

ANALISIS PENERAPAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PELANGGAN (ULP) MANADO SELATAN*ANALYSIS THE IMPLEMENTATION OF DISCOUNTS ON SALES LEVEL IN PT. PLN (PERSERO) CUSTOMER SERVICE UNIT MANADO SELATAN*

Oleh:

Yuliasari Usman¹**Jullie J. Sondakh²****Meily Y. B. Kalalo³**

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹yuliasariusman@gmail.com²julliesondakh@yahoo.com³yokebetsymeily@gmail.com

Abstrak: Potongan harga merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan produknya, Pada tahun 2017 salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yaitu PT. PLN persero menerapkan potongan harga bagi pelanggan yang ingin melakukan tambah daya. Oleh karena itu saya ingin melihat apakah potongan harga yang diterapkan kepada pelanggannya dapat memberikan peningkatan terhadap penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebelum dan setelah penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa hasil wawancara dengan pihak manajemen dan data kuantitatif berupa laporan penjualan selama tahun 2016-2018 yang diperoleh dari data primer. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan setelah diterapkan potongan harga dibandingkan dengan sebelum diterapkan potongan harga, namun peningkatan yang terjadi tidak terlalu besar karena potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan tarif rumah tangga yang berdaya listrik kecil. Kegiatan promosi yang menunjang penjualan juga dirasa membantu namun masih banyak pelanggan yang belum mengetahui informasi mengenai promo potongan harga ini. Sebaiknya perusahaan melaksanakan promosi yang lebih baik lagi agar pemerataan informasi mengenai potongan harga lebih tinggi dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci : *penerapan, potongan harga, tingkat penjualan*

Abstract: Price discount is one of the strategies that are widely used by companies to increase sales of their products. In 2017 one of the state-owned companies in Indonesia, namely PT. PLN Persero applies price discounts for customers who want to add power. Therefore I want to see if the price discounts applied to their customers can increase sales. This study aims to analyze before and after the application of price discounts to the level of sales of PT. PLN (Persero) South Manado Customer Service Unit (ULP). The research method used is descriptive qualitative. The type of data used is qualitative data in the form of interviews with management and quantitative data in the form of sales reports during 2016-2018 obtained from primary data. While the data collection methods used were interviews and documentation. The results of this study indicate that there was an increase in sales after the price discount was applied compared to before the price discount was applied, but the increase that occurred was not too large because the price discounts were only given to household tariff customers with small electric power. Promotional activities that support the sale of juag are also considered helpful but there are still many customers who do not know the information about this discount promo. The company should carry out a better promotion so that the distribution of information about discounted prices is higher and can increase company sales.

Keywords: *implementation, price discount, sales level*

Latar Belakang

Globalisasi merupakan salah satu strategi paling baik bagi perusahaan untuk bersaing, karena dengan adanya globalisasi mengakibatkan perkembangan besar di dunia seperti pada bidang ekonomi dan bisnis. Perkembangan ekonomi dunia yang sangat maju saat ini membuat Indonesia harus siap untuk bersaing dengan negara-negara lain. Anindita dan Reed (2018:2) Dengan semakin terbukannya lingkungan perdagangan dan langkah-langkah ekonomi signifikan yang dilakukan oleh negara-negara lain membuat Indonesia harus siap bersaing. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan laba, sehingga perusahaan harus berpikir keras dan menentukan strategi yang baik agar tujuan tersebut dapat tercapai. Laba atau *income* ialah penambahan bruto atau kotor atas aktiva dan modal serta penurunan kewajiban suatu perusahaan sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa, pinjaman uang, serta aktivitas lain dalam suatu periode (Mulyadi, 2014:77).

Laba yang besar dapat diperoleh dari penjualan yang besar dengan biaya yang relatif kecil, karena volume penjualan merupakan salah satu komponen utama yang memengaruhi besar atau kecilnya laba perusahaan (Mulyadi, 2014). Penjualan nantinya akan dikurangi dengan beban operasional dan beban lainnya sehingga dapat dilihat presentasi laba yang dihasilkan dalam satu periode. Seperti yang kita ketahui bahwa penjualan merupakan banyaknya kemampuan sebuah perusahaan untuk menjual dan menyediakan produknya bagi konsumen baik itu perusahaan dagang maupun jasa. Selain kualitas produk perusahaan yang merupakan faktor utama dalam peningkatan volume penjualan, ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan suatu perusahaan dan salah satunya yaitu bagaimana perusahaan tersebut menentukan harga produk atau jasanya. Perusahaan diberikan kebebasan untuk menentukan harga namun perusahaan juga harus mempertimbangkan harga yang ditetapkan dengan harga kompetitornya. Potongan harga merupakan salah satu strategi yang sangat tinggi daya tariknya terhadap minat konsumen karena dengan melihat adanya potongan harga dari produk yang sering mereka gunakan atau sedang ingin dibeli membuat keinginan untuk membeli dari pelanggan tersebut akan meningkat.

