

Analisis Pemberian Diskon Jum'at Sabtu Minggu (JSM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Indomaret Mandi Api KM. 5 Palembang

Tiara Oktaviana¹, Meriyati², Choirunnisak³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: lusitrioktaria123@gmail.com, meri@stebisigm.ac.id, choirunnisak-umar@stebisigm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Pemberian Diskon terhadap minat Beli merupakan suatu cara yang dilakukan perusahaan dalam menyampaikan pesan promosi harga agar menarik niat beli konsumen. Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana analisis penerapan pemberian diskon terhadap Indomaret Mandi Api Km 5 Palembang dan minat beli terhadap adanya diskon JSM pada Indomaret Mandi Api Km 5 Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh framing potongan harga terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan pada tanggal 15 Mei -20 Juni 2023. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Diskon sebagai stimuli berhasil membuat konsumen berpartisipasi aktif dalam menimbulkan minat beli terhadap produk diskon di Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang.

Kata Kunci : *Diskon, minat Beli, Konsumen, Indomaret, JSM*

Abstract

This research discusses giving discounts on buying interest, which is a way that companies do in conveying price promotion messages to attract consumers' buying intentions. The problem in this study is how to analyze the application of discounting to Indomaret Mandi Api Km 5 Palembang and buying interest in the JSM discount at Indomaret! Fire Bath Km 5 Palembang. This study aims to determine the effect of price discount framing on purchase intention. This research uses an approach that was carried out on May 15 -June 20, 2023. Based on the results of the research described in the previous chapter, it can be concluded that discounts as stimuli succeed in making consumers actively participate in generating buying interest in discounted products at Mandi Api KM 5 Palembang city

Keywords: *Discounts, consumer buying interest, Indomaret, JSM*

Pendahuluan

Menurut Kotler dan Armstrong, 2008 dalam Rahayu, (2019) Upaya dalam menarik minat beli konsumen dapat berupa pemberian potongan harga atau yangseringkali disebut diskon. Kata diskon sudah menjadi hal menarik bagi pembeli. Diskon merupakan upaya dalam pengurangan harga secara langsung terhadap suatu produk yang akan dibeli pada waktu tertentu yang dilakukan oleh penjual atau pemilik usaha kepada konsumen (Rahayu, 2019).

Keberadaan manusia menjadi makhluk sosial adalah fitrah yang telah ditetapkan Allah SWT. pada hidupnya, insan selalu menginginkan kebutuhannya terpenuhi. buat memenuhi kebutuhannya, insan dalam hidupnya memakai prinsip-prinsip ekonomi agar kebutuhannya terwujud. Ekonomi pada umumnya didefinisikan menjadi pengetahuan ihwal sikap insan pada hubungannya dengan pemanfaatan asal-sumber produktif yang langka buat memproduksi barang-barang atau jasa serta mendistribusikannya buat keperluan konsumsi (Sara et al., 2021).

Saat ini masyarakat berbelanja barang kebutuhan harian, merasa lebih percaya Jika berbelanja pada ritel-ritel yang sudah memiliki nama, seperti Indomaret dan Alfamart. outlet ini menjamur sampai ke pelosok desa di semua Indonesia. Keduanya menyediakan barang-barang kebutuhan harian warga seperti makanan, kebutuhan tempat tinggal tangga sampai sandang pada. Persaingan ketat sebagai kenyataan ini, dimana sering terjadi bahwa saat ada outlet Indomaret maka tidak jauh asal kawasan itu terdapat outlet Alfamart (Hariyadi, 2016).

Kehadiran Indomaret yang tersebar di semua daerah Indonesia memberi warna tersendiri bagi perkembangan perekonomian. eksistensi minimarket bagi konsumen pada Indonesia, memang sangat menggembirakan, dan dimanjakan dengan banyak sekali hal positif terkait menggunakan ketenangan waktu berbelanja, keamanan, kemudahan, variasi produk yang semakin beragam, kemudian kualitas produk yang terus semakin tinggi karena hadirnya persaingan antara minimarket yang beredar luas pada daerah Indonesia (Sabani, 2020).

Pada hasil observasi pemberian diskon membawa pengaruh positif terhadap minat belanja pada Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang. Cara memiringkan harga dan diskon pada produk agar pelanggan membeli lebih banyak. Hanya dengan kata-kata gratis pelanggan jadi bersemangat untuk berbelanja, bahkan bagi orang-orang yang tidak berencana untuk belanja pun hal ini cukup berpengaruh. Dimana permasalahan yang terjadi adalah kurangnya

minat konsumen dalam berbelanja pada Indomaret jika tidak ada diskon. Akan tetapi jika ada diskon konsumen selalu minat untuk berbelanja karena adanya diskon Jumat, Sabtu, dan Minggu pada Indomaret.

