusahaan yang semaksimal mungkin. Sedangkan usaha untuk mencapai omzet penjualan yang tinggi tentunya hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan, baik dalam hal menghadapi persaingan maupun dalam mengeksistensikan usaha.

Langkah strategis yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah menyusun suatu rencana yang komprehensif dan menyeluruh disertai dengan berbagai kebijaksanaan untuk dijadikan sebagai pedoman dalam mengimplementasikan rencana yang biasa di kenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler bauran pemasaran adalah serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasarannya di pasar sasaran.¹ Pada umumnya penetapan strategi pemasaran memerlukan perumusan dari suatu bauran pemasaran yang konsisten, artinya komponen bauran pemasaran tidak bertentangan satu sama lain, akan tetapi sejalan, saling mendukung, dalam upaya memberikan kepuasan kepada konsumen.

Komponen bauran pemasaran ialah produk, harga, komunikasi (promosi), distribusi, dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dari pasar sasaran; merupakan kombinasi dari semua komponen (elemen) yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan memberikan nilai superior.² Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan lebih baik apabila dibandingkan dengan pesaingnya. Seluruh karakteristik diatas disebut sebagai “*total product*”. Bagi suatu perusahaan, reaksi dari pasar sasaran terhadap “*total product*” menghasilkan suatu citra (*image*) terhadap produk/merek/organisasi (perusahaan) dan beberapa tingkat kepuasan konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan produk yang telah dibelinya. Pemasaran yang cerdas selalu berusaha untuk memuaskan konsumen, bukan sekedar menjual produknya, sehingga pelanggan yang puas akan loyal dan menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang.³

¹Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Ed. 6, (Jakarta: Prehallindo, 2012), h.

²Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011), Ed. Ke-2, h.10

³Supranto dan Nandan Limakrisna, *ibid.*, h.5-6

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur-unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.⁴ Harga adalah determinan utama permintaan. Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga memengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan dan sebaliknya.⁵

Salah satu penyesuaian harga yang dilakukan perusahaan yaitu dengan memberikan potongan harga (diskon) kepada para konsumen dengan ketentuan-ketentuan tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Kotler kebanyakan perusahaan menyesuaikan harga dasar mereka untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan karena taggapan-tanggapan tertentu, seperti pembayaran tagihan yang lebih awal, volume pembelian yang besar, dan pembelian di luar musim.⁶ Sedangkan menurut Fandy Tjiptono

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed. III, (Yogyakarta: ANDI, 2010), h. 167-168

⁵ Fandy Tjiptono dkk, *Pemasran Strategik*, Ed. I, (Yogyakarta: ANDI, 2010), h. 467-469

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, Ed. 9, (Jakarta: Indeks, 2004), h. 473

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.⁷

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian potongan harga (diskon) di atas dapat disimpulkan bahwa diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dan dimaksudkan untuk menarik konsumen.

Pada prinsipnya, potongan harga (diskon) merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam memperoleh minat beli konsumen dan meningkatkan keuntungan (profit) yang ingin diraih. Untuk itu selama potongan harga (diskon) yang digunakan tidak bertentangan dengan nash-nash syara maka hal itu diperbolehkan, begitu pula sebaliknya. Dan pada prakteknya saat ini tidak sedikit para perusahaan atau penjual dalam memasarkan dan menjual produk atau jasanya dengan cara tidak jujur. Begitu pula dengan pemberian potongan harga (diskon), pada prakteknya yang sudah kita ketahui kebanyakan perusahaan menaikkan harga jual produk terlebih dahulu dari harga jual sebelumnya dan kemudian memberikan promosi diskon besar. Hal ini sangat bertentangan dengan syariat Islam. Hal ini dapat dilihat pada firman Allah SWT:

⁷ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 166

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ 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 perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.” (QS. An-Nissa’(4):29)⁸

Di dalam mengelola sebuah usaha etika pengelolaan usaha harus dilandasi norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh peningkatan prestasi ekonomi dan finansial semata, akan tetapi keberhasilan itu harus diukur pula melalui tolak ukur moralitas dan nilai etika dengan landasan nilai-nilai sosial dalam agama.

Disamping itu potongan penjualan (diskon) diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen.

Menurut Sutisna tujuan pemberian potongan harga adalah:⁹

1. Mendorong pembelian dalam jumlah besar
2. Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek
3. Mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Mizan Publishing House, 2010), H.84

⁹ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Ed. 2, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 303

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu potongan harga (diskon) yang diberikan kepada pelanggan diharapkan bagi perusahaan menjadi salah satu cara untuk mencapai omzet penjualan perusahaan yang semaksimal mungkin. Chaniago memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus-menerus atau dalam satu proses akuntansi.¹⁰

Demikian pada PT Arnott's Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri makanan seperti Good time, Tim tam, Nyam nyam, Stikko, Venezia dan Prestige. Arnott's Indonesia merupakan perusahaan biskuit terbesar didunia berdiri sejak tahun 1865 dan hingga kini telah menguasai hampir 60% pangsa pasar dunia. Berbekal pengalaman lebih dari 134 tahun, menjadikan Arnott's Indonesia sebagai market leader dalam industri dan distribusi biskuit yang memiliki kualitas dan bahan baku terbaik. Sudah tidak asing lagi eksistensi Arnott's termasuk sebagai produsen biskuit terbesar di Indonesia yang cukup mendominasi pasar di indonesia dan mengalahkan persaingan antara kompetitornya.

Di Pekanbaru Arnott's sendiri sudah lama membuka kantor cabang, dan memulai kegiatan bisnis mereka di Pekanbaru sejak tahun 1998, dimana

¹⁰ Maesarah Muhadi, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Cheesecake pada L'Cheese Factory Pekanbaru Ditinjau dalam Ekonomi Islam", Jurnal Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, h. 21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sekarang berada di jalan Soekarno-Hatta terletak pada pergudangan Avian, PT Arnotts di Pekanbaru juga mampu memposisikan produk mereka dengan baik dibenak konsumennya sehingga tercipta persepsi bahwa produk mereka memang yang terbaik dan berbeda dari pesaingnya.

Fakta yang terjadi di lapangan adalah Arnotts merupakan suatu perusahaan yang memproduksi produk-produk biskuit dan sejenisnya, diluar sana juga banyak perusahaan kompetitor yang menghasilkan produk yang sama dan sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh PT Arnotts. Meskipun begitu Arnotts masih mampu melampaui para kompetitor nya salah satunya dengan memberikan potongan harga kepada para pelanggannya yaitu pada toko – toko grosir atau pun *supermarket* dan sejenisnya yang bermaksud untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran secara tunai, pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian yang besar, dan pembelian di luar musim. Strategi promosi yang mereka buat dengan memberikan potongan harga (diskon) sehingga dapat menarik minat konsumen yaitu toko-toko grosir atau pun *supermarket* untuk tetap membeli produk mereka dan juga dalam jumlah banyak. Salah satu produk mereka yang sangat terkenal adalah cookies Good Time dimana banyak kompetitor juga mempunyai jenis dan produk yang sama dengan harga yang jauh lebih murah dan kualitas yang tidak jauh berbeda, tetapi fakta yang terjadi masyarakat cenderung lebih minat membeli produk dari PT Arnotts.

Semua keunggulan yang dimiliki PT Arnott's ini dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen dengan promosi yang baik pula. Sehingga konsumen tertarik kepada produk Arnotts dan hal ini mendorong konsumen pada minat untuk membeli dan kemudian memutuskan membeli produk

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut, yang dibuktikan dengan posisi Arnotts sebagai *market leader* di industri biskuit di Pekanbaru.

Mengingat harga sangat penting untuk kelancaran pemasaran perusahaan, maka diperlukan kebijakan manajemen dibidang pemasaran dalam upaya meningkatkan omzet penjualan dan untuk mencapai target penjualan. Dengan demikian perlu diketahui seberapa besar pengaruh potongan harga dalam mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan omzet penjualannya.