Penelitian (Prabowo, 2015:45) Tentang Pengaruh Periklanan Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Rumah Makan Manado Rasaroa menyimpulkan bahwa periklanan dan potongan harga memberikan kontribusi terhadap peningkatan volume penjualan. Penelitian (Nugraha, 2012) Mengenai Pengaruh Penerapan Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada PT. —Serasi Auto Raya (Trac Astra) Bandung menyimpulkan bahwa potongan harga memberikan peningkatan terhadap volume penjualan. Sehingga dapat dikatakan bahwa potongan harga mengakibatkan peningkatan volume penjualan perusahaan. PT. PLN (Persero) sebagai salah satu perusahaan BUMN terbesar yang ada di Indonesia mulai menerapkan potongan harga terhadap penggunaan jasanya yang dimulai pada tahun 2017 hingga saat ini, penerapan potongan harga dilakukan pada periode tertentu misalnya bertepatan dengan momentum besar seperti pada Ramadhan 2017 dan 2018, perayaan Hari Kemerdekaan Indonesia dan SEA GAMES tahun 2018.

Dengan adanya potongan harga ini membuat peningkatan pada konsumen yang ingin melakukan tambah daya sehingga akan berpengaruh terhadap pemakaian tenaga listrik konsumen dan peningkatan penjualan tenaga listrik pihak perusahaan, hal ini menjadikan penjualan tenaga listrik juga bertambah atau meningkat. Oleh karena itu, peneliti mengangkat permasalahan ini sebagai topik yang akan diteliti sebab PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan satu-satunya yang menjadi penyedia listrik di Indonesia dan seperti yang kita ketahui listrik merupakan kebutuhan pokok setiap individu dalam kesehariannya. Peneliti ingin melihat apakah penerapan potongan harga ini memberikan peningkatan signifikan terhadap penjualan, atau dengan dan tanpa potongan harga penjualan akan tetap meningkat karena tenaga listrik merupakan kebutuhan pokok setiap individu.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, diketahui bahwa strategi potongan harga sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu produk. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui sebelum dan setelah penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan pada perusahaan BUMN dimana studi kasus akan dilakukan pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan. Penulis mengangkat tema ini karena perusahaan BUMN sangat jarang memberikan potongan harga terhadap produknya dan PT. PLN (Persero) juga merupakan satu-satunya perusahaan kelistrikan terbesar di Indonesia sehingga penulis ingin melihat seberapa besar pengaruh potongan harga terhadap tingkat penjualannya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sebelum dan setelah penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan tenaga listrik pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA**Potongan Harga**

Prabowo (2015:79) mengatakan bahwa potongan harga merupakan penurunan harga yang dilakukan perusahaan dalam satu periode tertentu dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Potongan harga atau diskon telah menjadi strategi yang sangat sering digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat dari para konsumen. fungsi dari potongan harga adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penggunaan produk baru
- b. Membujuk pelanggan lama untuk membeli lebih banyak produk
- c. Meyakinkan pelanggan untuk mencoba produk lama perusahaan

Jenis-Jenis Potongan Harga

Kotler dan Keller (2014:104) mengatakan bahwa potongan harga atau diskon dapat dibagi dalam beberapa bentuk, setiap bentuk memiliki definisi dan tujuan berbeda dilaksanakannya potongan harga. Bentuk potongan harga adalah :

- a. Diskon tunai, merupakan potongan harga yang diberikan bagi pelanggan yang segera membayar tagihan sebelum jatuh tempo pembayaran.
- b. Diskon kuantitas, merupakan potongan harga bagi pelanggan yang melakukan pembelian barang atau jasa dalam jumlah besar (banyak).
- c. Diskon fungsional, biasa juga dikenal dengan diskon dagang yaitu penjual menawarkan kepada anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, atau mencatat. Hal ini harus ditawarkan merata kepada seluruh anggota saluran.
- d. Diskon musiman, merupakan potongan harga bagi pelanggan yang membeli barang atau jasa pada musim tertentu.
- e. Potongan harga, dirancang untuk para reseller (penjual tangan ke-2) dalam program khusus. Potongan harga tukar tambah diberikan kepada reseller yang mengembalikan barang lama dan membeli barang baru, potongan harga promosi diberikan kepada penyalur imbalan karena berperan serta dalam program iklan dan dukungan penjualan.

