

**LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN MEUBEL PADA UD ANI FIRDAUS PACIRAN
LAMONGAN**

Tahun Ke 1 dari Rencana 1 Tahun

TIM PENGUSUL:

Erna Nur Faizah, S.E., M.M	(0718107902)
Amrizal Imawan, S.E, M.SA	(0701019204)
Indah Fauziah	(1901020005)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**

2022

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA

Judul penelitian : Pengaruh Potongan Harga Dan kualitas produk Terhadap Peningkatan Penjualan Meubel Pada UD Ani Firdaus Paciran Lamongan

Bidang penelitian : Manajemen

Ketua Peneliti

a. Nama lengkap : Erna Nur Faizah, S.E., M.M

b. NIDN : 0718107902

c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

d. Program Studi : Manajemen

e. Nomor HP : -

f. Alamat surel (email) : Faizahnurerna@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Amrizal Imawan, S.E, M.SA

b. NIDN : 0701019204

c. Fakultas/prodi : FEB/S1-Akuntansi

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : Indah Fauziah


b. NIM : 1901020008

c. Fakultas/prodi : FEB/S1-Akuntansi

Biaya Penelitian : Rp2.500.000,-

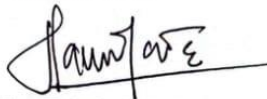
Lamongan, 10 September 2022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi



Hendrix Irawan, SE, M.M

Ketua Peneliti



Erna Nur Faizah, S.E., M.M
NIDN 0718107902

Menyetujui



Abdul Rokhman, S.Kep, Ns, M.Kes

ii

RINGKASAN

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dapat tercapai, maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen serta mempunyai cara-cara atau metode-metode inovatif yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Metode-metode yang inovatif termasuk bagian dari strategi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, yaitu dengan menetapkan harga dan kualitas terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui : 1. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap penjualan pada usaha meubel ani firdaus di desa paciran lamongan. 2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap penjualan pada usaha dagang meubel ani firdaus di desa paciran lamongan. 3. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan kualitas produk terhadap penjualan pada usaha meubel ani firdaus di desa paciran lamongan.

Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji f). Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan, potongan harga kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan. Uji F yang menyatakan $F_{hitung} (125.317) > F_{tabel} (5,00)$ berarti pengaruh potongan harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap penjualan signifikan.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penullis dapat menyampaikan proposal penelitian ini dengan judul “Pengaruh Potongan Harga Dan kualitas produk Terhadap Peningkatan Penjualan Meubel Pada UD Ani Firdaus Paciran Lamongan” hasil penelitian ini disusun dengan melibatkan banyak pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas kerjasamanya dalam penyusunan hasil penelitian ini, yaitu :

1. Hendrix Irawan S.E M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan, yang telah memberikan persetujuan dan fasilitas kegiatan penelitian melalui LPPM yang terus semakin berkembang.
2. Abdul Rohman, S.Kep. Ns. M.Kep., selaku Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan yang telah mengkoordinasi dan sebagai penanggung jawab kegiatan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Harapan penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. Akhirnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan selama penyusunan hasil penelitian ini.

Lamongan, 10 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
RINGKASAN.....	ii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
GAMBAR TABEL	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Urgensi Penelitian	2
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Landasan Teori.....	3
2.1.1 Potongan Harga.....	3
2.1.2 Kualitas	5
2.1.3 Penjualan.....	8
2.2 Kerangka Konseptual	15
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	16
3.1 Tujuan	16
3.2 Manfaat Penelitian	16
BAB 4 METODE PENELITIAN	17
4.1 Objek Penelitian.....	17
4.2 Populasi dan Sampel.....	18
4.3 Instrumen Penelitian	19
4.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
4.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	22
4.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
4.7 Analisis Data.....	23
BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	27
5.1 Hasil	27

5.2. Pembahasan.....	41
5. 3 Luaran yang dicapai.....	44
BAB 6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	46
6.1 Rencana Tahapan Berikutnya	46
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN	47
7.1 Kesimpulan	47
7.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
Lampiran 1 Justifikasi Anggaran	50
Lampiran 2. Realisasi Anggaran.....	52
Lampiran 3. Biodata Ketua dan Anggota	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	15
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Ud. Meubel Ani Firdaus	28

GAMBAR TABEL

Tabel 4.1 Data Penjualan Tahun 2019	17
Tabel 4.2 Data Penjualan Tahun 2020.....	17
Table 4.3 Data Penjualan Tahun 2021	18
Tabel 4.4 Skor Skala Likert	19
Tabel 5.1 Data Penjualan Tahun 2019	31
Tabel 5.2 Data Penjualan Tahun 2020.....	31
Tabel 5.3 Data Penjualan Tahun 2021	32
Tabel 5.4 Uji validitas potongan harga.....	32
Tabel 5.5 Uji validitas kualitas produk.....	32
Tabel 5.6 Uji validitas penjualan	33
Tabel 5.7 Uji reliability statistics potongan harga	33
Tabel 5.8 Uji reliability statistics kualitas peroduk	33
Tabel 5.9 Uji reliability statistics penjualan	34
Tabel 5.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Model Summary.....	34
Tabel 5.11 Hasil Regresi Linier Berganda.....	36
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	37
Tabel 5.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 5.14 Hasil Uji F.....	39
Tabel 5.15 Hasil Uji F.....	40
Tabel 5.16 Status Capaian Penelitian Dasar	44
Tabel 6. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	46

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi membawa dampak yang luas bagi semua orang. Dampak tersebut juga dirasakan pula oleh para pembisnis. Semakin dunia bisnis dianggap menjanjikan keuntungan yang besar ,mau tidak mau hal tersebut membuat pembisnis berfikir keras untuk mencari inovasi- inovasi untuk memajukan bisnisnya. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, maka banyak perusahaan yang berorientasi pada kegiatan pemasaran .kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.

Namun demikian untuk mencapai hal tersebut tidaklah mudah, sebab dewasa ini persaingan antara perusahaan sampai ketahap yang sangat kompetitif. Persaingan pasar tersebut dapat dilihat apabila suatu produk atau jasa tertentu laku dipasaran maka pada tahap selanjutnya akan terjadi persaingan penjualan dari perusahaan lain dalam persaingan permeubelan yang semakin tajam membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk memasarkan produknya dengan menggunakan berbagai strategi untuk memaksimalkan penjualannya.

Didalam mencapai tujuannya perusahaan sering kali mendapatkan hambatan-hambatan untuk mencapainya. Hambatan-hambatan yang dialami oleh perusahaan-perusahaan pada umumnya adalah persaingan perusahaan-perusahaan yang sejenis. Persaingan perusahaan yang sejenis seakan menciptakan pasar pembeli. Dimana pembeli lebih banyak menciptakan kekuasaan dibandingkan penjualan. Didalam pasar yang berbentuk demikian konsumen relative lebih besar dalam menentukan apa yang akan di beli dan kepada siapa ia akan membeli.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dapat tercapai, maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen serta

mempunyai cara- cara atau metode-metode inovatif yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Metode-metode yang inovatif termasuk bagian dari strategi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, yaitu dengan menetapkan harga dan kualitas terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Walaupun terkadang beberapa perusahaan ada yang tidak menerapkan strategi semacam ini, tetapi pasti selalu ada cadangan- cadangan strategi yang dimiliki oleh setiap perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.

Penetapan harga dapat dilakukan sesuai dengan kebijakan harga. Kebijakan harga dalam hal ini adalah pemberian potongan harga, karena dianggap merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. seperti yang kita ketahui bahwa diskon/ potongan harga adalah salah satu hal yang paling disukai, terutama bagi mereka yang hobi berbelanja. Adanya kebijakan harga yang substatif diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dilakukan di atas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah :

Apakah ada pengaruh potongan harga terhadap penjualan, Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap penjualan dan Apakah ada pengaruh potongan harga dan kualitas produk terhadap penjualan usaha meubel ani firdaus di desa paciran lamongan?

1.3 Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pola pikir pemilik bisnis mengenai sistem potongan harga dan kualitas produk yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan serta keputusan pembelian dari pelanggan di Meubel UD Ani Firdaus Paciran Lamongan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Potongan Harga

Kebanyakan perusahaan menyesuaikan harga untuk menghargai pelanggan karena memberikan reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim.

Menurut Sutisna (2008 : 18) pengertian potongan harga adalah “pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu”.

Tjiptono (2008 : 18) potongan harga merupakan “suatu teknik promosi penjualan dimana seorang pembeli memberikan kembali sebagian dari harga pembelian”.

Jadi potongan harga merupakan pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan kepada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan dalam periode tertentu.

a. Tujuan pemberian potongan harga.

