

Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Abyan Kosmetik Dan Aksesoris Di Kota Padang

The Influence Of Discounts On Consumer Satisfaction Of Abyan Cosmetics And Accessories In Padang City

Vivi Nila Sari¹, Shelbila Adita², Nila Sovianti³, Siroti Hasanah⁴, Muhammad Ridho Alifa⁵

¹⁻⁵ Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

Email: vivinilasari3@gmail.com¹, Shelbi.adita@gmail.com², soviantinila@gmail.com³, hasanah080203@gmail.com⁴, muhammadridhoalifa6@gmail.com⁵

Korespondensi penulis: vivinilasari3@gmail.com

Article History:

Received: 18 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 18 Juli 2023

Keywords: MSMEs, Discount, Satisfaction.

Abstract: This community service aims to determine the effect of discounts on consumer satisfaction in MSMEs abyan cosmetics and accessories. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business activities that can expand employment, provide broad economic services to the community, play a role in the process of equitable distribution and increase community income, and increase economic growth. This important role has encouraged Padang City to continue to strive to improve the competitiveness of MSMEs in facing the community. The purpose of this study was to determine discount education on consumer satisfaction at MSMEs Abyan Cosmetics and Accessories. The compilation of this article was carried out by observation and interviews to collect data. The results of this study show that Abyan MSMEs can increase competitiveness.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap kepuasan konsumen pada UMKM abyan kosmetik dan aksesoris. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Peran penting tersebut telah mendorong Kota Padang untuk terus berupaya meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi Masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui edukasi diskon terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Abyan Kosmetik dan Aksesoris. Penyusunan artikel ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan UMKM Abyan dapat meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: UMKM, Diskon, Kepuasan.

LATAR BELAKANG

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Saat ini perkembangan produk kosmetik dan aksesoris bagi kaum wanita sangatlah pesat, hampir bagi para wanita kosmetik dan aksesoris merupakan kebutuhan sehari-hari wanita. Hal tersebut Sesuai dengan sifat wanita yang selalu ingin terlihat cantik dihadapan publik telah membuat para produsen kosmetik dan aksesoris berlomba- lomba untuk memproduksi berbagai macam kosmetik dan aksesoris wanita untuk menarik hati konsumen mereka untuk membeli produk mereka. Produsen merespon peluang ini dengan menciptakan beranekaragam produk kosmetik

* Vivi Nila Sari, vivinilasari3@gmail.com

untuk perawatan kulit. Wanita atau konsumen dalam menggunakan dan memilih kosmetik dan juga aksesoris ini memiliki beberapa pertimbangan, Namun dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel faktor sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian kosmetik dan aksesoris yang menjadi tolak ukur keberhasilan.

Toko kosmetik dan aksesoris seperti Toko Abyan yang didirikan pada tahun 2013 dimulai dengan kosmetik lalu menjalankan bisnisnya di bidang aksesoris 2023, dalam menjalankan bisnis UMKM Abyan di Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat ini tentunya menemukan berbagai kesulitan seperti banyaknya pesaing, sehingga perlu menghadirkan strategi- strategi baru agar usaha yang dijalankan tetap berkembang dan terus eksis di bidang kosmetik. Strategi yang tepat akan mendapatkan hasil yang tepat pula sehingga menganalisis situasi baik dari internal dan eksternal dari usaha sangat di perlukan.

KAJIAN TEORITIS

Kajian teoritis tentang pengabdian masyarakat terkait diskon pada konsumen dapat melibatkan analisis mengenai dampak diskon terhadap konsumen dan kesejahteraan masyarakat. Berikut adalah beberapa konsep teoritis yang relevan untuk memahami pengabdian masyarakat terkait diskon pada konsumen:

Teori Ekonomi, Dalam perspektif ekonomi, diskon dapat dijelaskan melalui konsep elastisitas harga, di mana diskon diberikan untuk mendorong permintaan konsumen. Dalam hal ini, diskon diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas produk, mendorong penjualan, dan meningkatkan kesejahteraan konsumen.

Teori Perilaku Konsumen, Teori perilaku konsumen melibatkan studi mengenai faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan pembelian. Diskon dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang nilai produk, meningkatkan motivasi untuk membeli, dan mempengaruhi preferensi merek.

Teori Penawaran dan Permintaan, Diskon juga dapat dianalisis dari perspektif penawaran dan permintaan. Diskon yang diberikan oleh produsen atau pengecer dapat mempengaruhi penawaran produk dan mengubah tingkat permintaan konsumen. Konsep elastisitas harga juga relevan dalam menganalisis hubungan antara diskon dan perubahan jumlah yang diminta.