Potongan Harga Yang Diterapkan Oleh PT. PLN (Persero)

Potongan harga yang diberlakukan oleh PT. PLN (Persero) Kepada pelanggan yaitu potongan harga bentuk Diskon musiman yang merupakan potongan harga bagi pelanggan yang membeli barang atau jasa pada musim tertentu, karena potongan harga yang diberikan hanya pada periode tertentu seperti Ramadhan dan Hari Kemerdekaan. Potongan harga juga hanya diberlakukan kepada pelanggan tambah daya, yaitu pelanggan yang sudah memiliki rekening listrik dan ingin menambah daya listriknya. Potongan harga yang diterapkan tidak diberikan kepada semua golongan tarif tetapi hanya untuk golongan tarif rumah tangga saja.

Penjualan

Kotler dikutip dalam Rukamah (2013:19) mengatakan bahwa penjualan adalah kegiatan menjual lebih banyak barang kepada lebih banyak orang untuk membeli suatu barang yang ditawarkan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh laba. Sedangkan Mulyadi (2014:74) mengatakan bahwa penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual untuk menjual barang atau jasa dengan harapan agar mendapatkan laba dari transaksi tersebut dan penjualan juga dapat diartikan pemindahan hak kepemilikan dari penjual kepada pembeli. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjual dan menawarkan produk atau jasanya kepada pembeli dengan mengharapkan laba di setiap transaksi yang dilakukan.

Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut (Swasta dan Irawan, 2015:63) adalah sebagai berikut :

- 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 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 pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar 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

Biasanya didalam 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

Untuk sukses dalam meningkatkan omset penjualan, maka harus dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu, harus memperhatikan pula faktor-faktor lain menurut Basu Swasta 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.

Penelitian Terdahulu

Sucahyo, (2014) Penelitian dengan judul Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga *SPORT SMART* FIK UNI, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga dan promosi yang diterapkan pada toko Sport Smart berhasil meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut sehingga strategi ini terus dipertahankan.

Dewi, (2018) Penelitian dengan judul Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka), hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Pembelian dan kepuasan pelanggan.

Yulianto, (2014) Penelitian dengan judul Pengaruh Promosi, Potongan Harga dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel ALFAMART (Studi Kasus Pada PT. Alfariatri Jaya), hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, potongan harga dan pelayanan berpengaruh positif terhadap volume penjualan sehingga dapat berpengaruh meningkatkan volume penjualan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk memaparkan suatu karakteristik tertentu dari sebuah fenomena atas permasalahan yang terjadi.

Waktu Dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan selama bulan Mei hingga Juni tahun 2019 dan penelitian ini bertempat di PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 17 Sario Manado.

Jenis, Sumber Dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa hasil wawancara dengan pihak manajemen dan data kuantitatif berupa laporan penjualan selama tahun 2016-2018 yang diperoleh dari data primer, Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dan dokumentasi.

Metode Dan Proses Analisa

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif, penelitian ini akan melihat perbandingan sebelum dan sesudah penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan tenaga listrik di PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan. Berikut ini merupakan susunan proses analisis yang akan digunakan dalam penelitian :

1. Peneliti mengumpulkan data mengenai penerapan potongan harga dan peningkatan penjualan pada perusahaan.
2. Peneliti melaksanakan proses wawancara dengan manager PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan terkait penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan.
3. Peneliti memisahkan data utama dan data pendukung yang didapat dari wawancara dan pengumpulan data kemudian dirangkum serta disajikan dalam bentuk tabel.

4. Peneliti menganalisis penerapan potongan harga yang ditetapkan setiap periodenya
5. Peneliti menganalisis penjualan sejak tahun 2016-2018 dan dampak dari penerapan potongan harga terhadap penjualan
6. Peneliti menganalisis dampak dari potongan harga terhadap perusahaan
7. Peneliti membandingkan penjualan sebelum dan sesudah penerapan potongan harga dengan melihat laporan penjualan perusahaan.
8. Peneliti menentukan hasil penelitian berdasarkan analisa dari data yang telah diperoleh, melakukan penarikan kesimpulan serta verifikasi kembali, penarikan kesimpulan akhir dan memberikan saran yang berkaitan dengan penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kelistrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad ke-19, pada saat beberapa perusahaan Belanda, PT. PLN merupakan perusahaan kelistrikan satu-satunya yang ada di Indonesia sejak masa penjajahan Belanda dan juga merupakan salah satu perusahaan BUMN terbesar di Indonesia. PT. PLN memiliki kantor pelayanan di seluruh daerah di Indonesia, salah satunya PLN Unit Pelaksana Pelayanan Manado. Yang membawahi PLN Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan. Sejak tanggal 27 Oktober 2018, PT. PLN Rayon Manado Selatan telah resmi berubah nama menjadi PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan.