Adapun tujuan pemberian potongan harga yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dijualnya antara lain :

1. Untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk meningkatkan mangsa pasar yang menurun atau mendominasi pasar melalui biaya yang lebih rendah.

b. Macam- Macam Potongan Harga.

Menurut Philip Kotler (2003) ada beberapa macam bentuk dari diskon, yaitu :

- Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembelian yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihannya tepat pada waktunya. Contoh yang umumnya adalah “2/10, net 30,” yang berarti bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika membayar tagihan dalam 10 hari. Diskon tersebut harus diberikan untuk semua pembeli yang memenuhi persyaratan

tersebut. Diskon seperti itu biasa digunakan dalam banyak hal industri dan bertujuan meningkatkan likuiditas penjualan dan mengurangi biaya tagihan dan biaya hutang tak tertagih.

- Diskon kuantitas (*quantity discount*)

Merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Contohnya adalah “\$10 per unit untuk kurang dari 100 unit; \$9 per unit untuk 100 unit atau lebih.” Menurut undang-undang di Amerika Serikat diskon kuantitas harus ditawarkan sama untuk semua pelanggan dan tidak melebihi penghematan biaya yang diperoleh penjual karena menjual dalam jumlah besar. Penghematan ini meliputi pengurangan biaya penjualan, persediaan, dan pengangkutan. Diskon ini dapat diberikan atas dasar tidak kumulatif (berdasarkan tiap pesanan yang dilakukan) atau atas dasar kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang dipesan untuk suatu periode). Diskon memberikan insentif bagi pelanggan untuk membeli lebih banyak dari seorang penjual dan tidak membeli dari banyak sumber.

- Diskon Fungsional (*functional discount*)

Diskon fungsional disebut juga dengan diskon perdagangan (*Trade discount*), ditawarkan oleh produsen pada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu. Produsen boleh memberikan diskon fungsional yang berbeda bagi saluran perdagangan yang berbeda karena fungsi-fungsi mereka yang berbeda, tetapi produsen harus memberi dalam tiap saluran perdagangan.

- Diskon Musiman (*Seasonal Discount*)

Diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa diluar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun. Produsen ski akan menawarkan diskon musiman untuk mengecur di musim semi dan musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal. Hotel, Motel, dan perusahaan

penerbangan juga menawarkan diskon musiman pada periode- periode yang lambat penjualannya.

- Potongan (*Allowance*)

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

c. Fakor- Faktor yang menyebabkan Dilaksanakannya Potongan Harga.

Ada beberapa factor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Menurut Bukhari Alma (2000) “ada beberapa hal yang menyebabkan yang menyebabkan diberikan potongan harga kepada konsumen, yaitu :”

- Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- Pembelian dalam jumlah besar.
- Adanya pembelian timbangan.

Sedangkan menurut Djasmin Saladin (2003 : 151) “ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga, yaitu :”

- Kelebihan kapasitas

Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan”.

2.1.2 Kualitas

a. Pengertian kualitas produk.

Kualitas mengandung banyak pengertian, beberapa contoh dari pengertian kualitas menurut Tjiptono (2000) adalah :”

- Kesesuaian dengan persyaratan.
- Kecocokan untuk pemakaian.
- Perbaikan berkelanjutan.
- Bebas dari kerusakan atau cacat

- Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
- Melakukan segala sesuatu secara benar
- Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kualitas menurut penulis dapat diberi pengertian sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan.

Menurut Philip Kotler (2000:1) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.” Berbicara mengenai produk maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh factor pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Menurut Kotler (1998:53) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Jadi, pada dasarnya produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan masyarakat atau konsumen”. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa, produk adalah alat atau sarana untuk mencapai sasaran, yaitu keuntungan perusahaan atau tujuan tertentu.

Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika penampilannya bukanlah kebutuhan yang diinginkan oleh pasar.

Stanton (1985:222) mendefinisikan produk merupakan “sekumpulan atribut yang nyata (intangible) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi, di dalamnya sudah ter-cakup warna, harga kesamaan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginan”.

Menurut Kotler And Armstrong (2004:283) menyimpulkan “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lain.

Stanton (1985:285) memberi pengertian kualitas sebagai “suatu jaminan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dalam memilih suatu produk dan dalam masalah ini cita rasa pribadi sangat berperan”.

Davis (2008:8) menyimpulkan kualitas produk merupakan “suatu kondisi dinamis produk yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kualitas produk menurut penulis dapat diberi pengertian sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu penulis dapat memetik beberapa hal penting dalam membahas kualitas produk, yakni :

- Kata “jaminan” mengandung pengertian bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen benar-benar telah melalui proses pengukuran dan pengujian yang cermat dan rasional, sehingga layak untuk disertai dengan jaminan.
- Kata “cita rasa” yang menjadi motivasi konsumen dalam memilih produk adalah factor yang menjadi focus perhatian produsen atau pemasar. Jadi siapa yang menjadi konsumen atau pembeli itu sangat penting diketahui oleh pihak produsen atau pemasar.
- Antara jaminan dan factor kebutuhan terdapat rasional dan relevansi yang harus diterjemahkan secara tepat oleh pihak produsen atau pemasar.

Tujuan umum membentuk kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberikan jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan.

b. Dimensi kualitas produk.

Dimensi produk meliputi :

- Daya tahan (*durability*): berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis dalam penggunaan permeubelan
- Keadaan (*Reliability*) : adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai misalnya pemasangan kunci almari dengan memberikan kualitas kunci yang terbaik sehingga tidak terjadi kerusakan.
- Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) : adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar standar yang telah ditentukan sebelumnya. Misalnya standar model pembuatan kursi dalam tiap tahunnya akan mengalami perubahan model sehingga dalam penyesuaian tersebut perlu adanya penggantian atau penyesuaian desain permeubelan tiap tahunnya.
- Keistimewaan tambahan (*features*) : yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah karakteristik dalam setiap produk. Misalnya memperbanyak varian warna pada satu model kursi.
- Kinerja (*Performance*) : adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli.

Estetika (*Aesthetics*); yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk, model, warna dan sebagainya

2.1.3 Penjualan

Penjualan merupakan pembelian suatu (barang atau jasa) dari suatu pihak ke pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan juga merupakan sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan.

a. Pengertian penjualan

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Pengertian penjualan menurut Hery Simamora (2000:24) adalah “pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa”.

Pengertian penjualan menurut Chairul Marom (2005:71) Penjualan artinya “penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur”.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

b. Klasifikasi transaksi penjualan

Ada beberapa macam transaksi penjualan menurut La Midjan (2001) Klasifikasi penjualan sebagai berikut”

- Penjualan tunai adalah penjualan yang bersifat *cash* dan *carry* pada umumnya terjadi secara kontan dan dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan ddianggap kontan.
- Penjualan kredit adalah penjualan dengan tenggang waktu rata- rata diatas satu bulan.
- Penjualan tender adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memegang tender selain harus memenuhi berbagai produk.
- Penjualan ekspor adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeriI yang mengimpor barang tersebut.
- Penjualan konsinyasi adalah penjualan yang dilakukan secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual.
- Penjual grosir adalah penjual yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang grosir atau eceran”.

Berdasarkan uraian di atas penjual memiliki bermacam- macam transaksi penjualan yang terdiri dari : penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan konsinyasi, penjualan ekspor, dan penjualan grosir.

c. Dokumen- dokumen penjualan

Dokumen- dokumen penjualan menurut La Midjan (2001) antara lain sebagai berikut”

- Order Penjualan Barang (*Sales Order*)
- Nota Penjualan Barang
- Perintah Penyerahan Barang (*Delivery Orde*)
- Faktur Penjualan (*Invoice*)
- Surat Pengiriman Barang (*Shipping Slip*)
- Jurnal Penjualan (*Sales Journal*)”.

Menurut pengertian di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- Order Penjualan Barang (*Sales Order*)
Merupakan penghubung antara beragam fungsi yang diperlukan untuk memproses langganan dengan menyiapkan peranan penjualan.
- Nota Penjualan Barang
Merupakan catatan atau bukti atas transaksi penjualan barang ytelah dilakukan oleh pihak perusahaan dan sebagai dokumen bagi pelanggan.
- Perintah Penyerahan Barang (*Delivery Orde*)
Merupakan suatu bukti dalam pengiriman barang untuk diserahkan kepada pelanggan setelah adanya pencocokan rangkap slip.
- Faktur Penjualan (*Invoice*)
Adalah dokumen yang menunjukkan jumlah yang berhak ditagih kepada pelanggan yang menunjukkan informasi kuantitas, harga dan jumlah tagihannya
- Surat Pengiriman Barang (*Shipping Slip*)
- Jurnal Penjualan (*Sales Journal*)”.