Selaras namun berbeda dari penelitian sebelumnya peneliti kali ini ingin lebih mengetahui dan meneliti karena belum banyak yang meneliti mengenai bagaimana pemberian diskon pada konsumen di Indomaret melalui program diskon JSM (Jum'at Sabtu Minggu) serta kekurangan dan kelebihan dari pemberian diskon JSM (Jum'at Sabtu Minggu). Maka dari itu penulis tertarik mengambil judul Analisis Pemberian Diskon Jum'at Sabtu Minggu (Jsm) Terhadap Minat Belanja Konsumen Pada Indomaret Mandi Api KM. 5 Palembang Untuk dapat melakukan penelitian pemberian diskon kepada konsumen dalam pelaksanaan jual beli khususnya pada usaha retail seperti Indomaret.

Landasan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan mengelola hubungan yang menguntungkan (Kotler and Armstrong 2016:5). Dua sasaran pemasaran untuk menarik pelanggan baru dengan menggunakan keunggulan nilai serta menjaga dan memberikan kepuasan kepada pelanggan (Fadilla, Choiriyah, & Aravik, 2021). Cannon, et al (2018:6) pemasaran adalah kegiatan yang berusaha untuk mencapai kegiatan organisasi dengan menjawab kebutuhan konsumen dan mengarahkan aliran barang serta jasa yang memenuhi kebutuhan dari produsen kepada konsumen (Mustomi, Puspasari, & Azizah, 2020).

2. Diskon

Potongan harga (*discount*) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga yang sudah ditetapkan untuk menciptakan impulse buying demi meningkatkan penjualan produk atau jasa. Seperti yang terdapat dalam jurnal "*Impulse Purchasing as a Purchasing Behaviour and Research on Karaman*" (*Selda Basaran Alagoz, International Research Journal of Finance and Economics, Issue 66, 2011*). dalam hasil penelitian mereka membuktikan bahwa produk yang disount dapat menginduksi pembelian secara Impulse.ditetapkan sinkron dengan kebijakan serta tujuan dari masing-masingperusahaan (Ikhsan, 2017).

3. Konsumen

Pengertian Konsumen Dalam Pasal 1 Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), menyatakan mengenai pengertian konsumen yaitu bahwa konsumen adalah setiap orang pemakaibarang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagikepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup laindan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan dalam kamus hukum, pengetian konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkanbaik barang maupun jasa, untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain (Sinaga & Sulisrudatin, 2018).

4. Minat Beli

Minat beli adalah keinginan untuk membeli produk, minat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasai seputar produk (Durianto, 2015). Minat beli adalah Minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Minat pembelian merupakan suatu model dan sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap suatu golongan produk, jasa ataupun merek tertentu.

5. Jual Beli

Jual beli (bisnis) dimasyarakat merupakan kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap waktu oleh semua manusia (Aravik, Gustiawati, & Aji, 2023). Tetapi jual beli yang benar menurut hukum Islam belum tentu semua orang muslim melaksanakannya.Bahkan ada pula yang tidak tahu sama sekali tentang ketentuan- ketentuanyang di tetapkan oleh hukum Islam dalam hal jual beli (bisnis) (Susiawati,2017).

6. Indomaret

Indomaret dalam dunia perdagangan ketika ini, adalah toko barang kebutuhan sehari-hari dengan ruangan yang tidak terlalu luas (Indomaret) bukan lagi merupakan istilah asing bagi masyarakat umum, terutama yang tinggal dikota-kota besar. Indomaret merupakan mediator pemasar antara penghasil serta konsumen akhir dimana aktivitasnya ialah melaksanakan penjualan eceran pengertian *Indomaret* ialah: "Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat terbaru yang dekat dengan permukiman penduduk sebagai akibatnya dapat mengungguli toko atau warung." menjadi *Indomaret* yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari (Kawilarang et al., 2020).

Metedologi Penelitian

Penelitian ini, secara umum menggambarkan masalah berdasarkan beberapa indikator yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah ada masalah fenomena pada penelitian ini yakni adanya penerapan bauran pemasaran pada penelitian ini peneliti melakukan pada Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang. Jenis penelitian ini adalah kenis penelitian Kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif yakni hal yang pertama dilakukan yaitu mencari terlebih dahulu apa yang menjadi permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian. Setelah itu dalam pengumpulan data dilakukan secara online serta pencarian sumber yang akan menjadi rujukan dalam penulisan artikel. Setelah data terkumpul lakukan telaah mengenai data dan mengupas permasalahan tersebut yang ditunjang dengan beberapa teori (Imanina, 2020).