Berikut ini penulis akan menyajikan mengenai data omzet penjualan dan potongan harga selama tahun 2016-2018 sebagai berikut:

Tabel I.1
Data Potongan Harga dan Omzet Penjualan PT Arnotts Pekanbaru Tahun 2016-2018

| Tahun | Bulan | Potongan Harga | Persentase | Omzet Penjualan | Persentase |
|----------|-----------|----------------|------------|-----------------|------------|
| 2016 | Januari | 322.000 | - | 5.515.000 | - |
| | Februari | 312.000 | -3,11% | 5.245.000 | -4,90% |
| | Maret | 221.000 | -29,17% | 4.102.000 | -21,79% |
| | April | 312.000 | 41,18% | 5.010.200 | 22,14% |
| | Mei | 467.000 | 49,68% | 6.542.100 | 30,58% |
| | Juni | 419.000 | -10,28% | 5.557.600 | -15,05% |
| | Juli | 415.000 | -0,95% | 6.361.200 | 14,46% |
| | Agustus | 367.000 | -11,57% | 5.432.100 | -14,61% |
| | September | 567.000 | 54,50% | 7.889.700 | 45,24% |
| | Oktober | 279.000 | -50,79% | 5.567.900 | -29,43% |
| | November | 413.000 | 48,03% | 6.678.900 | 19,95% |
| Desember | 689.000 | 66,83% | 7.874.500 | 17,90% | |
| 2017 | Januari | 458.000 | - | 5.437.000 | - |
| | Februari | 545.000 | 18,99% | 6.978.900 | 28,36% |

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| Tahun | Bulan | Potongan Harga | Persentase | Omzet Penjualan | Persentase |
|-------|-----------|----------------|------------|-----------------|------------|
| | Maret | 678.000 | 24,40% | 7.213.400 | 3,36% |
| | April | 568.000 | -16,22% | 6.773.900 | -6,09% |
| | Mei | 412.000 | -27,47% | 6.212.100 | -8,29% |
| | Juni | 656.000 | 59,22% | 7.678.200 | 23,60% |
| | Juli | 432.000 | -34,15% | 5.421.200 | -29,39% |
| | Agustus | 465.000 | 7,64% | 7.102.000 | 31,00% |
| | September | 637.000 | 36,99% | 8.712.300 | 22,67% |
| | Oktober | 778.000 | 22,13% | 8.924.300 | 2,43% |
| | November | 559.000 | -28,15% | 6.657.900 | -25,40% |
| | Desember | 428.000 | -23,43% | 6.474.700 | -2,75% |
| 2018 | Januari | 367.000 | - | 6.261.900 | - |
| | Februari | 475.000 | 29,43% | 7.217.800 | 15,26% |
| | Maret | 669.000 | 40,84% | 8.676.800 | 20,21% |
| | April | 482.000 | -27,95% | 5.904.100 | -31,95% |
| | Mei | 467.000 | -3,11% | 6.213.100 | 5,23% |
| | Juni | 342.000 | -26,77% | 5.400.100 | -13,08% |
| | Juli | 378.000 | 10,53% | 6.670.600 | 23,53% |
| | Agustus | 256.000 | -32,27% | 5.670.800 | -14,99% |
| | September | 223.000 | -12,89% | 5.543.100 | -2,25% |
| | Oktober | 321.000 | 43,95% | 6.810.800 | 22,87% |
| | November | 456.000 | 42,06% | 7.543.210 | 10,75% |
| | Desember | 376.000 | -17,54% | 6.851.600 | -9,17% |

Sumber: Olah Data 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa terjadi kenaikan omzet penjualan pada bulan Juli tahun 2016 menjadi Rp 6.361.200 dari pada bulan sebelumnya dimana pada bulan itu jumlah jumlah potongan harga mengalami penurunan menjadi Rp 415.000 dibandingkan bulan sebelumnya. Selanjutnya pada bulan

Mei 2018 omzet penjualan mengalami kenaikan menjadi Rp 6.213.100 dibandingkan bulan sebelumnya namun pada bulan itu potongan harga mengalami penurunan menjadi Rp 467.000 dibandingkan bulan sebelumnya.

Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga memengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan dan sebaliknya. Begitu halnya dengan potongan harga; semakin besar potongan harga yang diberikan, maka semakin tinggi pula omzet penjualan yang akan diterima oleh perusahaan dan begitu pula sebaliknya. Bertitik tolak dari pernyataan tersebut di atas maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan mengambil judul **“PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP OMZET PENJUALAN PRODUK GOOD TIME PADA PT ARNOTT’S PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan mengingat banyaknya masalah yang diteliti serta waktu dan dana yang tersedia maka dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang diteliti pada potongan harga dan omzet penjualan produk Good Time PT Arnotts Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai pengaruh Potongan Harga terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Potongan Harga terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai pengaruh Potongan Harga terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis serta pembaca terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- c. Untuk dijadikan pedoman dan bahan informasi dalam penyusunan akhir bagi generasi berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

E Metode Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada PT.Arnott's di Pekanbaru yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta II pergudangan Avian Blok A no 25-27 Pekanbaru. Adapun yang menjadi alasan penulis mengambil penelitian ditempat ini dikarenakan penulis ingin meninjau pengaruh potongan harga terhadap omzet penjualan produk Good Time pada PT Arnott's Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah manager pemasaran dan bagian accounting and finance pada PT Arnotts Pekanbaru.
- b. Obyek penelitian adalah pengaruh potongan harga terhadap omzet penjualan produk Good Time pada perusahaan tersebut.

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.
- b. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel, dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi.¹¹

¹¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), Ed. Revisi, Cet. Ke-2, h. 74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Populasi penelitian ini adalah Manager dan bagian keuangan pada PT Arnotts Pekanbaru dan peneliti mengambil sampel penelitian yaitu potongan harga dan omzet penjualan pada bulan Januari hingga Desember tahun 2016-2018.

4. Jenis dan Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:¹²

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan berupa tanggapan responden yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan juga laporan pembukuan potongan harga dan omzet penjualan produk Good Time PT Arnotts Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Yaitu data pendukung yang penulis dapatkan dari literature yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data sekunder ini disebut juga dengan data tersedia.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:¹³

¹² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2009), Ed. 2, h. 42

¹³ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Galia Indonesia, 2002), h. 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Observasi adalah pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang kegiatan yang akan diteliti.
- b. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengar secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tanya jawab atau wawancara dengan Manager Pemasaran PT Arnotts Pekanbaru untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang sifatnya sebagai penunjang studi dalam mempertajam permasalahan.
- c. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen, yaitu menggunakan dokumen atau arsip dari PT Arnotts Pekanbaru.

6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah locus of control dan kepribadian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja. Definisi operasional variable penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

| Variabel | Definisi | Indikator |
|-------------------------------|---|---|
| Potongan Harga (Diskon) (x) | Pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diskon Tunai (<i>Cash Discount</i>) 2. Diskon Jumlah (<i>Quantity Discount</i>) 3. Diskon Fungsional atau Diskon Dagang 4. Diskon Musiman |
| Omzet Penjualan (y) | Akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus-menerus atau dalam satu proses akuntansi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi 2. Distribusi |

7. Teknik Analisis Data

Untuk melakukan penganalisaan data yang diperoleh di lapangan, maka cara yang penulis tempuh yaitu dengan menganalisa data menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif

kuantitatif yaitu menganalisa data yang diperoleh di lapangan berdasarkan kenyataan, kemudian melakukan perhitungan terhadap data yang diperoleh untuk dilakukan pengukuran terhadap hal-hal tertentu dan menghubungkannya dengan teori yang ada.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis yang meliputi:

a. Uji Persyaratan Penelitian

Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S). Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan regresi linear, korelasi dan uji-t dapat dilaksanakan.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu, pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, korelasi dan regresi dapat dilaksanakan. Uji normalitas dapat melalui grafik normal P-Plot dengan ketentuan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁴

2) Heteroskedastisitas

Pada regresi linear nilai residual tidak boleh ada hubungan dengan variabel *independent*. Heteroskedastisitas ada varians variabel pada regresi yang tidak sama (konstan), sebaliknya jika varians variabel pada regresi sama (konstan) disebut *homokedastisitas*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan melihat *Scatter-Plots* ini yaitu jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi

¹⁴Duwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, (Jakarta : Gava Media, 2016), hlm. 128

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi
- c) Jika $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

c. Uji Hipotesis Penelitian**1) Analisis Regresi Linear Sederhana**

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linier sederhana, yaitu analisis tentang hubungan antara variabel dependen dengan satu variabel independen.¹⁵