Dapat disimpulkan bahwa dokumen- dokumen penjualan terdiri dari : Order Penjualan Barang, Nota Penjualan Barang, Perintah Penyerahan Barang, Surat Pengiriman Barang Dan Jurnal Penjualan.

d. Bagian- bagian penjalan

Menurut Krismiaji (2002) menyatakan bahwa “bagian- bagian penjualan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

- **Bagian Penjualan**
Adalah bagian penjualan penerimaan surat pesanan dari pihak pembeli dan membuat surat order penjualan atas dasar surat pesanan tersebut.
- **Bagian kredit**
Adalah atas dasar surat pesanan dari pembeli yang diterima bagian penjualan, bagian ini memeriksa data kredit pelanggan yang selanjutnya memberikan persetujuan terhadap surat pesanan tersebut dan memeriksanya kebagian gudang.
- **Bagian Gudang**
Adalah bagian yang bertugas untuk menyimpan persediaan barang dagangan serta mempersiapkan barang dagangan yang akan dikirim pembeli.
- **Bagian Pengiriman**
Adalah bagian ini mengeluarkan surat order penjualan dan kemudian membuat nota pengiriman atas barang yang dipesan.
- **Bagian Penagihan**
Adalah bagian ini bertugas untuk membuat faktur penjualan dan kemudian didistribusikan kepada :
 1. Rangkap Pertama (asli) diberikan kepada pelanggan
 2. Rangkap kedua diberikan kepada bagian piutang
 3. Rangkap ketiga diarsipkan berdasarkan nomor urut bersamaan dengan surat order penjual”.

Dapat disimpulkan bahwa bagian- bagian penjualan terdiri dari : Bagian Penjualan, Bagian kredit, Bagian Gudang, Bagian Pengiriman, dan Bagian Penagihan.

e. Tujuan penjualan

Dalam satu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

f. Factor- factor yang mempengaruhi penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor- faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha (2005) antara lain sebagai berikut:”

1. Kondisi kemampuan penjualan

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah :

- a. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- b. Harga produk atau jasa
- c. Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembelian atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

3. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang- orang yang ahli dibidang penjualan.

5. Faktor- Faktor lain

Faktro- faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian kualitas produk yang baik, pemberian diskon dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor- faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama”.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan, yaitu : Kondisi dan Kemampuan Penjualan, Kondisi Pasar, Modal, Kondisi Organisasi Perusahaan, dan Faktor- faktor Lain (Periklanan, Kampanye, Pemberian Kualitas Produk yang baik, Pemberian Diskon dan Pemberian Hadiah)

g. Proses penjualan

Menurut Swastha (2005) menyebutkan beberapa tahapan penjualan, yaitu:"

1. Persiapan sebelum penjualan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjual dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik- teknik penjualan yang harus dilakukan.

2. Penentuan Lokasi Pembelian Potensial

Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang orang- orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

3. Pendekatan Pendahuluan

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesukaan, dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Melakukan Penjualan

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

5. Pelayanan Sesudah Penjualan

Dalam tahap akhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan penjualan ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat dan barang yang dibelinya betul – betul bermanfaat".

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tahapan proses penjualan bermula dari persiapan sebelum penjualan, penentuan lokasi

pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, dan berakhir pada pelayanan sesudah penjualan.

h. Struktur pengendalian Interen penjualan

Struktur pengendalian intern penjualan merupakan hal pokok untuk lebih diperhatikan oleh seorang pimpinan perusahaan karena struktur pengendalian intern penjualan merupakan alan untuk mengetahui apakah aktivitas penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sudah cukup baik atau belum, sehingga dapat diketahui besar volume penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam satu periode. Struktur pengendalian intern juga merupakan proses untuk mencapai tujuan tertentu.

Komponen struktur pengendalian intern yang seharusnya ada dalam siklus penjualan dirancang untuk mencapai tujuan pokok pengendalian administrative, menjaga kekayaan perusahaan, dan menjamin ketelitian serta keandalan data akuntansi. Tujuan pengendalian intern juga harus mencapai hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi dan ditunjukkan sebagai pelaksanaan dan tindakan mengamatan terhadap harta yang dimiliki. Adapun komponen dari struktur pengendalian intern menurut **COSO** (*The Committee of Sponsoring Organizations*) oleh Wahyu Winarno (2006) ada lima, yaitu:"

1. *Control Environment* atau Lingkungan Pengendalian
2. *Control Activities* atau kegiatan pengendalian
3. *Risk Assessment* atau pemahaman risiko
4. *Information and communication* atau informasi dan komunikasi.
5. *Monitoring* atau pemantauan".

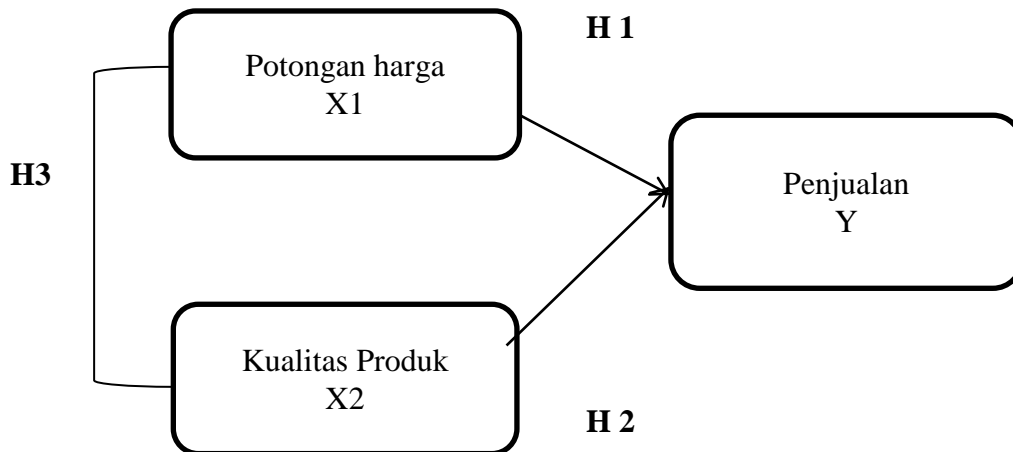
Berdasarkan uraian tersebut dapat diungkapkan bahwa apabila komponen-komponen struktur pengendalian intern tersebut dijalankan dengan baik, maka tujuan dari suatu perusahaan pun akan tercapai.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan, karenanya jika aktivitas penjualan barang tidak dikelola dengan baik maka secara langsung akan merugikan perusahaan. Hal ini disebabkan oleh sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan perusahaan pun berkurang, maka dari itu

dalam melakukan aktivitas penjualan pengendalian intern penjualan sangatlah diperlukan.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam pengendalian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

X1 → Y

X2 → Y

X1 dan X2 → Y

- Ada pengaruh potongan harga terhadap penjualan pada usaha meubel ani firdaus di desa Paciran Lamongan
- Ada pengaruh kualitas produk terhadap penjualan pada usaha Meubel Ani Firdau Di Desa Paciran Lamongan
- Ada pengaruh potongan harga dan kualitas terhadap penjualan pada usaha Meubel Ani Firdaus di Desa Paciran Lamongan.

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap penjualan , Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap penjualan dan Untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan kualitas produk terhadap penjualan pada usaha meubel ani firdaus di desa paciran lamongan.

3.2 Manfaat Penelitian

1. Sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak perusahaan dalam menentukan kebijakan harga yaitu potongan harga dan kualitas dalam penjualan agar penjualan semakin meningkat.
2. Sebagai pengalaman yang cukup berharga bagi peneliti untuk mengimplementasikan berbagai teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB 4 METODE PENELITIAN

4.1 Objek Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dilihat dari tujuannya penelitian ini adalah penelitian registrasi berganda yang bertujuan untuk menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, dan sifat- sifat populasi secara sistematis, factual dn akurat, dimana penulis akan menjelaskan fenomena- fenomena lapangan berkaitan dengan penelitian ini (Registrasi).Dan untuk menjawab masalah melalui pengujian serta statistika. Penelitian ini dilakukan pada usaha Meubel Ani Firdaus di Desa Paciran -Lamongan yang berlokasi di Desa Paciran- Lamongan.