Teori Kesejahteraan Masyarakat, Diskon pada konsumen dapat memiliki implikasi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Diskon yang efektif dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan menghemat uang mereka, memungkinkan mereka membeli lebih banyak barang atau mengalokasikan dana mereka untuk kebutuhan lainnya. Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat terkait diskon dapat berkontribusi pada

peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kajian teoritis ini dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian empiris yang lebih mendalam tentang pengabdian masyarakat terkait diskon pada konsumen. Dalam penelitian tersebut, mungkin juga relevan untuk mengidentifikasi bagaimana program diskon dapat disusun dan diimplementasikan secara efektif untuk memaksimalkan manfaat bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Lokasi tempat pelaksanaan PBL ini adalah USAHA KOSMETIK DAN AKSESORIS ABYAN memiliki 2 toko yang berlokasi di Jalan Aru Lubuk Begalung Kota Padang Sumatera Barat, depan UPI YPTK PADANG. Abyan kosmetik didirikan pada tahun 2013 sedangkan abyan aksesoris didirikan pada bulan januari tahun 2023. Penyusunan artikel ini dilakukan dengan metode penentuan informasi melalui observasi dan wawancara dengan owner UMKM Abyan Kosmetik dan Aksesoris.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) kepada usaha ini dilakukan dengan pendekatan sosialisasi kepada pemilik UMKM Toko Abyan Kosmetik dan Aksesoris Kenangan untuk penerapan pelatihan dan meningkatkan tingkatan kualitas produksi usahanya dengan menggunakan sosialisasi yang ada. Prosedur kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persiapan

Acara persiapan mencakup beberapa prosedur:

- a. Menyiapkan bahan
- b. Survei tempat
- c. Minta izin kepada pemilik usaha
- d. Proses Proposal dan Persetujuan Tempat Pekerjaan Umum (PKM) untuk pemilik usaha UMKM Toko Abyan Kosmetik dan Akssoris.

2. Screening

Setelah melakukan persiapan secara maksimal, langkah selanjutnya adalah menyaring pelamar. Ada beberapa cara untuk menyelesaikan tugas:

- a. Menyiapkan kegiatan yang akan dilakukan di Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)
- b. Memastikan semua alat-alat siap dibawa ke lokasi
- c. Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, buah tangan dan spanduk.

3. Implementasi Kegiatan

Kegiatan tersebut terkait dengan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang di jadwalkan dalam waktu tertentu. Rencana kegiatan yang ada sudah memuaskan.:

- a. Pengenalan Anggota Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) kepada karyawan dilokasi
- b. Penyajian Materi
- c. Sosialisasi dan wawancara untuk penerapan pelatihan dan meningkatkan tingkatan kualitas produksi kepada pemilik usaha
- d. Penutup (Dokumentasi dan Administrasi)

4. Evaluasi

Kegiatan ini bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di masa mendatang,

Sehubungan dengan capaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskon adalah pengurangan harga secara langsung terhadap produk tertentu pada periode waktu tertentu, serta pembelian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Pemberian diskon ditetapkan sesuai dengan kebijakan dan tujuan dari masing-masing perusahaan (Putra et al., 2016) .

Diskon dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses penerimaan pelayanan. Konsumen akan mengevaluasi pelayanan yang diterimanya tersebut. Kepuasan jasa yang dirasakan konsumen pada dasarnya merupakan tingkat kepuasan konsumen (customer satisfaction). Kepuasan pelanggan merupakan ukuran untuk mengetahui mutu jasa yang ditawarkan dan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Hal tersebut berarti jika kepuasan konsumen tercapai berarti pula mutu pelayanan dapat memenuhi harapan konsumen sehingga menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang dan meningkatkan jumlah penjualan (Cucu Sumartini & Fajriany Ardining Tias, 2019) .

Manfaat Pemberian Diskon adalah agar pembeli untuk membeli barang dalam jumlah yang besar dan memusatkan perhatian pembeli, diadakannya diskon atau potongan. Pemberian diskon dapat memberikan beberapa manfaat bagi bisnis. Berikut adalah beberapa manfaat utama pemberian diskon:

1. Meningkatkan penjualan, Diskon dapat menjadi daya tarik bagi konsumen, mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Dengan memberikan diskon, Anda dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dalam jangka pendek.

2. Meningkatkan loyalitas pelanggan, Diskon dapat membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Dengan memberikan diskon kepada pelanggan setia, Anda menunjukkan apresiasi atas dukungan mereka dan dapat membangun loyalitas jangka panjang.
3. Menarik pelanggan baru, Diskon juga bisa menjadi cara yang efektif untuk menarik pelanggan baru. Ketika Anda memberikan penawaran diskon yang menarik, pelanggan potensial yang mungkin belum pernah mencoba produk atau layanan Anda menjadi tertarik untuk melakukannya.
4. Menghilangkan stok yang tertahan, Pemberian diskon dapat membantu mengatasi masalah stok yang tersimpan terlalu lama. Jika Anda memiliki barang atau produk yang tidak bergerak dengan cepat, memberikan diskon dapat menjadi cara untuk mendorong pembelian dan membersihkan stok.
5. Meningkatkan citra merek, Diskon yang ditawarkan secara strategis dan terencana dengan baik dapat membantu meningkatkan citra merek Anda di mata konsumen. Hal ini dapat membantu memperkuat persepsi pelanggan tentang kualitas produk atau layanan yang Anda tawarkan.
6. Mendorong pembelian tambahan, Diskon yang ditawarkan dapat mendorong pembelian tambahan atau impulsif. Misalnya, jika Anda memberikan diskon untuk pembelian produk tertentu, pelanggan mungkin juga tertarik untuk membeli produk lain yang tidak sedang didiskon (Sari & Ramayanti, 2021).