PT. PLN membagi jenis pelanggan berdasarkan golongan tarif dasar listrik yang dikenakan kepada pelanggan tersebut, golongan tarif tersebut adalah :

a. Sosial (S)

Sosial merupakan golongan tarif yang penggunanya mendapatkan subsidi, jenis pengguna tarif sosial adalah Rumah Ibadah, sekolah, madrasah, dan panti asuhan.

b. Rumah Tangga (R)

Tarif Rumah Tangga merupakan golongan tarif yang penggunanya ada yang mendapat subsidi dan non-subsidi, jenis pengguna tarif ini adalah Rumah Tangga.

c. Bisnis (B)

Bisnis merupakan golongan tarif yang penggunanya ada yang mendapat subsidi dan non-subsidi, jenis pengguna tarif ini adalah pelaku bisnis.

d. Industri (I)

Industri merupakan golongan tarif yang penggunanya ada yang mendapat subsidi dan non-subsidi, jenis pengguna tarif ini adalah industri.

e. Pemerintah (P)

Pemerintah merupakan golongan tarif yang penggunanya mendapatkan subsidi, jenis pengguna tarif pemerintah adalah pelayanan publik, kantor pemerintah dan penerangan lampu jalan.

Hasil Penelitian

Penerapan Potongan Harga

Begitu juga dengan peningkatan penggunaan alat elektronik di berbagai tempat sehingga daya listrik yang dibutuhkan juga lebih besar. Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak perusahaan mengenai penerapan potongan harga.

Peneliti : Apa Alasan hingga PT. PLN (Persero) menerapkan potongan harga ?

Narasumber : PT. PLN menerapkan potongan harga sebagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan tambah daya sehingga mengakibatkan peningkatan penjualan tenaga listrik dan dengan merayakan hari-hari besar yang bertepatan dengan *event* yang ada seperti Ramadhan, Hari Kemerdekaan dan SEAGAMES.

Peneliti : Kapan potongan harga mulai diberlakukan dan kapan saja periodenya?

Narasumber : Potongan harga mulai diberlakukan pada bulan Juni yang bertepatan dengan Ramadhan tahun 2017.

Peneliti : Berapa besar potongan harga yang diberlakukan terhadap pelanggan ?

Narasumber : Besaran potongan harga yang diberikan kepada pelanggan bervariasi tergantung event atau momentum yang sedang berlangsung. Misalnya pada saat Ramadhan potongan harga diberikan kepada Rumah Ibadah sebesar 100% dan untuk golongan tarif Rumah Tangga sebesar 50%.

Penerapan potongan harga diberlakukan pada pelanggan yang melakukan penambahan daya listrik untuk kategori tarif Rumah Tangga dan Rumah Ibadah saja, Awal mula adanya potongan harga pada Ramadhan tahun 2017 dengan potongan sebesar 50% untuk tarif Rumah Tangga dan 100% untuk Rumah Ibadah. Setelah dilihat adanya antusias pelanggan dengan potongan harga, PT. PLN kembali mengadakan potongan harga di momentum yang sama yaitu Ramadhan 2018. Kemudian diadakan lagi pada saat momentum Hari Kemerdekaan dan SEA GAMES 2018 untuk tarif Rumah Tangga saja sehingga yang melakukan tambah daya adalah pelanggan yang dayanya dibawah 5500 VA.

Penerapan potongan harga ini dianggap perusahaan efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan yaitu meningkatkan pelanggan tambah daya dan penjualan tenaga listrik. Berikut merupakan data besaran potongan harga selama 2017 dan 2018 :



Promo Diskon Ramadhan 2017



Promo Diskon Ramadhan 2018



Promo Diskon Gebyar Kemerdekaan 2018



Promo Diskon SEA GAMES 2018

Dampak Penetapan Potongan Harga Pada Penjualan

Penerapan potongan harga yang dimulai sejak tahun 2017 memberikan peningkatan terhadap penjualan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan. Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak perusahaan mengenai dampak penerapan potongan harga terhadap penjualan.

Peneliti : Apakah strategi potongan harga dapat meningkatkan penjualan ?

Narasumber : Ya, karena setelah melakukan tambah daya maka penggunaan tenaga listrik juga akan meningkat sehingga hal tersebut mengakibatkan penjualan tenaga listrik juga meningkat.

Peneliti : Bagaimana potongan harga dapat meningkatkan penjualan tenaga listrik ?

Narasumber : Setiap pelanggan yang melakukan tambah daya dikarenakan daya yang sudah ada di rumah mereka tidak mampu menampung penggunaannya sehingga pelanggan melakukan tambah daya agar dapat menampung daya dirumahnya. Contohnya seorang pelanggan ingin memasang AC dirumahnya, namun daya dirumahnya yang hanya 400 VA membuat AC tersebut tidak dapat dinyalakan. Sehingga pelanggan itu harus menambah daya yang mampu untuk menampung daya AC tersebut agar AC dapat dinyalakan tanpa terjadi kesalahan di MCB Meter.

Peneliti : Apakah ada faktor lain yang meningkatkan penjualan ?