Tabel 4.1

Data Penjualan Tahun 2019

no	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	20	Rp. 2.500.000,-	Rp. 50.000.000
2.	Kursi	30	Rp. 3.000.000,-	Rp. 90.000.000
3.	Meja Rias	10	Rp. 750.000,-	Rp. 7.500.000
4.	Kasur	15	Rp. 900.000,-	Rp. 13.500.000
5.	Bantal	20	Rp. 20.000,-	Rp. 400.000

Tabel 4.2

Data Penjualan Tahun 2020

no	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	30	Rp. 2.750.000,-	Rp. 82.500.000

2.	Kursi	35	Rp. 3.000.000,-	Rp. 105.000.000
3.	Meja Rias	13	Rp. 750.000,-	Rp. 9.750.000
4.	Kasur	20	Rp. 950.000,-	Rp. 19.000.000
5.	Bantal	25	Rp. 35.000,-	Rp. 875.000

Table 4.3

Data Penjualan Tahun 2021

No	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	35	Rp. 2.750.000,-	Rp. 96.250.000
2.	Kursi	37	Rp. 3.250.000,-	Rp. 120.250.000
3.	Meja Rias	15	Rp. 800.000,-	Rp. 12.000.000
4.	Kasur	25	Rp. 1.000.000,-	Rp. 25.000.000
5.	Bantal	30	Rp. 40.000,-	Rp. 1.200.000

Sumber data: Ani Firdaus

4.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2001;115) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian adalah konsumen atau pelanggan Meubel Ani Firdaus di desa Paciran.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2001;73) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *sample random sampling*. Dalam *sample random sampling* populasi

yang diteliti bersifat homogen. Dikatakan sederhana karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2010:118).

Tabel 4.4
Skor Skala Likert

No	Uraian	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah para pembeli atau konsumen Meubeler Ani Firdaus. Jumlah konsumen yang diperoleh berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tahun 2020 adalah sebesar 663 orang dari populasi ditarik sejumlah sampel, yaitu sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap representatif untuk mewakili populasi. Untuk menentukan besarnya sampel, penulis menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Yamane (dalam Suardi 2000:17)

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Dimana :

- n = ukuran populasi
- N = jumlah sampel minimal
- d = presisi yang digunakan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Yamane yang didasarkan atas tingkat presisi 10% didapat sampel sebesar 60 orang responden yang dapat mewakili populasi. Menurut hadijar (dalam samsuri 1998 ; 50) menyatakan “bahwa tidak ada aturan yang pasti berapa banyak sampel agar dapat mewakili populasi, akan tetapi secara umum dapat dilakukan bahwa semakin besar sampel kemungkinan dapat mencerminkan populasi”.

Untuk teknik penarikan sampel penulis menetapkan secara simple random sampling seperti yg di kemukakan oleh subana dan sudrajat (2000:117) menjelaskan” bahwa simple random sampling merupakan cara pengambilan sampel yang besarnya ukuran sampel dari suatu populasi terbatas. Yang besarnya ukuran populasi sedemikian hingga tiap unit sampel memiliki peluang yang sama untuk dipilih”.

4.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:3) menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Variabel Independen dan Variabel Dependen

1. Variabel Independen

Sugiyono (2012:4) menjelaskan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Potongan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X).

2. Variabel Dependen

Sugiyono (2012:4) menjelaskan bahwa variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Peningkatan Penjualan (Y).

b. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan benar- benar dapat mengukur variabelnya. Untuk mengumpulkan data- data yang diperlukan dalam penelitian ini ada 3 hal penting yang harus diperhatikan. Untuk mengetahui apakah suatu instrument yang digunakan dapat mengukur variabelnya, perlu dilakukan pengujian instrument. Pengujian instrument yang berhubungan dengan hal ini disebut pengujian “Validitas”. Kemudian instrument yang dikembangkan dalam daftar pertanyaan diuji tingkat konsistensinya atau

keandalannya. Pengujian yang berhubungan dengan hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Skala Pengukuran

Untuk mengetahui intensitas responden terhadap Variabel- variabel dibutuhkan suatu alat ukur. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dikenal dengan nama instrumen penelitian yang disusun dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Pada skala likert, penilaian tentang intensitas tanggapan responden terhadap variabel- variabel penelitian berdasarkan deviasi normal yaitu, cara memberi bobot tertinggi bagi jawaban yang favorabel dan memberikan bobot terendah bagi jawaban yang tidak favorable.

Adapun tingkat kesetujuan responden terhadap variabel- variabel penelitian yang dipertanyakan dalam kuesioner, dalam skala likert diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Sangat setuju (SS) (Dinilai dengan Bobot 5)
- 2) Setuju (S) (Dinilai dengan bobot 4)
- 3) Ragu- ragu (RR) (Dinilai dengan bobot 3)
- 4) Tidak Setuju (TS) (Dinilai dengan bobot 2)
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) (Dinilai dengan bobot 1)

2. Uji Reabilitas

Instrument yang dikembangkan dengan daftar pertanyaan , dianggap reliabel apabila mempunyai tingkat konsistensi hasil yang dicapai. Untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil yang dicapai oleh sebuah alat ukur, maka dilakukan uji reabilitas, pengujian reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua. Kriteria pengujian menurut Singgih (2001:280) adalah:

- 1) Apabila nilai $r_{pq} > r_{xy \text{ tabel}}$, dengan $df = n - 2$, pada level confidence 95% ($\alpha = 0,05$), maka kuesioner tersebut dianggap reliabel.
- 2) Apabila nilai $r_{pq} < r_{xy \text{ tabel}}$, dengan $df = n - 2$, pada level confidence 95% ($\alpha = 0,05$), maka kuesioner tersebut dianggap tidak reliabel.

3. Uji Validitas

Instrument penelitian yang dianggap valid adalah “ suatu instrument yang benar-benar mampu mengukur variabelnya. Untuk mengetahui apakah instrument tersebut valid maka dilakukan uji validitas dengan menggunakan analisis kesalahan butir, dengan teknik korelasi produk moment (momen takar) kriteria pengujian validitas menurut Singgih (2001:278) adalah :

- 1) Apabila nilai $r_{pq} > r_{xy \text{ tabel}}$, dengan $df = n - 2$, pada level confidence 95% ($\alpha = 0,05$), maka instrumen tersebut dianggap valid.

Apabila nilai $r_{pq} < r_{xy \text{ tabel}}$, dengan $df = n - 2$, pada level confidence 95% ($\alpha = 0,05$), maka instrumen tersebut dianggap tidak valid.

4.5 Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai data kuantitatif: Data kuantitatif adalah” data yg dapat di ukur secara langsung dan hasilnya berbentuk angka – angka yang di analisis secara deskriptif” Suharsimi Arikunto (2010:282).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara dari kuesioner yang disebar. Data tersebut berupa tanggapan para pembeli atau konsumen terhadap potongan harga dan kualitas produk meliputi variabel Penjualan.

Data sekunder, yaitu “data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian berupa dokumen atau laporan – laporan. Berupa gambaran umum lokasi penelitian. Dan data lainnya yang relevan dengan penelitian ini “Suharsimi Arikunto (2010:284).

4.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan yang digunakan adalah terdiri dari :

1. Observasi, Peneliti secara langsung mendatangi daerah penelitian serta mengamati secara langsung para pembeli atau konsumen yang membeli Barang Mebel tersebut.
2. Wawancara, Yaitu mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara melakukan dialog secara langsung dengan pemilik perusahaan.

3. Dokumentasi yaitu, mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, legger, agenda, foto” Suharsimi Arikunto (2010:198)

4.7 Analisis Data

1. Analisis Reliability

Analisis Reliabiliti adalah analisis yang banyak digunakan untuk mengetahui meubeler atau konsistensi alat ukur yang menggunakan skala, atau angket. Maksudnya untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tepat konsisten jika pengukuran- pengukuran diulang kembali. Selain itu, analisis ini berguna pula untuk mengukur validitas item butir pertanyaan dengan teknik corrected item total correlation, yaitu mengorelasikan antara skor item dengan total item, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi.