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kinerja karyawan

α = Konstanta

β = Koefisien arah regresi linear

X = Kompensasi

ϵ = Error Term

2) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (y) dengan $\alpha = 5\%$ atau $0,05\%$

Hal berikut didasarkan dengan pengambilan keputusan berikut, jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka terdapat pengaruh yang

¹⁵Duwi Priyatno, *Ibid*, hlm.47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung $<$ t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan berapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y), dilakukan analisa koefisien determinasi dengan formulasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

R = Koefisien Korelasi

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan agar dapat mengetahui secara global apa yang akan diuraikan selanjutnya untuk keperluan itu dirancangan penyusunan penelitian akan dibuat ke dalam lima bab, antara lain.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : PROFIL PT ARNOTT PEKANBARU

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah berdirinya PT Arnotts Pekanbaru, visi dan misi PT Arnotts Pekanbaru, struktur organisasi PT Arnotts Pekanbaru, uraian tugas standar operasional kerja PT Arnotts Pekanbaru, dan produk-produk PT Arnotts Pekanbaru.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti yang meliputi: pengertian potongan harga, jenis-jenis potongan harga, tujuan potongan harga, pengertian penjualan, tujuan penjualan, tahapan penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, omzet penjualan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

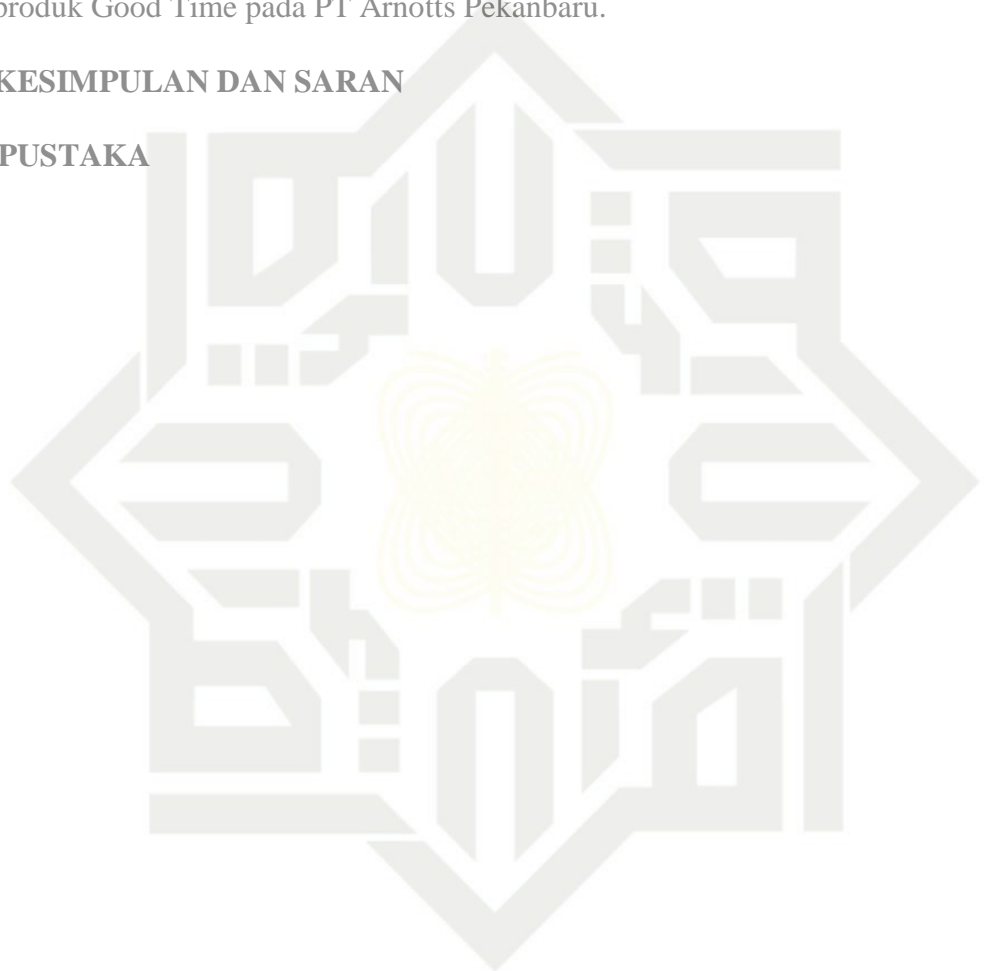
Dalam bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yaitu, mengenai pengaruh potongan harga terhadap omzet penjualan produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru, menurut ekonomi Islam mengenai pengaruh potongan harga terhadap omzet penjualan produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. ARNOTT'S

A. Sejarah PT. Arnott's

Arnott's Biscuits Holdings atau adalah anak perusahaan Campbell Soup Company di Amerika Serikat. Di Australia, Arnott's adalah produsen biskuit terbesar dan pemasok terbesar kedua makanan ringan. Sejarah biskuit Arnott's dimulai tahun 1865, saat seorang imigran asal Skotlandia William Arnott membuka sebuah toko roti di Hunter Street, Newcastle, New South Wales. Toko roti itu menjual biskuit dan pie untuk penduduk kota dan kapal-kapal yang mampir di pelabuhan lokal. Logo Arnott's adalah burung kakaktua berwarna-warni, yang diyakini dikreasi oleh menantu perempuan William Arnott, Leslie Arnott's. Logo itu kemudian dipatenkan di tahun 1907.

Sampai kini pabrik Arnott's masih beroperasi di Australia. Di tahun 1960-an Arnott's mengakuisisi beberapa produsen biskuit dari negara bagian lain, seperti Menz di South Australia. Robert Arnotts kemudian mengambil alih tampuk pimpinan dari sang kakek Charles Arnott di awal tahun 1960-an dan menciptakan produk Iced Animals. Produk itu dipersembahkan untuk anak-anak Robert Arnotts yang saat itu belum dilahirkan-kini bernama Sarah dan Nathan. Iced Animals sukses besar dan disukai oleh anak-anak. Arnott's kini telah menjadi bagian penting dari kebudayaan Australia. Di tahun 1997, Campbell Soup Company dari Amerika Serikat, pemegang saham Arnott's sejak tahun 1980, mengakuisisi penuh Arnott's. Maka Arnott's Biscuit resmi jadi anak perusahaan Campbell Soup Company.

Hal ini menimbulkan sejumlah kontroversi di Australia, yang menginginkan Arnott's tetap jadi ikon asli Australia, dan kekhawatiran Campbell Soup Company akan mengamerikanisasi produk-produk Arnott's. Kekhawatiran itu rupanya tak berdasar. Di beberapa tahun terakhir, berbagai produk mengalami sedikit perubahan-seperti diperkenalkannya sirup jagung (pengganti gula yang lebih rumah) dan corn meal ke produk-produk tradisional seperti Shapes dan Vita-Weat. Pabrikasi biskuit Arnott's tetap berada di Australia, dan sebagai bagian dari rencana pengembangan jangka panjang, Arnott's menutup pabrik di Melbourne di September 2002.

Pada saat yang bersamaan, Arnott's membuka pabrik di Sydney, Adelaide, dan Brisbane. Kini, Arnott's bahkan mulai membuka pabrik dan mengimpor beberapa produk dari China. Di tahun 2002, Arnott's mengakuisisi Snack Foods Limited. Meski telah sepenuhnya menjadi anak perusahaan Campbell Soup, Arnott's tetaplah produk kebanggaan Australia. Berikut adalah daftar biskuit yang diproduksi Arnott's: CC's, Cheds, Chocolate Butternut Snap, Chocolate Ripple, Chocolate Royals, Custard Cream, Delta Cream Two, Honey Jumbles, Iced Animals, Iced Vovos, Jatz, Kingstons, Lemon Crisps, Marie, Milk Coffee, Milk Arrowroot, Milk Chocolate Wheaten, Mint slice, Monte, Monte Carlo biscuits, Nice, Orange creams, Quatros, Raspberry shortcake, SAO, Savoy, Scotch fingers, Sesame wheats, Shapes, Shortbread creams, Strawberry tarts, Teddy Bear Biscuits, TeeVee Snacks, Tic Tocs, Tim Tams, Tiny Teddies, Venetians, Vita-Weat, Water crackers, dan Yo-Yo.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara singkatnya Arnott's Biscuits dimulai pada tahun 1865, ketika imigran Skotlandia William Arnott membuka sebuah toko roti di Hunter Street, Newcastle, New South Wales, Australia. Dia memberikan biskuit dan kue untuk warga kota dan kapal-kapal yang merapat di pelabuhan setempat. Logo terkenal perusahaan tersebut adalah burung beo. Logo itu diyakini telah digambar oleh Leslie Arnott dan telah terdaftar sebagai merek dagang pada tahun 1907. Robert Arnott's kemudian mengambil alih bisnis kakeknya, William Arnotts. Di bawah kepemimpinan Robert Arnotts menjelma menjadi produk yang digemari oleh masyarakat dari berbagai belahan dunia termasuk Indonesia.