Hasil Dan Pembahasan

1. **Analisa Pemberian Diskon (JSM) Terhadap Minat Beli Konsumen di Indomaret Mandi Api Km 5 kota Palembang**

Indomaret mandi api KM 5 Palembang merupakan indomaret yang menjual produk-produk perlengkapan mandi, berbagai minuman dan makanan serta beberapa produk kecantikan. Sedangkan kualitas barang yang di diskon merupakan barang yang masih berkualitas baik dan masih dalam masa expire yang cukup lama.

Hal itu dapat dilihat wawancara di Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang bahwasanya penerapan pemberian diskon sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Menurutnya penerapan pemberian diskon sangat dibutuhkan karena setiap ada diskon maka Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang sangat ramai beda dengan hari-hari biasanya. Berdasarkan hasil wawancara bahwa dengan adanya penerapan diskon JSM meningkatkan volume penjualan pada Indomaret mandi Api KM kota kota Palembang. dengan konsumen dan pegawai pada Indomaret Mandi api KM 5 kota Palembang maka sebuah toko harus menentukan kualitas barang, jenis barang dan tujuan pemberian diskon yang dijualnya sesuai dengan yang dikehendaki pasar atau konsumennya. Setelah jenis barang yang dijual sesuai dengan keinginan pasar, seorang pihak indomaret harus menjaga kualitas barang yang dijualnya. Dengan demikian, konsumen tetap mempercayai indomaret yang ada di mandi api KM 5 Palembang.

Beberapa tips tentang bagaimana cara memiringkan harga dan diskon pada produk agar pelanggan membeli lebih banyak. Hanya dengan kata-kata gratis pelanggan jadi bersemangat untuk berbelanja, bahkan bagi orang-orang yang tidak berencana untuk belanja pun hal ini cukup berpengaruh (Ikhsan, 2017).

Pembelian diskon dapat di dilakukan dengan berbagai cara untuk menarik minat pembeli salah satu yang digunakan langsung adalah memberikan diskon atau potongan harga pada produk atau layanan yang ditawarkan serta pemberian diskon dapat di kaitkan dengan waktu tertentu Jum'at, Sabtu, dan Minggu. Tata cara pemberian diskon pada Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang :

1. **Kualitas Barang Yang Diberi Diskon**

Kualitas barang dan jasa yang diproduksi oleh Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang haruslah menjadi perhatian utama bagi seorang pedagang atau perusahaan.

Kualitas barang dan jasa menyangkut kepercayaan pelanggan, sehingga harus benar-benar diperhatikan

2. Jenis barang

Berbagai macam jenis diskon yang di berikan Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang dengan harapan penjualan semakin meningkat. Salah satu alat dari promosi penjualan adalah potongan harga. program-program promosi, dengan potongan harga.

3. Cara Pemberian Diskon

Cara diskon potongan harga yang dilakukan Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang adalah dengan memberikan potongan harga kepada pembeli yang dalam pembeliannya berkapasitas dengan ketentuan harga diskon yaitu berkisar antara 75%, dan 20%. Ketentuan diskon yang kami. terapkan dalam pelaksanaan jual beli yaitu bervariasi berkisar antara 75%, dan 20 %. Ketentuan diskon Jum'at, Sabtu, dan Minggu JSM yang bervariasi telah diberikan dalam pelaksanaan jual beli tersebut sering dilakukan Oleh Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang agar para pembeli tertarik dan pada akhirnya pembeli mau mampir dan membeli barang-barang yang dijual.

2. Minat Belanja Konsumen terhadap diskon JSM di Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang

Menurut Durianto (2017), Minat beli adalah keinginan untuk membeli produk, minat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Dengan adanya diskon Jum'at, Sabtu, dan Minggu (JSM) minat beli konsumen lebih meningkat daripada hari biasa dimana jika hari biasa Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang sepi dan pencapaiannya rendah tetapi ketika ada diskon maka minat beli konsumen sangat tinggi. Diskon menyebabkan Penjualan meningkat sehingga mencapai batas target pada Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang.

Berikut Pengaruh adanya diskon JSM terhadap minat beli konsumen di Indomaret :

1. Diskon Meningkatkan Daya Tarik Produk

Diskon atau potongan harga yang diberikan Indomaret pada produk-produk tertentu bisa meningkatkan daya tarik produk tersebut di mata konsumen. Produk diskon dianggap lebih menarik karena konsumen bisa mendapatkan produk yang sama dengan harga yang lebih murah.

2. Diskon Menciptakan Nilai Lebih

Bagi konsumen, diskon produk di Indomaret menciptakan persepsi akan nilai lebih. Konsumen merasa diuntungkan karena bisa mendapat barang dengan kualitas sama namun dengan harga yang lebih rendah.