2. Analisis Validitas

Validitas adalah suatu tingkatan yang mengukur karakteristik yang ada dalam fenomenadidalam penyelidikan^[1]. Dalam penulisan ini, validitas yang digunakan adalah **Validitas Konstruk** yang merupakan tipe validitas yang memprtanyakan apakah konstruk atau karakteristik dapat diukur secara akurat oleh indi kator-indikatornya. Validitas Konstruk diukur dengan Koefisien Korelasi antara skor masing- masing indicator/ item pertanyaan (Xj) dengan skor totalnya/faktor (X). koefisien validitas dari korelasi product moment kasar^[3] atau korelasi person yang dirumuskan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2) (\sum y)^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

XY: skor pertanyaan

N:jumlah responden untuk dijual

X:skor suatu butir atau item

Y:skor total

r:korelasi produk moment

adapun dasar pengambilan keputusan apakah suatu butir dalam instrument itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasi antara skor butir (Y). jadi bila harga korelasi r dibawa 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus dipertbaiki atau dibuang. Dan sebaliknya jika korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid (sugiono,2010;178)

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi Klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependent, Variabel Independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso dalam Sani, 2010:256). Uji ini berfungsi untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal, dengan pedoman pengambilan keputusan

1. Jika nilai Sig, $\geq 0,05$ (di atas α), maka H_0 ditolak, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.
2. Jika nilai Sig, $< 0,05$ (di bawah α), maka H_0 diterima. Artinya data yang digunakan tidak berasal dari distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan Variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah dipresikdi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standarized* (Ghozali, 2005). Dasar analisisnya sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik myebar di atas dan dibawa angka 0 pada sumby Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel indepeden atau lebih dengan 1 variabel dependen. Maksudnya analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan variabel X1 dan X2 terhadap Y. pengujian siknifikasi (Uji F dan uji t) pada tingkat signifikansi 0,05 untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikansi atau tidak antara variabel X1 dan X2 terhadap Y secara parsial ataupun bersama-sama

Sugiono(2010;213) menyatakan bahwa analisis korelasi ini digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan variabel indepeden atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel dependen. Atau maksudnya analisis linier berganda untuk mengetahui hubungan variabel X₁,X₂,X₃ terhadap Y.

Analisis regresi ganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat,yaitu setrategi pemasaran melalui diferensiasi kompetitif yang meliputi ; orang (*people*) (O), bukti fisik (*physical evidence*) (BK)

dan proses (*process*) (P) terhadap kepuasan konsumen (KK) Meubel ANI FIRDAUS Paciran- Lamongan.

Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$KK = a + b_1O + b_2BK + b_3P + e$$

Dimana :

KK = Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen)

a = Konstanta, nilai Y jika X = 0

b = Konstanta, perubahan variabel X dan Y

O = Variabelindependen (Orang)

BK = Variabel independen (Bukti Fisik)

5. Paired Samples T Test

Pasamplel T Test digunakan untuk menguji perbedaan rata- rata antara dua sample yang berpasangan. Maksudnya uji beda 2 rata- rata dua sample berpasangan (Paired Saple T Test) untuk mengetahui apakah ada perbedaan penjualan Tahun 2019 dan penjualan Tahun 2020, penjualan Tahun 2020 dan penjualan Tahun 2021, penjualan Tahun 2019 dan penjualan Tahun 2021. Pegujian menggunakan tingkat signifikasi 0,05 atau tingkat kepercayaan (Confidence Interval) sebesar 95%.

BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil

a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat berdirinya Usaha MEUBEL ANI FIRDAUS Desa Paciran Lamongan. usaha meubel kayu tersebut dimulai sejak tahun 2003. Seorang ibu pengusaha yang bernama Ani Firdaus melihat sebuah katalog meubel, berawal dari sebuah katalog itulah ibu Ani Firdaus menemukan ide untuk membuka usaha meubel. Setelah mempunyai ide tersebut ibu Ani Firdaus lalu mencoba bahan meubel. Ketika kali pertama mencoba membuat tidak jadi, kali kedua memang jadi tapi keindahannya tidak memuaskan.

Ibu Ani Firdaus mencoba terus sampai 4 bulan akhirnya usaha meubel tersebut dirasa sudah bagus dan baik. setelah percobaan tersebut lalu ibu Ani Firdaus membuka usaha dengan meubel di beri nama UD Meubel Ani Firdaus. Pada awal berdiri, ibu Ani Firdaus meminjam modal ke tetangga sekitar, karena ibu Ani tidak cukup modal untuk membuka usaha rumah tersebut.

Ketika usahanya sudah mulai laku terjual (sekitar tahun 2007) dan sudah usaha memiliki tenaga kerja yang banyak, bahkan hasil dari kerja kerasnya membuahkan barang-barang tersier (mobil dan peralatan modern untuk membuat meubel).

2. Lokasi Perusahaan

Sebelum lokasi perusahaan saat ini dulu kantor menjadi satu dengan tempat proses produksi perusahaan yang bertempat dirumah Bu Ani Firdaus, namun sekarang perusahaan sudah memiliki tempat sendiri dan menjadi satu dengan tempat proses produksi perusahaan yang berada di Jl. Raya Paciran No. 01 lamongan bertepatan dengan perbatasan daerah Paciran – Brondong. Pemilihan lokasi sangat penting karena lokasi memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kemajuan dan perkembangan perusahaan.

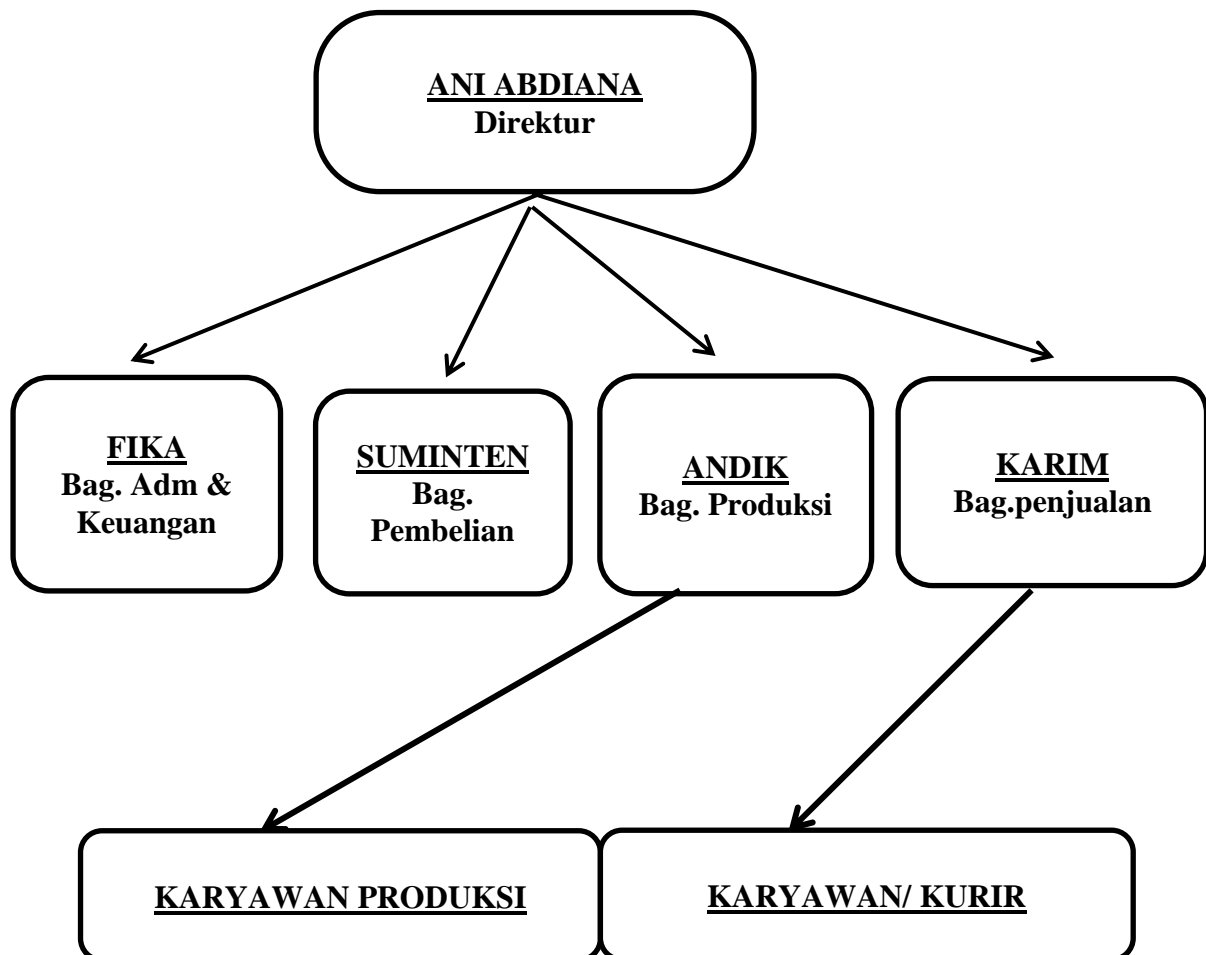
3. Profil Perusahaan

- a. Nama Perusahaan : Perusahaan UD meubel
- b. Bidang Usaha : Perusahaan Dagang
- c. Alamat Perusahaan : Jl. Raya Paciran No. 01 Lamongan
- d. Mulai Berdiri : Tahun 2003