Narasumber : Terdapat faktor lain yang mempengaruhi penjualan yaitu promosi yang dilakukan saat potongan harga diterapkan seperti membuka stand di tempat perbelanjaan dan mengunjungi rumah pelanggan untuk mempromosikan potongan harga.

Tabel 1. Laporan Penjualan

Tahun	Jumlah Pelanggan	Jumlah Daya (VA)	Penjualan (Rp)
2016	70,945	210,028,620	37,905,330,773
2017	75,447	226,898,120	42,883,540,584
2018	79,749	240,495,120	43,087,202,672

Sumber : PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan, 2019

Peningkatan penjualan terjadi pada tahun 2017 setelah diterapkannya potongan harga kepada pelanggan tambah daya, sehingga dapat dikatakan penerapan potongan harga yang diberlakukan sebagai strategi perusahaan berjalan dengan baik. Peningkatan penjualan terjadi juga karena kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan sehingga membantu memperkenalkan dan memberi tahu promo potongan harga yang ada. Penggunaan tenaga listrik yang meningkat akan meningkatkan penjualan tenaga listrik dan hal ini yang menyebabkan penjualan meningkat, pelanggan yang melihat diskon tambah daya akan meningkatkan minat mereka untuk melakukan tambah daya dan setelah melakukan tambah daya penggunaan akan meningkat dan

meningkatkan penjualan tenaga listrik. Berikut merupakan tabel penjualan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Manado Selatan selama 2016-2018 :

Dampak Penetapan Potongan Harga Pada Perusahaan

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak perusahaan mengenai dampak penerapan potongan harga terhadap perusahaan.

Peneliti : Bagaimana potongan harga menarik minat pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan ?

Narasumber : Dengan adanya potongan harga membuat pelanggan ingin melakukan tambah daya karena jarang dilakukan dan nominal potongan harganya juga besar sehingga pelanggan merasa diuntungkan, hal ini yang menarik minat pelanggan untuk tambah daya. Potongan harga yang dilakukan tidak mengakibatkan peningkatan jumlah pelanggan karena pelanggan yang mendapatkan diskon tambah daya adalah pelanggan tetap bukan pelanggan baru.

Peneliti : Bagaimana potongan harga diberlakukan terhadap pelanggan ?

Narasumber : Potongan harga diberlakukan tidak pada semua golongan tarif harga, potongan harga diberlakukan kepada golongan tarif harga tertentu sesuai dengan event dari potongan harga tersebut. Contohnya pada potongan harga periode Ramadhan hanya diberikan pada golongan tarif untuk Rumah Ibadah dan Rumah Tangga, sedangkan pada periode Gebyar Kemerdekaan potongan harga hanya diberikan pada golongan tarif Rumah Tangga.

Peneliti : Apakah ada syarat untuk mendapatkan potongan harga?

Narasumber : Syarat untuk mendapatkan potongan harga adalah pelanggan yang sudah memiliki rekening listrik dan ingin melakukan tambah daya listrik, dengan membawa fotocopy KTP dan bukti pembayaran rekening bulan berjalan.

Peneliti : Bagaimana penjualan yang terjadi di PT. PLN (Persero) ULP Manado Selatan dibandingkan dengan ULP lain yang ada di Manado?

Narasumber : Penjualan tenaga yang terjadi selalu meningkat sejak diterapkannya potongan harga kepada pelanggan tambah daya, ULP Manado Selatan selalu memimpin sebagai ULP dengan penjualan terbesar setiap tahunnya. Berkat tingginya penjualan tenaga listrik ULP Manado Selatan, di tahun 2018 UP3 Manado dinobatkan sebagai UP3 dengan penjualan terbesar di pulau Sulawesi

Penjualan tenaga listrik di ULP Manado Selatan merupakan penjualan terbesar dibandingkan dengan ULP lain yang ada di Kota Manado yaitu ULP Manado Utara dan ULP Paniki, bahkan terbesar dibandingkan 11 ULP yang ada di UP3 Manado. Tingginya penjualan di ULP Manado Selatan yang disebabkan oleh adanya potongan harga menjadikan UP3 Manado menjadi UP3 dengan penjualan tenaga listrik terbesar di Pulau Sulawesi pada tahun 2018.

Peningkatan penjualan tentunya terjadi karena adanya potongan harga dan didukung dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan di poin Dampak Penetapan Potongan Harga Pada Penjualan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan sangat membantu meningkatkan penjualan dan minat pelanggan dalam melakukan penambahan daya listriknya. Setiap ULP diberikan kebebasan untuk melakukan promosi kepada pelanggannya dengan cara dan strategi masing-masing ULP.