Tahun 1990 Arnotts mulai melakukan investasi di Asia dan Indonesia. Hal ini memberikan kesempatan Arnott's untuk mengembangkan produk mereka dan beradaptasi dengan cita rasa lokal Indonesia. Arnott's mulai mendesain khusus produk untuk konsumen Indonesia, termasuk cita rasa lokal seperti Tim Tam dan Shape Biscuits dan Crackers.

Di Indonesia pabrik utama Arnott's berada di Jl. HJ. Wahabaffan No.8, Bekasi 17132. Lokasi ini cukup strategis mengingat letaknya tidak jauh dari Jakarta atau hanya berjarak 4 km dari perbatasan Jakarta Timur. Disamping itu kebutuhan bahan baku untuk proses produksi juga mudah dipenuhi karena lokasi perusahaan yang cukup strategis dan relatif mudah dijangkau.

Di Pekanbaru Arnott's memulai kegiatan bisnisnya di Pekanbaru pada tahun 1998, pada saat itu PT. Arnott's Pekanbaru bernampung di PT Selatan Jaya sebagai distributor mereka, dan mulai pada tahun 2010 mereka pindah ke

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT.Anugerah Jaya yang beralamat di jalan Soekarno-Hatta terletak di pergudangan Avian Block A 24-25.

B Jenis – Jenis Produk Arnott’s

Tabel II.1
Produk-produk Arnott’s

| |
|---|
| GOOD TIME DOUBLE CHOC CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME CLASSIC CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME PEANUT CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME COFFEE CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME BROWNIES CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME RAINBOW CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME MINI DOUBLE CHOC CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME MINI RAINBOW CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME DOUBLE CHOC CHOCOCHIPS COOKIES |
| GOOD TIME COFFEE CHOCOCHIPS COOKIES |
| TIM TAM BISCUIT |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO VANILLA – RENCENG |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO CHOCOLATE – RENCENG |
| TIM TAM MAXI CHOCOLATE |
| TIM TAM MAXI VANILLA |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO CHOCOLATE |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO VANILLA |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO CHOCOLATE |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO VANILLA |
| TIM TAM BISCUIT MILK CHOCOLATE |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO STRAWBERRY |
| TIM TAM BISCUIT CHOCO CAPPUCINO |
| TIM TAM BISCUIT RED VELVET |
| TIM TAM BALI GIFT PACK CHOCO CHOCOLATE |
| TIM TAM HANDY PACK CHOCOLATE |
| TIM TAM HANDY PACK VANILLA |
| TIM TAM WAFER |
| TIM TAM LONG WAFER CHOCO CHOCOLATE |
| TIM TAM LONG WAFER CHOCO VANILLA |
| TIM TAM WAFER CHOCOLATE |
| TIM TAM WAFER HEAVEN BERRY |
| NYAM-NYAM |
| NYAM-NYAM BUBBLE PUFF – CHOCOLATE |
| NYAM-NYAM RICE CRISPY NEW FUN PACK |
| NYAM-NYAM BUBBLE PUFF – STRAWBERRY |

© Hak cipta milk UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| |
|---|
| NYAM-NYAM BUBBLE PUFF – BLUEBERRY |
| NYAM-NYAM FANTASY STICK - CHOCOLATE |
| NYAM-NYAM FANTASY STICK - STRAWBERRY |
| NYAM-NYAM FANTASY STICK - CHOCO RAINBOW |
| NYAM-NYAM FANTASY STICK - CHOCOBERRY |
| NYAM-NYAM FANTASY STICK - BLUEBERRY |
| NYAM-NYAM MOO MILKY |
| NYAM-NYAM MOO MILKY CHEESE |
| NYAM-NYAM MOO MILKY BUBBLEGUM |
| NYAM-NYAM MOO MILKY VANILLA |
| NYAM-NYAM MOO MILKY YOGHURT |
| NYAM-NYAM ICE DREAM |
| NYAM-NYAM ICE DREAM DOUBLE CHOCO |
| NYAM-NYAM ICE DREAM MILKY VANILLA |
| NYAM-NYAM ICE DREAM STRAWBERRY DELIGHT |
| NYAM NYAM TEDDY CHOCOCHIPS |
| NYAM NYAM STIKZ CHOCOLATE |
| NYAM NYAM STIKZ MILK VANILLA |
| STIKKO |
| Good Time STIKKO CHOCOLATE TIN |
| TARTLETS |
| TARTLETS FRUIT JAM BLACKBERRY |
| TARTLETS FRUIT JAM RASPBERRY |
| SHAPES |
| SHAPES CHEEZY DOUBLE KEJU |
| SHAPES CHEEZY KEJU PIZZA |
| SHAPES CHEEZY KEJU PEDAS |
| PREGO |
| PREGO CHEESE & HERB CREAMY PASTA CAN |
| PREGO TOMATO BASIL & GARLIC CAN |
| PREGO TRADITIONAL CAN |
| PREGO MUSHROOM |
| PREGO MEAT |
| PREGO TRADITIONAL |
| PIROUETTE |
| PIROUETTE CHOCO HAZELNUT |
| PIROUETTE FRENCH VANILLA |
| PIROUETTE CHOCOLATE FUDGE |
| ASTRO |
| VITA-WEAT RICE CRACKERS CHEDDAR & CHIVES |
| VITA-WEAT RICE CRACKERS MULTIGRAIN |
| VITA-WEAT RICE CRACKERS PLAIN |
| VITA-WEAT RICE CRACKERS BARBECUE |
| VITA-WEAT RICE CRACKERS SWEET CHILLI & SOUR CREAM |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Lokasi PT Arnott's Indonesia di Pekanbaru

Di Indonesia pabrik dan kantor utama PT Arnott's berada di Jl. Hj. Wahabaffan No.8, Bekasi 17132. Lokasi ini cukup strategis mengingat letaknya tidak jauh dari Jakarta atau hanya berjarak 4 km dari perbatasan Jakarta Timur. Disamping itu kebutuhan bahan baku untuk proses produksi juga mudah dipenuhi karena lokasi perusahaan yang cukup strategis dan relatif mudah dijangkau.

Di Pekanbaru Arnott's memulai kegiatan bisnisnya di Pekanbaru pada tahun 1998, pada saat itu PT. Arnott's Pekanbaru bernampong di PT.Selatan Jaya sebagai distributor mereka, dan mulai pada tahun 2010 mereka pindah ke PT.Anugerah Jaya yang beralamat di jalan Soekarno-Hatta terletak di pergudangan Avian Block A 24-25.

D. Struktur Organisasi Perusahaan

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Seperti halnya perusahaan lain PT.Arnott's juga memiliki struktur organisasi yang berfungsi untuk mendukung jalannya perusahaan. Adapun bentuk organisasi Arnott's kendali perusahaan berada pada Presiden Direktur sebagai pucuk pimpinan dan pelimpahan tugas kepada bawahan melalui manajer departemen, kemudian dari masing-masing departemen diteruskan kepada staf serta karyawan. Adapun sebagian dari bagian organisasi memiliki tugas dan wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut :

1. Presiden Direktur

- a. Menentukan kebijakan perusahaan secara menyeluruh
- b. Mengarahkan kegiatan yang dilaksanakan oleh bawahan untuk mewujudkan tujuan yang telah disepakati perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Merupakan pucuk pimpinan tertinggi di dalam perusahaan, dimana mempunyai kuasa penuh dan bertanggung jawab atas maju atau mundurnya perusahaan.
- d. Mengadakan koordinasi yang tepat dari semua direktur guna menjamin kelancaran organisasi melalui pertanggungjawaban masing-masing direktur.

