

**ANALISIS LOKASI USAHA
DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS
PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO MADIUN
SKRIPSI**



Oleh:

Yuni Puspitaningrum

NIM 401180337

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

**ANALISIS LOKASI USAHA
DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS
PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO MADIUN
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Yuni Puspitaningrum

NIM 401180337

Pembimbing:

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

NIP 197506022002121003

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yuni Puspitaningrum

NIM : 401180337

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir

Berkah Doho Dolopo Madiun

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 10 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Yuni Puspitaningrum
NIM 401180337



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Yuni Puspitaningrum	401180337	Ekonomi Syariah	Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi

Ponorogo, 12 Mei 2022



Menyetujui,

Dr. Aji Domanuri, M.E.I
NIP 197506022002121003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada
Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun

Nama : Yuni Puspitaningrum

NIM : 401180337

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.
NIP 197202111999032003

Penguji I :
Mansur Azis, Lc., M.S.I.

Penguji II :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP 197506022002121003

Ponorogo, 13 Juni 2022
Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuni Puspitaningrum

Nim : 401180337

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan
Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

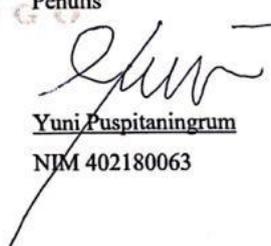
Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya



IAIN
PONOROGO

Ponorogo, 13 Juni 2022

Penulis



Yuni Puspitaningrum

NIM 402180063

ABSTRAK

Puspitaningrum, Yuni. Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

Kata kunci: Lokasi Usaha, Keberhasilan Bisnis, Dampak Pemilihan Lokasi Usaha

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis dan menganalisis dampak pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis dan diharapkan mendapatkan temuan baru dan unik. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ada dua yaitu (1) Bagaimana analisis lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun? (2) Bagaimana dampak dari pemilihan lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dalam meningkatkan keberhasilan bisnis?

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan pada Grosir Berkah dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengolahan data, terdiri dari: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan teknik analisis data, terdiri dari: mempersiapkan instrumen data, klasifikasi data dan analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan lokasi usaha pada Grosir Berkah ketujuh komponen yaitu, aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, persaingan dan lingkungan. Ada empat komponen yang memenuhi kriteria dalam pemilihan lokasi usaha pada Grosir Berkah, yaitu lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan. Kemudian untuk tiga komponen yaitu, aksesibilitas, visibilitas dan ekspansi tidak dipenuhi oleh Grosir Berkah. Namun usaha retail tersebut masih berjalan dengan stabil pada kondisi tersebut seperti lokasi usaha yang tidak strategis. Sedangkan dampak penjualan pada Grosir Berkah mengalami penjualan yang stabil dan pemilihan lokasi usaha pada Grosir Berkah dikatakan mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	7
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS	14
A. Lokasi.....	234
B. Dimensi Lokasi	26
C. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Lokasi.....	27
D. Tahap Pemilihan Lokasi.....	28
BAB III FAKTOR LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN	29

A. Gambaran Umum Grosir Berkah	29
1. Sejarah Berdirinya Grosir Berkah.....	29
2. Struktur Organisasi	30
3. Lokasi Penelitian.....	30
B. Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.....	31
BAB IV ANALISIS LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS	38
A. Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.....	38
B. Dampak Pemilihan Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah	50
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Bidang perekonomian berkembang sangat pesat, sehingga memberikan dampak/*impact* yang begitu terlihat pada bidang usaha. Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan dagang yang di dirikan dan berkecimpung pada sistem jual-beli eceran yang bentuknya seperti toko, *minimarket*, swalayan dan lain-lain.¹ Kondisi ini memberikan pengaruh pada daya saing antar pengusaha pemilik perusahaan. Pada situasi ini perusahaan yang bisa memenangkan persaingan ialah mereka yang mempunyai inovasi khusus dan peningkatan di bagian pemasaran.