4. Struktur Organisasi Perusahaan

GAMBAR 4.1

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
PERUSAHAAN UD. MEUBEL ANI FIRDAUS



Adapun tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian adalah sebagai berikut:

- 1) Pemimpin Perusahaan
 - a) Mengkordinasi semua kegiatan yg ada pada Perusahaan dan seluruh kegiatan – kegiatan yg ada di bawahnya
 - b) Mengawasi Pelaksanaan kerja dan pedoman yg telah ditetapkan
- 2) Bagian Adminitrasi dan keuangan
 - a) Mentatat sirkulasi laporan keuangan
 - b) Mengatur admininitrasi upah dan gaji karyawan
 - c) Pengawasan pembelajaran
- 3) Bagian Pebelian
 - a) Melakukan pembelanjaan untuk kegiatan perdagangan perusahaan
 - b) Mencatat setiap pembelian yg dilakukan oleh perusahaan
- 4) Bagian produksi
 - a) Mengatur pelaksanaan proses produksi
 - b) Mengkoordinasi segala peralatan produksi
 - c) Memenuhi target produksi yang telah di tentukan
 - d) Mengawasi dan mengatur kinerja karyawan bagian produksi Meubel
- 5) Bagian Penjualan
 - a) Menyelenggarakan penjualan hasil produksi dan perdagangan
 - b) Mengadakan analisa pembayaran
 - c) Mengawasi dan membawahi karyawan bagian kurir/pengantar
- 6) Karyawan
 - a) Karyawan bagian produksi bertanggung jawab memproduksi di bawah pimpinan bagian produksi
 - b) Karyawan pengantar / kurir bertugas mengantar barang di bawah pimpinan bagian penjualan

5. Tujuan Perusahaan

Setiap Perusahaan pada umumnya mempunyai maksud untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun tujuan Perusahaan Meubel ANIFIRDAUS adalah:

- 1) Berusaha untuk mencapai efisiensi dan proses produksi
- 2) Berusaha untuk mencapai baik target produksi dan target penjualan dengan rencana yang telah ditetapkan
- 3) Berusaha untuk mencapai laba maksimal
- 4) Mengadakan pengembangan perusahaan baik itu dari perkembangan produksi maupun perdagangan.

6. Bahan bahan meubel

Bahan – bahan usaha dagang meubel yang dibutuhkan untuk memproduksi terdiri dari beberapa jenis yaitu :

- a. Kayu jati
- b. Tinner
- c. Sending
- d. Dempul
- e. Cat kayu

7. Proses Produksi Meubel dan Harga Produksi jadi produksi meubel yaitu:

- a. Kayu yang sudah di ukir dihaluskan terlebih dahulu menggunakan ampelas
- b. Setelah halus kemudian di sending
- c. Lalu di sending kemudian di dempul
- d. Sesudah didempul rata kemudian dihaluskan lagi menggunakan ampelas
- e. Terakhir pengecatan menggunakan tinner dan cat khusus kayu

Harga produksi jadi Harga 1 barang yang terendah Rp 750.000 hingga yang termahal Rp 2.500.000 mendapat potongan harga 2% apabila membeli 3 setel barang.

8. Alat – alat untuk membuat Meubel

- a. Pahat
Pahat digunakan untuk memahat ukiran kayu.
- b. Bor
Bor di gunakan untuk mengebor bagian ruas kayu
- c. Palu

Palu untuk menancapkan ruas kayu dengan paku

d. Ampelas

Digunakan untuk menghaluskan sisi kasar kayu

e. Kompresor

Kompresor digunakan untuk menyemprotkan cat keseluruhan bagian kayu yang sudah terbentuk

9. Data Penjualan

Tabel 5. 1

Data Penjualan Tahun 2019

No	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	20	Rp. 2.500.000,-	Rp. 50.000.000
2.	Kursi	30	Rp. 3.000.000,-	Rp. 90.000.000
3.	Meja Rias	10	Rp. 750.000,-	Rp. 7.500.000
4.	Kasur	15	Rp. 900.000,-	Rp. 13.500.000
5.	Bantal	20	Rp. 20.000,-	Rp. 400.000

Tabel 5. 2

Data Penjualan Tahun 2020

No	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	30	Rp. 2.750.000,-	Rp. 82.500.000
2.	Kursi	35	Rp. 3.000.000,-	Rp. 105.000.000
3.	Meja Rias	13	Rp. 750.000,-	Rp. 9.750.000
4.	Kasur	20	Rp. 950.000,-	Rp. 19.000.000
5.	Bantal	25	Rp. 35.000,-	Rp. 875.000

Tabel 5.3

Data Penjualan Tahun 2021

No	Jenis Produk	Jumlah	Harga/ Unit	Total harga
1.	Almari	35	Rp. 2.750.000,-	Rp. 96.250.000
2.	Kursi	37	Rp. 3.250.000,-	Rp. 120.250.000
3.	Meja Rias	15	Rp. 800.000,-	Rp. 12.000.000
4.	Kasur	25	Rp. 1.000.000,-	Rp. 25.000.000
5.	Bantal	30	Rp. 40.000,-	Rp. 1.200.000

Sumber data: Sekunder Meuble Ani Firdaus

10. Uji Soal Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Potongan Harga

Tabel 5.4

Uji validitas potongan harga

NO.	Uji Validitas	Poin of cost	Kevalidatan
1.	0,869	0,30	Valid
2	0,866	0,30	Valid
3.	0,861	0,30	Valid
4.	0,777	0,30	Valid

Tabel 5.5

Uji validitas kualitas produk

NO.	Uji Validitas	Poin of cost	Kevalidatan
1.	0,826	0,30	Valid
2.	0,874	0,30	Valid
3.	0,883	0,30	Valid
4.	0,915	0,30	Valid

Tabel 5.6

Uji validitas penjualan

NO.	Uji Validitas	Poin of cost	Kevalidatan
1.	0,828	0,30	Valid
2.	0,930	0,30	Valid
3.	0,897	0,30	Valid
4.	0,896	0,30	Valid

b. Uji Soal Reliabilitas

1. Potongan Harga

Tabel 5.7

Uji reliability statistics potongan harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	4

Uji Reliabilitas, $0,6 < 0,865$ jadi Reliabel

2. Kualitas produk

Tabel 5.8

Uji reliability statistics kualitas peroduk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

Uji Reliabilitas, $0,6 < 0,892$ jadi Reliabel

3. Penjualan

Tabel 5.9
Uji reliability statistics penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	4

Uji Reabilitas, $0,6 < 0,910$ jadi Reliabel.

Analisis data hasil penelitian dan pengujian hipotesis

Output Variable Entered/ Removed

Dari output dapat dilihat bahwa variable independen yg dimasukkan kedalam model adalah “potongan harga” dan variable dependennya adalah “Penjualan” dan tidak ada variable yang dikeluarkan.

Tabel 5.10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.808	1.57769

R ini menunjukkan korelasi sederhana (korelasi Person) antara variable X dan Y. Angka R didapat 0,903, artinya korelasi antara variable potongan harga dan kualitas produk sebesar 0,903. Hal ini berarti terjadi hubungan yg sangat erat karena nilai dekat 1.

- a. R Square (R^2) atau kuadrat R nilainya sebesar 0,815, artinya persentase sumbangan pengaruh variable bebas sebesar 81,5% sedangkan sisanya sebesar 18,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.
- b. *Adjusted R Square* adalah R Square yang telah disesuaikan. Nilai yang didapat sebesar 0,808. Nilai ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variable independen terhadap variable dependen.

Output Coefficients

- a. *Untandardized Coefficients* adalah nilai koefisien yang tidak terstandarisasi atau tidak ada patokan. Koefisien B terdiri nilai konstan (harga y jika $X = 0$) dan koefisien regresi (nilai yg menunjukkan peningkatan atau penurunan Variable X). sementara itu, Standar Error adalah nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam mamperkirakan rata-rata populai berdasar sampel.
- b. *Standarduzerd Coefficients* merupakan nilai koefisien yg telah terstandarisasi atau memakai patokan tertentu. Jika nilai koefisien Beta semakin mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dengan Y semakin tiidak kuat.
- c. t hitung adalah pengujian signifikan untuk mempengaruhi pengaruh variable X terhadap Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, angka t hitumg dibandingkan dengan table t table.
- d. Signifikansi adalah besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05, artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal 5%.
- e. Analisis Regresi linier berganda

Output variable Entered/Removed

Dari output dapat dilihat bahwa variable independen yang dimasukkan ke dalam model adalah “Kualitas Produk” dan potongan harga variable dependennya adalah “Penjualan” dan tidak ada variable yang dikeluarkan.