2. Direktur Finance

- a. Menyelenggarakan perencanaan dan pengawasan sistem keuangan,
- b. sistem akuntansi dan administrasi.
- c. Melakukan administrasi tertib.
- d. Menjamin terciptanya pengawasan internal perusahaan.

3. Direktur Marketing

- a. Menyelenggarakan perencanaan, pengordinasian, pelaksanaan dan pengawasan secara efektif dan sesuai dengan kebijakan pokok yang ditentukan oleh presiden direktur.
- b. Merumuskan strategi dan program pemasaran. Mengawasi pelaksanaan untuk pencapaian target yang telah ditentukan.
- c. Memantau dan menganalisa keadaan ekonomi dan pasar, baik dalam maupun luar negeri, agar dapat mempertimbangkan kemungkinan pengembangan pasar atau produk yang dihasilkan.
- d. Melakukan negosiasi dengan pembeli dalam membuat kontrak penjualan ekspor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Menerima informasi dari pengiriman mengenai kebutuhan kuota yang dimiliki perusahaan.
- f. Bekerjasama dengan bagian pemasaran dalam menyusun target penjualan.

4. Direktur Sales

- a. Mengamati dan mengikuti secara langsung kondisi dan perkembangan pasar,
- b. Harga dan promosi, baik produk sendiri maupun produk saingan.
- c. Memeriksa kredit langganan dan pengiriman barang ke para pelanggan.
- d. Bekerjasama dengan bagian pemasaran dalam menyusun target penjualan.
- e. Mengadakan kunjungan secara periodik ke pelanggan dan wilayahnya, guna mengetahui langsung kegiatan pesaing dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

5. NSM (National Sales Manager)

- a. Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
- b. Mengelola dan mengembangkan kegiatan penjualan nasional.
- c. Mengkoordinir dan memonitor aktivitas penjualan nasional.
- d. Mengotorisasi surat keputusan mengenai konsumen, harga jual, dan pemberian kredit atau syarat penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. RSM (Regional Sales Manager)

- a. Menyusun program kerja regional management
- b. Melaksanakan program kerja
- c. Mengaktifkan kerja sama antara daerah
- d. Melakukan promosi dan pemasaran wilayah
- e. Memperoleh kesepakatan investasi

7. ASM (Area Sales Manager)

- a. Memonitor perolehan order serta merangkumkan peramalan untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.
- b. Memonitor jumlah stok seluruh Dept. Pemasaran untuk memastikan umur stok perusahaan tidak melebihi target yang telah ditentukan.
- c. Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
- d. Menganalisa dan memberikan arah pengembangan desain & warna, untuk memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.
- e. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survei seluruh sales team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan.
- f. Menerapkan budaya, sistem, dan peraturan dalam perusahaan serta menerapkan manajemen biaya, untuk memastikan budaya perusahaan dan sistem serta peraturan dijalankan dengan optimal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. ASS (Area Sales Supervisor)

- a. Mengkoordinir tim penjualan, agar dapat meningkatkan tingkat penjualan dan apakah penjualan sesuai dengan target.
- b. Membantu tim sales dan memberikan pelatihan dalam mencari, melayani dan memaintain konsumen.
- c. Membantu mengatasi permasalahan tim sales dan ikut melakukan atau mendampingi presentasi tim sales jika diperlukan.
- d. Membuat strategi-strategi penjualan dan mensosialisasikan kepada tim sales.
- e. Memberikan laporan penjualan tim sales baik itu mingguan bulanan atau tahunan.
- f. Memonitoring penjualan dan pembayaran customer dari tim sales.
- g. Menentukan pemberian diskon produk kepada tim sales dengan persetujuan dari Manajer Pemasaran atau Direktur Pemasaran terlebih dahulu.
- h. Mensosialisasikan dan memberitahu informasi mengenai penjualan yang baru kepada tim sales.

E Nama Pimpinan dan Karyawan PT Arnott's Indonesia

1. Richard Greg (Presiden Direktur)
2. Basuki (Direktur penjualan)
3. Saiful Bahri (National Sales Manager)
4. Sunaryo (Regional Sales Manager)
5. Imam Supii (ASM South)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

6. Anwar Hakim (ASM North)
7. M. Rasyid (ASS Padang)
8. Agong (ASS Palembang)
9. Herbet (ASS Jambi)
10. Novera (ASS Lampung)
11. Naga Basri (ASS Medan)
12. Sukardi (ASS Pekanbaru)
13. Yana. S (ASS Batam)
14. Nazra (ASS Aceh)
15. Laha Nst (ASS Lhokseumawe)
16. Isammudin (ASS Siantar)

F. Visi dan Misi PT Arnott's

Visi

Tujuan kami adalah untuk membuat makanan yang sesungguhnya yang benar-benar baik untuk masyarakat, kami dipercaya untuk menyajikan makanan dan minuman yang baik, jujur, asli dan penuh rasa. Dibuat dengan bahan bahan yang ditanam dan disiapkan, dimasak dan dipanggang dengan kasih. Untuk orang-orang yang mencintai produk kami, dan sesuai dengan keseharian dan tubuh mereka dan memberi kasih ke jiwa mereka

Misi

Nilai-nilai kami adalah hati dan jiwa organisasi kami, mereka mewakili perusahaan kami dan orang-orang kami. Kami percaya akan Nilai-Nilai dan perilaku yang menyertainya yang mengajukan ajakan bertindak

yang jelas dan sederhana dalam usaha tanpa henti untuk tumbuh dan berinovasi.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y. Yamanto bahwa “harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.¹⁶

Berdasarkan definisi tersebut maka harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh E. Jerome MC. Carthy terjemahan Gunawan H, bahwa harga adalah “Apa yang dibebankan untuk sesuatu. Setiap transaksi dagang dapat dianggap sebagai pertukaran uang, uang adalah harga untuk sesuatu.¹⁷ Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.¹⁸

¹⁶ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 105

¹⁷ Ibid., h. 105

¹⁸ D. Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 160

2. Strategi Penetapan Harga

Di dalam beberapa perusahaan, harga berperan dominan dalam pemasaran stratejik. Secara taktik, penetapan harga dimaksudkan adalah untuk menangkap nilai atau value apa saja yang dimungkinkan. Sebagai peran stratejik yang penting dalam perusahaan khususnya pemasaran, mana penetapan harga merupakan pilihan stratejil atas sasaran pasar, strategi pemosisian, penetapan produk (terkait kualitas dan fitur) serta strategi pendistribusian.

Penetapan harga merupakan bagian penting dari strategi pemosisian, sehingga pelaksanaan keputusan harga membutuhkan koordinasi dengan keputusan-keputusan untuk seluruh komponen pemosisian. Dengan pandangan tersebut, maka perspektif harga membutuhkan pemahaman tentang bagaimana pelaksanaan penetapan harga memandang dan memahami pelanggan. Sehingga penetapan harga haruslah dikaitkan dengan strategi produk, strategi distribusi dan strategi promosi.

Penetapan harga sering juga dikaitkan dengan upaya harga promosi, dimana pemberian harga diskon dimaksudkan agar pelanggan merasa bahwa produk itu berharga murah. Permasalahan yang sering dihadapi adalah penetapan besarnya diskon harga yang diberikan, sehingga pembeli dapat merasa bahwa diskonnya besar. Dengan demikian, diharapkan pembeli akan tergugah untuk membeli produk itu. Tentunya hal ini berdampak pada besarnya biaya advertensi dan store sign.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbandingan harga dalam jarak harga yang bedanya kecil, sering digunakan untuk menarik pembeli dan hal ini sering ditemui dalam penetapan harga untuk menarik pembeli di pasar swalayan.

3. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga secara umum yang dilakukan pada perusahaan-perusahaan diantaranya:

a. Untuk bertahan hidup

Pada hal ini tujuan penentuan harga serendah mungkin dengan maksud supaya produk atau jasa yang dipasarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tetapi masih pada situasi yang menguntungkan.

b. Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan dari penentuan harga dengan berharap penjualan dapat meningkat sehingga keuntungan dapat ditingkatkan, penentuan harga umumnya bisa dilakukan dengan harga murah atau mahal.

c. Untuk Memperbesar Market Share

Penetapan harga dengan harga yang lebih murah dengan harapan jumlah konsumen meningkat dan diharapkan pula konsumen beralih pada produk yang ditawarkan.

d. Mutu Produk

Mutu produk bertujuan untuk memberikan sebuah kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang bagus ataupun lebih tinggi dari kualitas pesaing. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menaikan harga, karena masih ada persepsi bahwa harga yang tinggi tentu memiliki kualitas yang tinggi pula.

- e. Karena Pesaing

Penentuan harga dalam hal ini mempunyai tujuan supaya harga yang telah ditetapkan tidak lebih besar dari harga pesaingnya.

Dengan ditetapkannya harga diharapkan mampu memberikan pendapatan bagi perusahaan terkait produk maupun jasa yang ditawarkan kepada pembeli/konsumen.

4. Variabel Harga

Harga merupakan penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud. Metode penetapan harga merupakan suatu keputusan yang penting di dalam pemasaran dari suatu produk.

Harga digunakan dalam berbagai cara dalam strategi penentuan posisi program pemasaran. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penetapan strategi harga adalah sebagai berikut.¹⁹

- a. Isyarat bagi pembeli. Harga merupakan alat komunikasi dengan pembeli. Harga mungkin dipergunakan untuk memposisikan merek sebagai produk bermutu tinggi atau sebaliknya, untuk mengejar persaingan langsung dengan merek-merek lain.

¹⁹ Amirullah Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis, Ed. I*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2010), hal. 145

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Instrument persaingan. Harga merupakan suatu cara yang tepat untuk meyerang persaingan atau kemungkinan lain, untuk memposisikan suatu perusahaan di luar persaingan langsung.
- c. Memperbaiki kinerja keuangan. Harga dan biaya menentukan kinerja keuangan. Strategi penetapan harga dinilai berdasarkan dampak yang mungkin ditimbulkannya terhadap neraca keuangan perusahaan tersebut, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- d. Pertimbangan bauran pemasaran. Peran harga kerap kali tergantung pada bagaimana variabel-variabel lain digunakan dalam bauran pemasaran, misalnya, harga dapat digunakan sebagai insentif bagi anggota-anggota saluran dan armada penjualan.

Dalam menetapkan besarnya harga yang ditetapkan pada sebuah produk, manajemen perlu mempertimbangkan beberapa faktor, baik faktor internal, seperti sasaran pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya, dan pertimbangan organisasi, maupun faktor eksternal, seperti sifat pasar dan permintaan, persaingan, faktor-faktor lingkungan yang lain, misalnya ekonomi dan pemerintah.

B Potongan Harga**1. Pengertian Potongan Harga**

Potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Perputaran

uang yang dinamis, perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja.

Transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk didalamnya mengenai diskon. Diskon merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi pembelian.

Menurut Carthy yang dikutip oleh Arif Isnaini, definisi potongan harga atau diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran.²⁰

Menurut Sigit yang dikutip oleh Arif Isnaini menyebutkan potongan merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan. Hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.²¹

Soemarso juga menjelaskan bahwa potongan penjualan atau potongan tunai (*cash discount*) adalah potongan harga yang diberikan

²⁰ Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Ntp Press, 2005), h. 89

²¹ *Ibid.*, h. 90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit.²² Dijelaskan lagi oleh Simamora bahwa potongan penjualan tersebut adalah potongan tunai (cash discount) yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.²³

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diperoleh pengertian bahwa potongan harga atau diskon adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam promosi. System potongan harga atau diskon sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya potongan harga atau diskon yang sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

2. Jenis-Jenis Potongan Harga

Sebagian besar perusahaan akan mengubah harga dasar mereka untuk memberikan penghargaan kepada para pelanggan untuk berbagai tindakan seperti pembayaran lebih awal, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian pada masa sepi. Berikut jenis-jenis potongan harga atau diskon:²⁴

a. Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga bagi pembeli yang melunasi dengan segera utang mereka. Contoh yang khas bagi pembeli

²² Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Buku I, Ed. 5, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), h. 62

²³ Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 154

²⁴ Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku-2, Ed. I, (Yogyakarta: Andi, 2012)

industrial adalah, “2/10, net 30”, yang berarti pembayaran jatuh tempo dalam 30 hari tetapi pembeli dapat memperoleh pengurangan 2% dengan membayar tagihan tersebut dalam sepuluh hari. Diskon itu harus diberikam kepada semua pembeli yang memenuhi syarat tersebut. Diskon seperti itu umumnya dijumpai dalam banyak imdustri dan bertujuan untuk meningkatkan likuiditas penjual dan mengurangi biaya pengumpulan piutang dan piutang macet.

b. Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Diskon kuantitas harus ditawarkan secara merata kepada semua pelanggan dan tidak boleh melebihi penghematan biaya penjual yang disebabkan oleh penjualan dalam jumlah besar. Penghematan tersebut mencakup pengurangan pengeluaran penjualan, persediaan, dan transportasi. Mereka dapat ditawarkan pada basis non kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang ditempatkan) atau basis kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang dipesan selama periode tertentu). Diskon memberikan insentif kepada pembeli untuk lebih banyak memesan dari satu penjual tertentu daripada membeli dari banyak sumber atau penjual.

c. Diskon Fungsional

Diskon fungsional (disebut juga diskon perdagangan) ditawarkan oleh pamanufaktur kepada anggota saluran perdagangan jika mereka bersedia melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjualan, penyimpanan, dan pencatatan. Pemanufaktur mungkin akan menawarkan diskon fungsional yang berbeda kepada saluran perdagangan yang berbeda karena perbedaan fungsi mereka, tetapi pemanufaktur harus menawarkan diskon fungsional yang sama dalam setiap saluran perdagangan.

d. Diskon Musiman

Diskon musiman adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli barang dagang atau jasa yang tidak musimnya lagi. Diskon musiman mengizinkan penjual mempertahankan manfaat produksi selama satu tahun. Pesawat terbang dan hotel memberikan diskon musiman untuk mendorong penggunaan selama periode musim sepi.

3. Tujuan Potongan Harga

Tujuan diadakannya potongan harga atau diskon menurut Nitisemito yang dikutip oleh Arif Isnaini adalah:²⁵

- a. Mendorong pembeli untuk membeli 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 penjual yang bersangkutan.

²⁵ Arif Isnaini, *op. cit.*, h. 90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

4. Faktor Terjadinya Potongan Harga

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Menurut Bukhari Alma ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukannya pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu:²⁶

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- b. Pembelian dalam jumlah besar.
- c. Adanya perbedaan timbangan.

Sedangkan menurut Djasmin Saladin ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga, yaitu:²⁷

- a. Kelebihan kapasitas
- b. Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan
- c. Untuk mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah.

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan adalah kegiatan yang terkait proses produksi, finansial, sumber daya

²⁶ Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 132

²⁷ Djasmin Saladin, *Manajemen Pemasaran "Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian"*, Ed. 3, (Bandung: Linda Karya, 2012), h. 151

manusia, riset dan pengembangan dan seterusnya sehingga tidak mungkin penjualan yang berhasil tidak disinergikan dengan aspek lainnya dalam perusahaan.

Menurut Swasth mengemukakan “Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan”.²⁸

Penjualan merupakan tujuan dari pemasaran artinya perusahaan melalui departemen/bagian pemasaran termasuk tenaga penjualannya akan berupaya melakukan kegiatan penjualan untuk menghabiskan produk yang dihasilkan.

Artinya pentingnya penjualan dalam konteks pemasaran begitu urgen untuk dibicarakan dan didiskusikan karena dapat menentukan keberhasilan dalam kegiatan pemasaran, walaupun fungsi penjualan hanya merupakan salah satu dari kegiatan pemasaran. Keberhasilan dalam program pemasaran sangat ditunjang oleh penjualan. Artinya penjualan memegang posisi sentral untuk meraih keberhasilan. Penjualan diartikan dalam artian positif dan mencapai tujuan yang diinginkan seseorang atau perusahaan. Penjualan yang dilakukan secara positif memberikan efek jangka panjang dan dapat mempertahankan eksistensi usaha di masa yang akan datang. Dengan demikian penjualan dalam artian ini harus dipertahankan dan dikembangkan secara baik yang dapat dipraktikkan setiap individu atau perusahaan dan membawa dampak positif pula terhadap perkembangan

²⁸ Basu Swasth, Manajemen Penjualan, Ed. III, (Yogyakarta: BPFE, 2010), h. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha. Seorang penjual yang sukses, selalu berpedoman kepada nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku agar pembeli tidak merasa tertipu dalam melakukan pembelian.