Perbandingan Sebelum Dan Setelah Penerapan Potongan Harga

Perubahan yang terjadi setelah penerapan potongan harga dirasa cukup menguntungkan pihak perusahaan karena dengan adanya potongan harga ini meningkatkan pelanggan yang melakukan tambah daya, walaupun tidak meningkatkan jumlah pelanggan karena hanya pelanggan tetap yang bisa melakukan tambah daya. Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak perusahaan mengenai Perbandingan Sebelum Dan Setelah Penerapan Potongan Harga.

Peneliti : Apakah ada perbedaan yang signifikan sebelum dan setelah diterapkannya potongan harga ?

Narasumber : Setelah diberlakukannya Potongan harga jumlah pelanggan yang ingin melakukan tambah daya lebih meningkat dan hal ini juga meningkatkan penjualan tenaga listrik

Perubahan yang terjadi setelah penerapan potongan harga dirasa cukup menguntungkan pihak perusahaan karena dengan adanya potongan harga ini meningkatkan pelanggan yang melakukan tambah daya, walaupun tidak meningkatkan jumlah pelanggan karena hanya pelanggan tetap yang bisa melakukan tambah daya. Dapat dilihat perbandingannya pada Tabel 1. Laporan Penjualan, disitu dapat dilihat peningkatan penjualan yang terjadi sebelum adanya potongan harga di tahun 2016 dan setelah adanya potongan harga di tahun 2017. Walaupun peningkatan yang ada tidak terlalu besar karena potongan harga hanya diberikan kepada

pelanggan golongan tarif Rumah Tangga yang rata-rata penggunaan dayanya kecil hanya dibawah 5500 VA, tidak seperti pada pelanggan tarif bisnis dan industri.

Pembahasan

Penerapan Potongan Harga

PT. PLN mulai tahun 2017 sudah menerapkan potongan harga kepada pelanggannya sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan tenaga listrik dan juga sebagai strategi untuk meningkatkan pelanggan yang melakukan tambah daya. Potongan harga yang diberlakukan oleh PT. PLN (Perasero) Kepada pelanggan yaitu potongan harga bentuk Diskon musiman yang merupakan potongan harga bagi pelanggan yang membeli barang atau jasa pada musim tertentu, karena potongan harga yang diberikan hanya pada periode tertentu seperti Ramadhan dan Hari Kemerdekaan. Potongan harga yang diberikan dapat dilihat di besaran diskon untuk tambah daya.

Berdasarkan keterangan pemberian potongan harga mulai sejak tahun 2017 dan terus berlangsung selama tahun 2018, potongan harga diberikan kepada pelanggan sebesar 50%, 73% dan 100% dengan periode yang berbeda-beda. PT. PLN memanfaatkan momentum yang terjadi seperti Ramadhan, Hari Kemerdekaan dan SEA GAMES yang berlangsung di tahun 2017 dan 2018, melihat peluang yang ada perusahaan mengatur strategi sedemikian rupa sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Potongan harga diberikan hanya kepada pelanggan tarif Rumah Tangga dan Rumah Ibadah, dimana tarif Rumah Tangga diberikan diskon sebesar 50% saat Ramadhan dan Hari Kemerdekaan, 73% saat SEA GAMES dan Rumah Ibadah diberikan diskon sebesar 100% saat Ramadhan. Promo ini hanya bisa didapatkan selama tanggal berlaku promo dan hanya untuk pelanggan yang memenuhi syarat saja.

Perbandingan Sebelum Dan Setelah Penerapan Potongan Harga

Setiap kebijakan yang diambil oleh perusahaan akan memberikan dampak bagi perusahaan tersebut, oleh karena itu perusahaan tidak bisa mengambil kebijakan yang tidak dirancang dengan pasti. Perusahaan yang baik akan memikirkan secara matang sebelum mengambil sebuah keputusan bahkan sekecil apapun keputusan tersebut, karena perusahaan akan memikirkan bagaimana dampak dari keputusan tersebut terhadap perusahaan, karyawan dan pemegang saham. Sebagai seorang manager mengambil keputusan bukanlah hal yang mudah karena setiap keputusan yang diambil akan berdampak pada seluruh perusahaan bukan hanya pada dirinya sendiri.

Setiap perusahaan pasti sudah punya strategi jitu yang akan selalu diterapkan setiap periodenya, seperti yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) yaitu penerapan potongan harga. Setelah melakukan penerapan potongan harga pada Ramadhan tahun 2017, PT. PLN kini secara rutin menerapkan potongan harga setiap Bulan Ramadhan. Hal ini tentunya dilakukan karena kebijakan tersebut memberikan dampak positif bagi pihak perusahaan sehingga dapat dilihat dari Tabel 1. Laporan Penjualan bahwa peningkatan omset penjualan terjadi setelah diterapkannya potongan harga sebagai strategi yang dipilih oleh pihak manajemen. Prabowo (2015:49) mengatakan fungsi dari potongan harga adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penggunaan produk baru
- b. Membujuk pelanggan lama untuk membeli lebih banyak produk
- c. Meyakinkan pelanggan untuk mencoba produk lama perusahaan

Strategi ini diterapkan setiap tahun untuk meningkatkan penjualan tenaga

Dampak positif yang didapatkan oleh perusahaan terhadap produk baru yaitu Listrik Pintar juga terjadi yaitu peningkatan pelanggan tambah daya pada listrik pintar, walaupun potongan harga tidak meningkatkan pelanggan listrik pintar.