3. Diskon Memicu Keputusan Pembelian

Diskon dapat memicu konsumen untuk segera memutuskan pembelian karena diskon membuat mereka takut kehabisan stok barang diskon tersebut. Konsumen jadi terdorong untuk membeli saat itu juga.

4. Diskon Meningkatkan Kunjungan ke Toko

Diskon dipakai Indomaret untuk menarik konsumen berkunjung ke tokonya. Diskon membuat konsumen tertarik dan datang ke toko untuk melihat dan membeli barang diskon.

5. Diskon Meningkatkan Jumlah Pembelian

Saat berkunjung untuk membeli barang diskon, sering kali konsumen juga terdorong membeli barang lainnya yang tidak didiskon. Sehingga, total pembelian menjadi lebih banyak.

6. Diskon Menciptakan Citra Positif pada tempat Toko

Diskon yang menarik akan menciptakan citra positif Indomaret di mata konsumen. Indomaret dianggap toko yang mengerti kebutuhan konsumen dengan memberikan penawaran menarik berupa diskon produk.

Simpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian serta pembahasan yg telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Pemberian Diskon Jum'at Sabtu Minggu (JSM) Terhadap Minat Belanja Konsumen Pada Indomaret Mandi Api KM 5 Palembang:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan Penerapan diskon yang tepat tidak hanya meningkatkan minat belanja sesaat, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas konsumen yang merasa puas belanja dengan mendapatkan diskon cenderung akan kembali berbelanja di tempat yang sama. Selain itu, konsumen juga cenderung akan merekomendasikan tempat berbelanja tersebut kepada orang lain jika merasa diskon yang ditawarkan menarik di Indomaret Mandi Api KM 5 kota Palembang.
2. Menurut pengamatan peneliti dari hasil wawancara dengan konsumen dan pegawai pada indomaret mandi api KM 5 maka sebuah toko harus menentukan kualitas barang, jenis barang dan tujuan pemberian diskon yang dijualnya sesuai dengan yang dikehendaki pasar atau konsumennya Diskon yang menarik akan menciptakan citra positif Indomaret di mata konsumen. Indomaret dianggap toko yang mengerti kebutuhan konsumen dengan memberikan penawaran menarik berupa diskon produk. Jadi secara keseluruhan, diskon efektif meningkatkan minat beli konsumen di Indomaret melalui berbagai aspek baik dari sisi produk, nilai belanja, hingga citra toko itu sendiri. Diskon menjadi salah satu strategi pemasaran penting bagi Indomaret.

Daftar Pustaka

- Aravik, H., Gustiawati, S., & Aji, R. H. S. (2023). *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Group. Retrieved from <https://prenadamedia.com/product/pengantar-bisnis-islam-mengenal-kajian-bisnis-dalam-perspektif-islam/>
- Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hariyadi, G. T. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 1, Hal. 17. <http://publikasi.dinus.ac.id/>

- Ikhsan, M. (2017). *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dalam Hukum Islam* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id>
- Imanina, K. (2020). Penggunaan Metode Kualitatif Dengan Pendekatan Deskriptif Analistis Dalam Paud. *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Anak Dan Media Informasi PAUD, Vol 1*, Hal 46.
- Kawilarang, J. A. Y., Sambiran, S., & Kimbal, K. (2020). Dampak Kebijakan Perizinan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Di Kecamatan Kawangkoan DAN Kawangkoan Barat. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan, Vol 2*, Hal 4.
- Mustomi, D., Puspasari, A., & Azizah, A. (2020). Analisis Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Dimasa Pandemic Covid-19. *CERMIN: Jurnal Penelitian, 4(2)*, 289. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i2.663
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Vol 2*, Hal. 44. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id>
- Sabani, A. (2020). Pembulatan Harga Pada Transaksi Jual Beli Di Minimarket. *Al Amwal : Journal of Islamic Economic Law, Vol 4*, Hal. 41.
- Sara, J., Fuadi, Fitri, L., & Arliansyah. (2021). Pemahaman Masyarakat Terhadap Jual Beli Mukhadarah Dalam Perspektif EKONOMI Islam (Studi Kasus Di Kecamatan Kuta Makmur Kabupaten Aceh Utara). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 6*, Hal. 90. <https://journal.iainlangsa.ac.id/>
- Susiawati, W. (2017b). Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol 8*, Hal. 172. <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei>
- Sinaga, N. A., & Sulisrudatin, N. (2016). Pelaksanaan Perlindungan Konsumen DiIndonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Vol 5*, Hal.73.