2. Tujuan Penjualan

Menurut Swastha dan Irawan bahwa perusahaan, pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu:²⁹

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut:³⁰

- a. Kondisi dan kemampuan penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang

²⁹ ibid

³⁰ Ibid., h. 59

sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.

b. Kondisi pasar

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembelinya, keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Dan semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Biaya di dalam perusahaan besar masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan. Lain halnya perusahaan kecil, masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

e. Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

Untuk sukses dalam meningkatkan omzet penjualan, maha harus dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus memperhatikan pula faktor-faktor lain, menurut Basu Swastha dan Irawan seperti: “modal yang diperlukan, kemampuan merencanakan dan membuat produk, kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat, kemampuan memilih penyalur yang tepat, kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat dan unsur penunjang lainnya”.³¹

Disinilah faktor-faktor di atas harus mendapat perhatian sepenuhnya, agar omzet penjualan yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai. Untuk meningkatkan permintaan maka perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan. Penjualan merupakan fungsi yang memegang peranan penting dalam bidang pemasaran, karena betapapun lancarnya suatu proses jika fungsi penjualan gagal, maka kelangsungan hidup perusahaan tidak akan terjamin. Oleh karena itu fungsi penjualan merupakan standar maju mundurnya suatu perusahaan.

4. Omzet Penjualan

Pengelolaan perusahaan dewasa ini semakin memerlukan profesionalisme seiring dengan tantangan perusahaan dalam berkompetensi dengan perusahaan-perusahaan lain. Tingkat volume penjualan yang merupakan tujuan daripada konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan menjual produk kepada konsumen. Dengan laba perusahaan maka perusahaan dapat memperkuat posisinya di dalam membina kelangsungan hidupnya. Sehingga perusahaan lebih leluasa dalam menyediakan barang/jasa yang dapat memberikan tingkat kepuasan

³¹ ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih besar kepada konsumennya serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Untuk mencapai hal itu pihak perusahaan harus menyediakan serta menjual barang/jasa yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan harga yang dapat dijangkau tapi juga tidak merugikan bagi pihak produsen. Artinya, dengan harga yang layak sehingga masing-masing pihak mendapat manfaat dan keuntungan.

Dengan demikian sasaran penjualan dalam menjalankan tugas pokok serta dalam mencapai tujuan sebagai unit usaha adalah meningkatkan volume penjualan. Hal ini merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan, dan penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam pemasaran. Dengan kata lain sasaran utama dari pemasaran adalah untuk memperoleh peningkatan volume penjualan dari waktu ke waktu dalam periode tertentu.

Omzet penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Omzet adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan. Omzet bukan nilai keuntungan, juga bukan nilai kerugian. Nilai omzet yang besar dengan nilai keuntungan yang kecil atau terjadi kerugian adalah bukti ketidakefisienan manajemen dan sebaliknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Potongan Harga

Istilah potongan harga atau diskon pada awalnya belum dikenal di kalangan fuqaha dalam kitab-kitab mereka, akan tetapi istilah yang dikenal mereka untuk menunjuk pengertian potongan harga atau diskon adalah Al-Hattmin al-tsaman atau al-naqis min al-tsaman yaitu penurunan harga atau pengurangan harga. Salah satu kategori jual beli berdasarkan prinsip perbedaan harga jual dan harga beli adalah akad bai' al-muwada'ah.

Bai' al-muwada'ah adalah jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar atau dengan potongan. Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bakunya sudah sangat rendah.³²

Bai' al-muwada'ah sering juga disebut dengan Bai' al-wadi'ah yang secara bahasa adalah kerugian. Secara istilah wadi'ah berarti menjual barang dengan harga yang lebih rendah daripada harga beli dan pembeli diberi tahu tentang harga belinya.

Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai potongan harga atau diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba, sebagaimana firman Allah Swt dalam al-qur'an bahwa:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

³² Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2009), h. 27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (QS. Al-Baqarah: 275).³³

Hukum jual beli potongan harga atau diskon sendiri adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan terhadap konsumen, menimbulkan mudharat kepada orang lain dan lain sebagainya.

Seperti yang terdapat pada dalil-dalil berikut ini:

- a. Firman Allah QS an-Nisa’ (4) : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang yang beriman! Jangan kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di ataramu...”³⁴

- b. Hadits

“Dari Abu Said berkata: Rasulullah Saw bersabda: Sesungguhnya jual beli itu didasarkan suka sama suka”.

- c. Kaidah Fiqh:

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, (Bandung: Mizan Publishing House, 2010), H. 47

³⁴ *Ibid*, H. 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalili yang mengharamkannya”.

Oleh karena itu sistem potongan harga atau diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan sebagai berikut:

a. Haram Dzatnya

Transaksi dilarang karena objeknya terlarang. Misalnya, Khamr, bangkai, babi, dan lainnya. Dengan demikian jika terjadi transaksi jual beli barang-barang haram tersebut dengan akad *muwadla'ah*, secara otomatis transaksi ini menjadi haram. Nabi Shallallahu alaihi wasallam bersabda:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْجَنَازِ وَالْأَصْنَامِ

“Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamer, bangkai, babi dan patung”.

b. Haram selain Dzatnya

Transaksi dianggap terlarang meski objeknya tidak haram dikarenakan melanggar prinsip “An Taradin Minkum” dan prinsip “La Tazhlimuna wa la Tuzhlimuna”. Praktik-praktik yang melanggar prinsip tersebut diantaranya:

1) Tadlis

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi dalam islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang merasa ditipu/dicurangi karena ada sesuatu yang tidak diketahui.³⁵

Ada 4 (empat) hal dalam transaksi tadlis yaitu:

- a) Kuantitas, mengurangi takaran
- b) Kualitas, menyembunyikan kecacatan barang
- c) Harga, memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar
- d) Waktu, menyanggupi waktu pengiriman yang didasari tidak akan sanggup memenuhinya.

Dalam keempat bentuk tadlis tadi, semuanya bersifat melanggar prinsip rela sama rela (*'an taradlin minkum*). Keadaan rela sama rela yang dicapai bersifat sementara yakni sementara pihak yang ditipu belum sadar. Disaat yang ditipu telah sadar bahwa dirinya tertipu, maka ia pasti tidak merasa rela.

Rasulullah Saw juga telah memperingatkan untuk menjajakan barang dagangan dengan memilah jenis barang berdasarkan kualitas dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang. Tidak boleh ada kualitas dan harga barang yang ditutupi. Semuanya berdasarkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas barang.

2) Najasy

An-Najasy dalam pengertian etimologis bermakna: *al-Itsarah*, yaitu menggerakkan. Yang diambil dari kata: *najasytu*

³⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 14

ash-shaida idza atsartuhu (aku menghalau hewan buruan apabila aku menggerakkan/mengejutkannya). Sedang dalam pengertian terminologis adalah: (ketika) seseorang menambah harga pada suatu barang, namun ia tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak ingin membelinya; ia hanya ingin harganya bertambah, dan akan menguntungkan pemilik barang.

Salah satu bentuk dari *najasy* adalah: iklan dengan menggunakan media visual, audio, atau pun cetak, yang didalamnya disebutkan kelebihan-kelebihan barang yang dipromosikan, padahal kelebihan-kelebihan tersebut itu tidak sesuai dengan realita sesungguhnya. Demikian juga, meninggikan harga barang untuk menunjukkan bahwa barang tersebut “berkelas” padahal tidak demikian realitanya, dengan harapan agar pembeli mau mengadakan transaksi.