Persamaan regresi untuk linear sederhana adalah berikut keterangan:

Y' : nilai prediksi variable dependen

- a : konstanta; nilai Y' jika X = 0
- b : koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variable Y' yang didasarkan variable X
- X : variable independen
- Nilai – nilai pada output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut.

Tabel 5.11
Hasil Regresi Linier Berganda
coefficients

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	-1.587	1.039		-1.527	.132	
	X.1SUM	.437	.120	.357	3.646	.001	.338
	X.2SUM	.598	.100	.588	5.998	.000	.338

$$Y' = -1.587 + 0,437X_1 + 0,598X_2$$

Artinya angka – angka pada persamaan di atas adalah sebagai berikut.

Nilai konstanta (a) adalah -1.587 artinya, jika Potongan harga bernilai 0 (nol), maka penjualan bernilai -1.587.

- 1) Nilai koefisien regresi variable Potongan harga bernilai positif, yaitu 0,437 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan potongan harga sebesar 1, maka Penjualan juga meningkat sebesar 0,437.
- 2) Nilai koefisien regresi variable kualitas produk bernilai positif, yaitu 0,598 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan sebesar 1, maka Penjualan juga meningkat sebesar 0,598.

Uji T (Pengaruh Potongan Harga Terhadap Penjualan)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Potongan harga berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Penjualan .pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05 dan 2 sisi. Langkah – langkah pengujiannya sebagai berikut.

- a) Merumuskan hipotesis

Ho: Potongan harga tidak berpengaruh terhadap Penjualan

Ha: Potongan harga berpengaruh terhadap Penjualan

Tabel 5.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	-1.587	1.039		-1.527	.132	
	X.1SUM	.437	.120	.357	3.646	.001	.338
	X.2SUM	.598	.100	.588	5.998	.000	.338

b) Menentukan t hitung dan signifikansi.

Dari output didapat t hitung sebesar 3,646 signifikansi 0,001 dan 5,998 signifikansi 0,000

c) Menentukan t tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistic pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n - 2$ atau $60 - 2 - 1 = 57$. Hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 2,002

d) Criteria pengujian:

Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan.

1. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3,646 > 2,002$) dan signifikansi $<$ $0,05$ ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Potongan harga berpengaruh terhadap penjualan.
2. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($5,998 > 2,002$) dan signifikansi $<$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap penjualan

Tabel 5.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.808	1.57769

- 1) R ini menunjukkan korelasi sederhana (korelasi person) antara variable X dan Y . Angka R didapat $0,903$, artinya korelasi antara variable “Kualitas Produk” dengan “Penjualan” sebesar $0,903$. Hal ini berarti terjadi hubungan yang sangat erat karena nilai mendekati angka 1 .
- 2) R Square (R^2) atau kuadrat R Nilainya sebesar $0,815$, artinya persentase sumbangan pengaruh variable “Kualitas Produk” terhadap “Penjualan” sebesar $81,5\%$ sedangkan sisanya sebesar $18,5\%$ dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.
- 3) *Adjusted R Square* adalah R Square yang telah disesuaikan. Nilai yang didapat sebesar $0,808$. Nilai ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variable independen terhadap variable dependen.

Output ANOVA

ANOVA atau analisis Variabel merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji – F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variable independen terhadap variable dependen. Dengan hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji signifikansi pengaruh Potongan harga dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap Penjualan. Pngujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 5.14
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623.854	2	311.927	125.317	.000 ^b
	Residual	141.879	57	2.489		
	Total	765.733	59			

Langkah – langkah uji F sebagai berikut.

1) Merumuskan Hipotesis

Ho : Potongan harga dan Kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap penjualan.

Ha :Potongan harga dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan.

2) Menentukan F hitung dan signifikansi.

Dari output diperoleh F hitung sebesar 125.317dan signifikan sebesar 0,000.

3) Menentukan F table beberapa variable independen terhadap variable dependen.

Dengan hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji signifikansi pengaruh Potongan

harga dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap Penjualan. Pngujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 5.15
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623.854	2	311.927	125.317	.000 ^b
	Residual	141.879	57	2.489		
	Total	765.733	59			

Langkah – langkah uji F sebagai berikut.

1) Merumuskan Hipotesis

Ho : Potongan harga dan Kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap penjualan.

Ha :Potongan harga dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan.

2) Menentukan F hitung dan signifikansi.

Dari output diperoleh F hitung sebesar 125.317dan signifikan sebesar 0,000.

3) Menentukan F table F tabel dapat dilihat pada tabel statistic (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi 0,005 dengan df 1 (3 – 1) = 2, df 2 (n-k-1) atau 60-2-1 =57 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variable independen). Hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar5,00

4) Kriteria pengujian:

Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima

Jika F hitung > tabel F maka Ho ditolak

5) Membuat kesimpulan.

F hitung > F tabel (125.317 > 5,00) dan signifikan < 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak. Jadi kesimpulan bahwa Potongan harga dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penjualan

5.2. Pembahasan.

- Unstandardized Coefficients* adalah nilai koefisien yang tidak terstandarisasi atau tidak ada patokan. Nilai ini menggunakan satuan yang digunakan pada data dalam variable dependen. Dalam hal ini adalah angka. Koefisien B terdiri dari nilai konstan (harga y jika X_1 dan X_2 adalah 0) dan koefisien regresi (nilai yang menunjukkan peningkatan atau penurunan Variabel Y yang didasarkan variabel X_1 dan X_2). Nilai-nilai inilah yang masuk dalam persamaan regresi linier berganda. Sementara itu, Standar Error adalah nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam memperkirakan rata-rata populasi berdasarkan sampel.
- Standardized Coefficients* merupakan nilai koefisien yang telah terstandarisasi atau memakai patokan tertentu. Jika nilai koefisien β semakin mendekati 0, maka hubungan antara variable dengan Y semakin lemah.
- t hitung adalah pengujian signifikan untuk mengetahui pengaruh variable X_1 dan X_2 terhadap Y secara parsial, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui signifikan atau tidak, angka t hitung dibandingkan dengan t tabel.
- Signifikansi adalah besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05, artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal 5%.

Persamaan regresi untuk linier berganda dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut.

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y' : nilai prediksi variable dependen (Penjualan)

a : konstanta; besarnya sama dengan Y' jika X_1 dan $X_2 = 0$

b_1, b_2 : koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variable Y' yang didasarkan variable X_1 dan X_2

X_1 : variabel independen (Potongan Harga)

X_2 : variabel ibdependen (Kualitas Produk)

Nilai – nilai pada output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y' = -1.587 + 0,437X_1 + 0,598X_2$$

Artinya angka – angka pada persamaan di atas adalah sebagai berikut.

- 1) Nilai kontanta (a) adalah -1.587 artinya, ;jika potongan harga dan kualitas produk bernilai 0 (nol), maka penjualan bernilai negative(-1.587).
- 2) Nilai koefisien regresi variabel potongan harga (b_1) bernilai positif, yaitu 0,437 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dapat diartikan bahwa setiap peningkatan potongan harga sebesar 1, maka penjualan juga meningkat sebesar 0,437 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b_2) bernilai positif, yaitu 0,598 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1, maka penjualan juga meningkat sebesar 0,598 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

a. Pembahasan (pemecahan masalah)

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap penjualan, artinya jika potongan harga semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya penjualan. Hal ini ditunjukkan pada uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,646 yang lebih banyak dibandingkan t tabel sebesar 2,002 maka dapat disimpulkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh terhadap penjualan. Dalam prakteknya motivasi konsumen membeli produk muebel berbeda – beda diantaranya karena informasi mengenai

potongan harga yang tinggi. Informasi mengenai potongan harga yang tinggi produk meubel yang didapat dari iklan atau orang lain dapat membentuk suatu sikap dan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Jika persepsi mereka akan potongan yang semakin tinggi akan menguatkan sikap dan pada akhirnya akan mempengaruhi niat untuk membeli. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Elip(2001) bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk meubel di Desa Paciran.