Dampak positif juga dapat dilihat saat narasumber menjawab beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan dampak yang diberikan dari potongan harga kepada perusahaan, penjualan meningkat dan pelanggan yang melakukan tambah daya juga meningkat dibanding sebelumnya. Bukan hanya perusahaan yang diuntungkan tap karyawan, pihak manager dan pelanggan juga diuntungkan dengan penerapan potongan harga. Karyawan dapat memenuhi target penjualannya, manager dapat mencapai tujuan perusahaan dan pelanggan mendapatkan keuntungan dari potongan harga yang ada sehingga semua pihak diuntungkan dalam strategi ini.

Selain itu, PT. PLN (Persero) ULP Manado Selatan yang tergabung dengan PT. PLN (Persero) UP3 Manado mendapatkan penghargaan sebagai Unit dengan jumlah pelanggan paling banyak melakukan tambah daya di Wilayah PLN SULUTTENGGGO, dan juga menjadi Unit dengan pelanggan melakukan tambah daya

terbanyak Se-Sulawesi sehingga mengalahkan PLN UP3 Makassar dan PLN UP3 Palu. Berikut ini merupakan laporan penjualan selama 3 tahun terakhir :

Tabel 2. Omset Penjualan

Tahun	Omset Penjualan (Rp)	Perkembangan Total Penjualan (%)
2016	37,905,330,773	-
2017	42,883,540,584	13.13
2018	43,087,202,672	0.47

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 2. Omset Penjualan diatas terjadi peningkatan penjualan setelah diterapkan potongan harga pada tahun 2017, dapat dilihat bahwa di tahun 2017 peningkatan penjualan terjadi sebesar 13.13% dan peningkatan kembali terjadi di tahun 2018 yaitu sebesar 0,47%. Selain dari tabel tersebut hasil wawancara kepada pihak perusahaan juga menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sejak tahun 2017, akan tetapi peningkatan yang terjadi tidak terlalu besar karena potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan tarif Rumah Tangga dan Rumah Ibadah. Seperti yang sudah dijelaskan pada hasil penelitian, pelanggan rumah tangga merupakan pelanggan perumahan yang biasanya 1 pelanggan menduduki 1 rumah. Pelanggan ini hanya menggunakan daya dibawah 5500 VA dan daya tersebut merupakan daya kecil jika dibandingkan dengan pelanggan tarif Bisnis dan Industri.

Kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh PT. PLN juga menjadi faktor yang mendukung peningkatan terhadap penjualan tenaga listrik, seperti yang telah dijelaskan di hasil penelitian bahwa pihak manager menggunakan trik jemput bola sehingga pelanggan didatangi ke rumahnya agar lebih mudah lagi melakukan promosi dan tetap bisa berinteraksi dengan pelanggan. Ada juga promosi yang dibuka di pusat perbelanjaan yang ada di Kota Manado, PT. PLN membuka stand di Mantos dengan tujuan bisa menjemput bola atau pelanggan yang sibuk dan tidak bisa datang ke kantor langsung untuk melakukan tambah daya. Pihak perusahaan juga melakukan promosi di festival tahunan yang selalu dibuat di Kota Manado yaitu Manado Fiesta, mereka membuka stand dan menjemput bola atau pelanggannya yang mungkin saja sibuk dan belum sempat pergi ke kantor langsung untuk melakukan tambah daya. Kegiatan promosi ini sangat mendukung peningkatan penjualan karena pelanggan langsung di datangi dan dilayani oleh karyawan langsung ditempat.

Perbandingan sebelum dan setelah penerapan potongan harga sangat dirasakan oleh pihak perusahaan dan pelanggan itu sendiri, seperti yang sudah dijelaskan pihak perusahaan mengalami peningkatan penjualan dan peningkatan pelanggan yang ingin melakukan tambah daya. Pelanggan juga diuntungkan karena bisa meningkatkan daya di rumahnya dengan harga yang lebih terjangkau dan pelayanan yang ramah dari karyawan yang berkunjung di rumah atau yang membuka stand di pusat perbelanjaan. Dapat dilihat di **Tabel 2. Omset Penjualan** yang dulunya sebelum diberapkannya potongan harga penjualan PT. PLN ULP Manado Selatan di tahun 2016 sebesar Rp. 37,905,330,773 dan terjadi peningkatan penjualan di tahun 2017 sebesar Rp. 42,883,540,584 kemudian di tahun 2018 juga mengalami peningkatan penjualan sebesar Rp. 43,087,202,672. Peningkatan tersebut dianggap perusahaan bukanlah peningkatan yang besar karena potongan harga juga hanya diterapkan kepada pelanggan dengan daya yang kecil.