3) Gharar

Gharar secara bahasa berarti *khatar* (resiko, berbahaya), dan *taghrir* berarti melibatkan diri dalam sesuatu yang *gharar*. Dikatakan *gharrara binafsihi wa malihi taghriran* berarti ‘*aradahuma lilhalaqah min qhairi ‘an ya’rif* (jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam wilayah *gharar* maka itu berarti keduanya telah dihadapkan kepada suatu kebinasaan yang tidak diketahui olehnya).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gharar mencakup dua bentuk. Pertama, keragu-raguan dan kebimbangan, yakni keragu-raguan dan kebimbangan antara keberadaan dan keberhasilan objek jual beli dengan ketiadaannya. Kedua, ketidaktahuan, yakni sesuatu yang tidak diketahui sifat, ukuran, dan lain-lainnya. *Gharar* dikategorikan dan dibatasi terhadap sesuatu yang tidak dapat diketahui antara tercapai dan tidaknya suatu tujuan, dan tidak termasuk didalamnya hal yang majhul (tidak diketahui). Seperti definisi yang dipaparkan oleh Ibn Abidin yaitu, "gharar adalah keraguan atas wujud fisik dari obyek transaksi".

Dalam sistem jual beli gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil sebagaimana tersebut dalam firman-Nya:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: "Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui." (QS. Al-Baqarah: 188).³⁶

³⁶ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Mizan Publishing House, 2010), H. 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut ;

1. Dari hasil penelitian penulis membuktikan bahwa potongan harga berpengaruh terhadap omzet penjualan produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru. Berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (Diferensiasi) adalah sebesar 69%. Sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang dipengaruhi yaitu $Y = 3525475,157 + 6,613X$ atau Potongan Harga = $3525475,157 + 6,613 + e$ arti dari persamaan tersebut nilai konstanta (a) sebesar 3525475. Artinya adalah jika potongan harga diasumsikan nol (0) maka omzet penjualan bernilai 3525475. Nilai regresi potongan harga sebesar 6,613. Artinya setiap peningkatan potongan harga sebesar 6,613 dengan variabel lain tetap. Dalam perhitungan uji t statistic terlihat bahwa variabel independen yaitu potongan harga berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan produk Good Time pada PT Arnotts Pekanbaru.
2. Dalam pandangan islam semua aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Perencanaan tidak lain memanfaatkan “karunia Allah” Menurut tinjauan ekonomi islam potongan harga terhadap omzet penjualan di PT Arnott’s Indonesia di Pekanbaru telah sesuai

dengan nilai-nilai Islam, Dalam hal ini PT Arnotss Pekanbaru memberikan potongan harga jauh dari unsur *Al-Ghabn al-Fahisy* (penipuan atau kecurangan yang zalim), *tadlis*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang diambil berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi kemajuan kedepannya yaitu:

1. Dengan diketahuinya potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan PT Arnott's Indonesia di Pekanbaru, maka dengan demikian potongan harga di Arnott's Indonesia di pekanbaru dapat dikembangkan dan ditingkatkan dengan sebaik mungkin oleh pihak di PT Arnott's Indonesia di pekanbaru sehingga omzet penjualan produk di PT Arnott's Pekanbaru dapat meningkat .
2. Bagi pihak perusahaan (produsen) maupun konsumen agar selalu memperhatikan rambu-rambu yang telah ditetapkan oleh syariat islam dalam memproduksi, memasarkan, maupun dalam mengonsumsi suatu barang atau produk .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Aswarman R. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012)
- Aswirullah Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Ed. I, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2010)
- Arief Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Ntp Press, 2005)
- Basu Swasth, *Manajemen Penjualan*, Ed. III, (Yogyakarta: BPFE, 2010)
- Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- D Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Mizan Publising House, 2010)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Mizan Publising House, 2010)
- Djasmin Saladin, *Manajemen Pemasaran "Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian"*, Ed. 3, (Bandung: Linda Karya, 2012)
- Dwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengelolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016)
- Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Ed.1, (Yogyakarta: ANDI, 2012)
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik*, Ed. I, (Yogyakarta: ANDI, 2010)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed. III, (Yogyakarta: ANDI, 2010)
- H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Husaini Husman, dkk, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), Edisi 2, Cet. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2009), Ed. 2
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002)
- Mesarah Muhadi, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Cheesecake pada L’Cheese Factory Pekanbaru Ditinjau dalam Ekonomi Islam”, *Jurnal Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), Ed. Revisi, Cet. Ke-2
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 2, Ed. 9, (Jakarta: Indeks, 2004)
- Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku-2, Ed. I, (Yogyakarta: Andi, 2012)
- Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid I, Ed. 6 (Jakarta: Prehallindo, 2012)
- Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000)
- Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Buku I, Ed. 5 (Jakarta: Salemba Empat, 2015)
- Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Ed. II, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011)
- Sisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Ed. 2, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Syabbul Bachri, *Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam*, Artikel Antologi Kajian Islam Vol :15, no 1, (Surabaya : IAIN Sunan Ampel, 2010)
- Zanul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2009)



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP
OMZET PENJUALAN PRODUK GOOD TIME PADA PT ARNOTTS
PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM** yang ditulis oleh :

Nama : GITA SUCI CARLINDA
NIM : 11325200683
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas
Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Magfirah, MA

Sekretaris
Dra. Nurlaili, M.SI

Penguji I
Drs. H. Zainal Arifin, MA

Penguji II
Afdol Rinaldi, SE, M.Ec

Mengetahui,
Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

UIN SUSKA RIAU

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MAHASISWA
JUDUL USUL PENELITIAN

Hari/Tgl. Diseminarkan
Hasil Seminar dirumuskan adalah
Judul
Latar Belakang Masalah
Permasalahan
Tujuan dan Kegunaan Penelitian
Kerangka Teoritis (jika ada)
Rumusan Hipotesis (jika ada)
Metode Penelitian
Daftar Pustaka

: Gita Suci Carlinda
: 11325200683
: Pengaruh potongan harga terhadap omzet penjualan produk 6000 time pada pt. Arnotts pekanbaru ditinjau menurut ekonomi islam
: Jum'at / 18 Oktober 2019
: Disetujui / Ditolak / Disempurnakan
: Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
: Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
: Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan
: Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
: Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
: Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
: Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Syamsurizal, SE, M.Sc. AK

Catatan :

Perubahan judul dalam Seminar dikonsultasikan dengan WD I

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmpptsp@riau.go.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
2. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/33026
TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN
PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

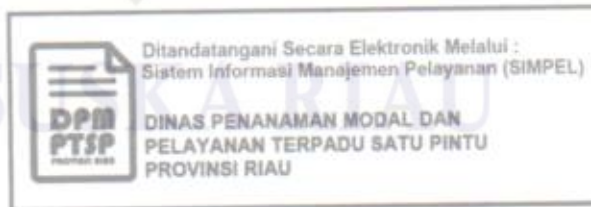
Rekomendasi ini dibuat oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perijinan Riset dan Pengumpulan Data dari Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9//2019 tanggal 21 Desember 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama : GITA SUCI CARLINDA
 NIM / KTP : 11325200683
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH
 Jenjang : S1
 Alamat : PEKANBARU
 Judul Penelitian : PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP OMZET PENJUALAN PRODUK GOOD TIME PADA PT. ARNOTTS PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM
 Lokasi Penelitian : PT. ARNOTTS PEKANBARU

yang ditentukan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
 2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
 3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.
- Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 21 Desember 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Dzikriyah Mabrukah Gemilang
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

SURAT KETERANGAN

Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : GITA SUCI CARLINDA

NPM : 11325200683

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Judul : *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time Pada PT Arnotts Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*

Pembimbing : Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 29 Juli 2020

Pimpinan Redaksi

M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP.198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama **Gita Suci Carlinda**, anak pertama dari empat bersaudara yang lahir pada tanggal 13 November 1995 dari pasangan ayahanda S. Pakpahan dan ibunda Upik Hasnah. Dan memiliki tiga saudara bersaudara kandung yaitu Geri, Galang dan Gisel.

Penulis mengawali pendidikan tahun 2001 SDN 007 pekanbaru, lulus tahun 2007, kemudian pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan SMP Negeri 18 Pekanbaru dan lulus tahun 2010, pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan selanjutnya ke jenjang SMK Muhammadiyah II Pekanbaru dan lulus pada tahun 2013.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2013 di fakultas Syariah dan Hukum mengambil jurusan Ekonomi Syariah (S1).