Alasan perusahaan memberikan diskon diantaranya adalah kelebihan kapasitas, merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan dan untuk mengunggulkan pasar melalui struktur biaya yang lebih rendah. Indikator pengukuran diskon terdiri dari (1) besarnya potongan harga, (2) masa potongan harga dan (3) jenis produk yang mendapatkan potongan harga (Ary Dwi Anjarini et al., 2022).

Strategi diskon adalah salah satu cara yang umum digunakan oleh bisnis untuk mendorong penjualan dan menarik perhatian pelanggan. Diskon dapat memberikan insentif kepada pelanggan untuk membeli produk atau layanan dengan harga yang lebih rendah. Berikut adalah beberapa strategi diskon yang dapat Anda pertimbangkan:

1. Diskon Persentase, Ini adalah strategi diskon yang paling umum, di mana Anda menawarkan potongan harga berdasarkan persentase tertentu dari harga asli. Misalnya, Anda dapat memberikan diskon 20% untuk produk atau layanan tertentu.

2. Diskon Jumlah Tetap, Dalam strategi ini, Anda menawarkan potongan harga berdasarkan jumlah tetap, misalnya "Diskon Rp 10.000 untuk setiap pembelian di atas Rp 100.000." Ini dapat mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak atau membeli produk dengan harga yang lebih tinggi.
3. Diskon Musiman, Anda dapat memberikan diskon khusus selama musim liburan atau perayaan tertentu, seperti Natal, Hari Valentine, atau Hari Kemerdekaan. Diskon musiman dapat meningkatkan minat pelanggan dan membantu meningkatkan penjualan pada waktu-waktu tertentu.
4. Diskon Khusus untuk Pelanggan Setia, Strategi ini bertujuan untuk mendorong pelanggan yang sudah setia agar tetap membeli produk atau layanan dari bisnis Anda. Anda dapat memberikan diskon khusus, hadiah, atau program loyalitas kepada pelanggan yang sering berbelanja atau telah menjadi pelanggan tetap.
5. Diskon Pembelian Berulang, Jika bisnis Anda menjual produk atau layanan yang membutuhkan penggunaan berulang, Anda dapat menawarkan diskon kepada pelanggan yang berlangganan atau membeli dengan jumlah yang lebih banyak. Ini mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan Anda secara konsisten.
6. Diskon Tertentu untuk Segmen Tertentu, Anda juga dapat memberikan diskon kepada segmen pelanggan tertentu, seperti pelajar, anggota militer, atau warga lanjut usia. Diskon khusus ini dapat menarik pelanggan dari segmen yang ditargetkan dan membuat mereka merasa dihargai.
7. Diskon Acara Khusus, Membuat acara penjualan khusus, seperti penjualan gudang atau penjualan diskon besar-besaran, dapat menarik minat pelanggan dan mendorong mereka untuk berbelanja. Diskon besar dalam jangka waktu terbatas ini sering kali memicu rasa mendesak bagi pelanggan untuk segera melakukan pembelian.



KESIMPULAN

Toko kosmetik dan aksesoris adalah sebuah bisnis yang menjual berbagai produk kecantikan dan perawatan kulit serta berbagai perhiasan kepada pelanggan. Toko kosmetik dan aksesoris biasanya menawarkan beragam produk seperti makeup, perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan rambut dan juga berbagai perhiasan yang dibutuhkan Wanita pada saat ini. Pelanggan dapat membeli produk-produk ini untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dan perawatan pribadi mereka. Toko kosmetik dan aksesoris pada toko abyan dapat menjadi tempat yang populer dan menarik bagi orang-orang yang ingin meningkatkan penampilan mereka atau merawat diri mereka sendiri. Penting bagi toko kosmetik dan aksesoris untuk menyediakan

produk berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar dapat membangun reputasi yang baik dan mempertahankan basis pelanggan yang setia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni Ibu Vivi Nila Sari SE,MM sebagai dosen pengampu mata kuliah Perilaku Organisasi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, sehingga PBL Abyan kosmetik dan aksesoris ini dapat berlangsung dengan lancar dan baik. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan kami minta maaf atas kesalahan kata dalam laporan.

DAFTAR REFERENSI

- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi*, 38(2), 184–193.
- Sari, A., & Ramayanti, R. (2021). Analisis Biaya Produksi Pada Umkm Rini Catering Kebon Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Pemberian Diskon. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 248–261.