2. Kualitas produk dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikansi terhadap penjualan, artinya jika kualitas produk semakin tinggi maka berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,001 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t sebesar 5,998. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Haryati (2003) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk meubel di desa Paciran.
3. Potongan harga dan kualitas produk dalam penelitian ini menunjukkan hasil dan signifikansi terhadap penjualan, artinya jika potongan harga dan kualitas produk semakin tinggi maka berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh koefisien regresi potongan harga sebesar 1,238 dan kualitas produk sebesar 2,638 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung potongan harga sebesar 2,550 dan uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung kualitas produk sebesar 4,517. Dari data di atas disimpulkan bahwa potongan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk meubel di desa Paciran.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa data penjualan dari tahun 2019 dan tahun 2021 setiap tahunnya meningkat. Hal ini didukung oleh signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t sebesar -1.527 dan t tabel 2,002.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan dari tahun 2020 dan tahun 2021 setiap tahunnya meningkat. Hal ini didukung oleh signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 3.646 dan t tabel 2,002

6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan tahun 2009 dan tahun 2011 setiap tahunnya meningkat. Hal ini didukung oleh signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 5.998 dan t tabel 2,002.
7. Hasil uji F nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($125,317 > 5,00$) maka dapat disimpulkan bahwa potongan harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama terhadap peningkatan penjualan.

5.3 Luaran yang dicapai

Hasil penelitian diterbitkan pada repository umla. Adapun target capaian penelitian dasar sebagai berikut:

TABEL 5.16
Status Capaian Penelitian Dasar

	Jenis Luaran	Status Indikator Capaian	
		TS ¹⁾	
	Publikasi Ilmiah ²⁾	Internasional	-
		Nasional terakreditasi	-
		Repository umla	<i>Published</i>
	Pemakalah dalam temu ilmiah ³⁾	Internasional	-
		Nasional	-
	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional	-
		Nasional	-
	<i>Visiting Lecturer</i> ⁵⁾	Internasional	-
	Hak Kekayaan Intelektual ⁶⁾	Paten	-
		Paten sederhana	-
		Hak cipta	-
		Merek dagang	-
		Rahasia dagang	-

	Desain produk industri	-
	Indikasi geografis	-
	Perlindungan varietas	-
	Perlindungan topografi	-
	Buku Ajar (ISBN) ⁸⁾	-

BAB 6
RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1 Rencana Tahapan Berikutnya

Penelitian ini telah berlangsung pada Maret-Juni 2022, dan Tahap berikutnya akan dilaksanakan sesuai dengan tabel di bawah ini.

Tabel 6. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun ke-1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pengumuman Pengusulan Proposal												
2	Penerimaan Pengusulan												
3	Rapat Tim Pengusul												
4	Survei Pendahuluan dan Pengurusan Perizinan Penelitian												
5	Pengumpulan data penelitian												
6	Analisis data dan penyusunan hasil penelitian												
7	Laporan Kemajuan Penelitian												
8	Penyempurnaan laporan hasil penelitian												
9	Laporan akhir/monitoring Ke-II												
10	Perbaikan laporan akhir dari monitoring ke-II												
11	Unggah Laporan akhir												
12	Publikasi Luaran												

Keterangan:

: Sudah terealisasi

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh:
 - a. Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,437
 - b. Uji t yang menyatakan t hitung (3.646) > t tabel (2,002) berarti pengaruh potongan harga terhadap penjualan adalah signifikan.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh:
 - a. Koefisien regresi promosi (X2) sebesar 0,598
 - b. Uji t yang menyatakan t hitung (5.998) > t tabel (2,002) berarti pengaruh kualitas produk terhadap penjualan adalah signifikan.
3. Potongan harga kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh:

Koefisien determinasi R² sebesar 0,815 berarti variasi variabel penjualan dapat dijelaskan oleh variasi variabel potongan harga dan kualitas produk sebesar 81,5% sedangkan sisanya sebesar 18,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

- a. Uji F yang menyatakan F hitung (125.317) > F tabel (5,00) berarti pengaruh potongan harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap penjualan signifikan.
4. Hasil Penelitian terdahulu milik Diah suciningtias (Unirow,2012) dengan judul “ *pengaruh potongan harga dan kualitas produk terhadap penjualan pada usaha dagang kue kacang di desa kedungpring lamongan*”.

Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh koefisien regresi kualitas produk(X1) sebesar 0,817 uji t yang menyatakan t

hitung (8,833) > t table (-2,002) berarti pengaruh potongan harga terhadap penjualan dalam signifikan.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh koefisien regresi promosi (X1) sebesar 0,755 uji t yang menyatakan thitung (8,017) > ttabel (-2,002) berarti pengaruh kualitas produk terhadap penjualan adalah signifikan.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini didukung oleh:

Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,437

Uji t yang menyatakan t hitung (3.646) > t tabel(2,002) berarti pengaruh potongan harga terhadap penjualan adalah signifikan.

5. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu yaitu hasil dan obyek penelitian yang berbeda.

7.2 Saran

Kualitas menurut penulis dapat diberi pengertian sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan. Untuk meningkatkan penjualan, disarankan kegiatan promosi yang berupa potongan harga tetap dilakukan terus agar minat konsumen semakin tinggi dan tertarik untuk membeli. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain seperti harga, pelayanan distributor yang sekiranya dapat memperkuat penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Drs. Zulian Yamit, M.Si. 2008. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Mulyadi. 2002. *Auditing Buku 2 Edisi 6*. Jakarta : Salemba Empat.
- Priyatmo, Dwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Jogjakarta : Andi
- Saladin. 1999. *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*, (<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=1999>,
- Rinamaryan. 2007. *Sistem Informasi Akuntansi*. (<http://jbptunikompp.gdl.2007>, Sulistiawan, Dedhy. 2005. *Akuntansi Perusahaan Dagang*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta : Andi Offset.
- ZaenalArifin. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Filosofi, Teori dan Aplikasinya*. Surabaya : Lentera Cendekia.

Lampiran 1 Justifikasi Anggaran

1. Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	3 Bendel	30.000	90.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	5.000	10.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	30.000	30.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000
Bahan	Paket data internet (3 anggota)	3 Paket	40.000	120.000
Bahan	Biaya konsumsi	Lembur 5 hari (1 tim)	50.000	250.000
SUB TOTAL (Rp)				620.000
2. Pengumpulan Data				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	3 orang	100.000	300.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	3 Paket	60.000	180.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	3 orang	100.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				780.000
3. Analisa Data				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang

Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	150.000	300.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	100.000	200.000
SUB TOTAL (Rp)				500.000
4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi	3 hari (1 tim)	100.000	300.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	uang harian rapat diluar kantor	2 hari (1 tim)	100.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				600.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)				2.500.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)				2.500.000

Lampiran 2. Realisasi Anggaran

Dana yang masuk senilai Rp. 2.500.000

1. Bahan Habis Pakai					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	3 Bendel	30.000	90.000	90.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	5.000	10.000	10.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	30.000	30.000	30.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000	48.000
Bahan	Paket data internet (3 anggota)	3 Paket	40.000	120.000	120.000
Bahan	Biaya konsumsi	Lembur 5 hari (1 tim)	50.000	250.000	250.000
SUB TOTAL (Rp)				620.000	620.000
2. Pengumpulan Data					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	3 orang	100.000	300.000	300.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	3 Paket	60.000	180.000	180.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	3 orang	100.000	300.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				780.000	780.000
3. Analisa Data					

Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	150.000	300.000	300.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data— HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	100.000	200.000	200.000
SUB TOTAL (Rp)				500.000	500.000
4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi	3 hari (1 tim)	100.000	300.000	300.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	uang harian rapat diluar kantor	2 hari (1 tim)	100.000	300.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				600.000	600.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)				2.500.000	2.500.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)				2.500.000	2.500.000

Lampiran 3. Biodata Ketua dan Anggota

A. Identitas Diri (Ketua Pengusul)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Erna Nur Faizah, S.E., M.M
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	19791018 200508 012
5	NIDN	0718107902
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 18 Oktober 1979
7	E-mail	Faizahnurerna@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	-
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1= orang

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	STIE KHAD Lamongan	STIE ABI Surabaya
Bidang Ilmu	Manajemen	MSDM
Tahun Masuk-Lulus	-/2005	-/2010

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2022.

Lamongan, 10 September 2022

Ketua



(Erna Nur Faizah, S.E., M.M)

A. Identitas Diri Anggota 1

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Amrizal Imawam, S.E., MSA
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	19920110201912128
5	NIDN	07010119204
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 10 Januari 1992
7	E-mail	Amrizal.imawan10@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	085785266712
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1= 0 orang

B. Riwayat Pendidikan Perguruan Tinggi

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Malang	Universitas Brawijaya Malang
Bidang Ilmu	Akuntansi	Magister Akuntansi
Tahun Masuk-Lulus	2010-2014	2015-2019

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2022.

Lamongan, 10 September 2022
Anggota Pengusul



(Amrizal Imawam, S.E., MSA)

A. Identitas Diri Anggota 2

1	Nama Lengkap	Indah Fauziah
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIM	1901020008
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Lamongan, 10 September 2022

Anggota Pengusul

(Indah Fauziah)