Menurut analisa yang dilakukan penulis bahwa penjualan masih bisa lebih meningkat lagi jika kegiatan promosi yang dilakukan lebih maksimal, salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk melakukan tambah daya yaitu dengan pemerataan dari informasi potongan harga tersebut. Namun hal yang terjadi di lapangan tidak demikian, karena masih banyak pelanggan yang tidak tahu mengenai diskon potongan harga ini. Padahal strategi potongan harga ini telah terbukti dapat meningkatkan penjualan perusahaan di tahun 2017-2018 sejak mulai diberapkannya promo potongan harga tambah daya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan, dapat disimpulkan bahwa penjualan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan mengalami peningkatan setelah diberapkannya potongan harga untuk pelanggan tambah daya. Saat awal penerapan potongan harga, di tahun 2017 terjadi peningkatan sebesar 13.13% dengan omset penjualan sebesar Rp. 42.883.540.584 dan untuk tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 0.47% dengan omset penjualan sebesar Rp. 43.087.202.672. Hal ini dikarenakan dengan melakukan tambah daya maka penggunaan tenaga listrik akan meningkat sehingga

penjualan tenaga listrik juga meningkat. Namun, peningkatan yang terjadi tidak terlalu besar karena potongan harga hanya diberikan kepada golongan tarif yang penggunaan dayanya juga tidak terlalu besar sehingga peningkatan yang terjadi juga tidak terlalu besar.

Peningkatan penjualan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan terjadi bukan hanya dengan potongan harga, ada faktor lain yang mempengaruhi peningkatan tersebut. Faktor ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, namun kegiatan promosi ini kurang dimaksimalkan sehingga pelanggan masih kurang informasi mengenai potongan harga tambah daya ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk lebih meningkatkan pengaruh dari penerapan potongan harga, hendaknya PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Manado Selatan lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi potongan harga tambah daya kepada masyarakat atau pelanggannya. Karena seperti yang kita ketahui melalui wawancara bahwa promosi yang dilakukan sangat membantu untuk meningkatkan penjualan
2. Untuk peningkatan dalam penggunaan produk baru yaitu listrik pintar, hendaknya pihak perusahaan juga memberikan potongan harga kepada pelanggan tambah daya listrik pintar.
3. Untuk meningkatkan jumlah pelanggan, hendaknya perusahaan juga memberikan promo kepada pelanggan yang ingin melakukan pasang baru agar minat pelanggan juga meningkat.
4. Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus memiliki strategi dan promo yang menarik, karena penerapan potongan harga ini hanya memberikan peningkatan yang tidak terlalu besar terhadap volume penjualan.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar melakukan penelitian atau riset lebih lanjut terhadap penerapan potongan harga pada tingkat penjualan suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R dan Reed, M. 2018. *Bisnis Dan Perdagangan Internasional*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Dewi, I. K. 2018. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka). *Skripsi*. Universitas Brawijaya. Malang. Indonesia. <http://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/3664/MICHAEL%20MWENDA%20GITUMA%20MBA%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 19 Juni 2019
- Kotler, P. Dan Keller K. L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga, Jakarta
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya*. UPP-AMP YKPN, Yogyakarta
- Nugraha, A. P. 2012. Pengaruh Penerapan Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Serasi Auto Raya (Trac Astra) Bandung. *Skripsi*. Bandung. Indonesia. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2556/Cover.pdf?sequence=1>. 19 Juni 2019
- Prabowo, H. S. 2015. Pengaruh Periklanan Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Rumah Makan Manado Rasaroa. *Skripsi*. Universitas Widyatama. Bandung. Indonesia. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/5719>. 19 Juni 2019
- Rukamah, A. 2013, *Analysis Of Promotion Mix Strategy Of Increasing Sales Volume (Case Study In J'Lo Café And Resto)*. *Journal*. Jakarta. Indonesia. (JAB)|Vol. 56 No. 1 155-163 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2333/2727>. 19 Juni 2019
- Sucahyo, F. A. 2014. Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga SPORT SMART FIK UNI. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. Indonesia. <https://eprints.uny.ac.id/15718/1/Skripsi%20jadi%20pdf.pdf>. 19 Juni 2019
- Swasta, B. dan Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Yulianto, C. 2014. Pengaruh Promosi, Potongan Harga dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel ALFAMART (Studi Kasus Pada PT. Alfatri Jaya). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Indonesia. http://eprints.ums.ac.id/31426/16/NASKAH_PUBLIKASI.pdf. 19 Juni 2019