Inovasi khusus dan peningkatan kegiatan pada sektor pemasaran juga diharuskan berjalan dengan rencana yang tepat. Bisa dikatakan, sebuah perusahaan harus memilih strategi pemasaran yang sesuai. Sedangkan lingkungan yang terus berubah pada perusahaan utamanya faktor pesaing yang terus-menerus membuat produk yang sama atau sejenis, membuat sebagian besar perusahaan berorientasi pada konsumen (*Costumer Oriented*).² Perusahaan yang berorientasi pada konsumen pastinya terus mempunyai pemikiran terkait dengan sesuatu yang saat ini dibutuhkan oleh konsumen, sesuatu yang saat ini diinginkan oleh konsumen, serta pelayanan yang diharapkan oleh konsumen yang mana hal ini pembeli tidak sebatas

52. ¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018),

² *Ibid.*, 52.

puas, melainkan membuat mereka *loyal* dan membeli lagi produk tersebut serta menjadi pelanggan tetap di perusahaan tersebut.

Pada era ini grosir terus melebarkan usahanya dengan pendirian perusahaan di banyak tempat, tidak dipungkiri juga dari kota besar sampai dengan kota kecil dan bahkan di desa pun terdapat grosir, termasuk di Desa Doho. Swalayan ini hadir sebagai tuntutan berubahnya gaya hidup masyarakat mengikuti gaya perkotaan. Situasi seperti ini berdampak pada munculnya fenomena dalam masyarakat, untuk lebih kritis dalam memilih lokasi perbelanjaan. Sifat kritis ini dapat dicerminkan dengan adanya masyarakat yang lebih memilih lokasi dengan kelengkapan barang, kualitas produk bisa dipercaya, pelayanan yang baik dan seluruhnya disediakan pada satu toko yakni grosir.

Pada proses perkembangannya grosir terus meningkat baik pada jumlah pembelinya, grosir itu sendiri, dan bahkan layanan yang dilakukan. Kondisi ini mengakibatkan berdampak pada keberadaan persaingan dalam bisnis retail. Dengan demikian ada tuntutan bagi para pengusaha bisnis retail (pemilik grosir) untuk terus mengembangkan dan berlomba untuk unggul dalam persaingan.¹ Kaitannya dengan konsep pemasaran yang orientasinya pada konsumen memberikan inovasi pada manajemen grosir untuk terus membuat pelanggannya puas dalam bentuk menyiapkan pemenuhan pada kebutuhan dan keinginannya.

¹ Ibid., 52.

Grosir ialah salah satu sistem yang mana keseluruhan konsumennya melayani dirinya sendiri dengan tidak mengikutsertakan bantuan pemilik usaha atau karyawannya. Grosir atau pasar swalayan yaitu bentuk pertokoan yang menjual seluruh kebutuhan pokok. Secara bahasa ini dikutip dari bahasa Inggris yang mempunyai arti pasar yang besar. Produk-produk yang dijual pada *supermarket* umumnya ialah produk-produk kebutuhan pokok sehari-hari. Pada halnya makanan, minuman, serta barang kebutuhan atau *personal care* misalnya *tissue* dan lain sebagainya.² *Supermarket* menjual berbagai produk, dari alat-alat rumah tangga, sepeda, produk-produk elektronik seperti TV, *camera*, *furniture*, dan kebutuhan lainnya seperti buah-buahan, minuman, baju, ikan dan daging, dan lain sebagainya.

Selanjutnya *minimarket* yang mana secara bahasa mempunyai arti pasar kecil yang ukurannya tidak sebesar dan selengkap pada *supermarket*, tetapi biasanya mirip dengan grosir yang memperjualkan bermacam produk kebutuhan atau keperluan pokok. *Minimarket* ialah toko yang menjual berbagai bentuk produk dan makanan, tetapi kelengkapannya tidak sebanyak pada grosir. Selanjutnya dengan toko kelontong juga berbeda, *minimarket* dengan sistem grosir, yang mana pada hal ini pembeli mengambil sendiri produk yang dibutuhkan dari rak yang tersedia atau *layout* di *minimarket* dan dengan sistem bayar pada meja mesin kasir. Model

² Michael Adiwijaya, 8 *Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 30.

seperti ini juga bisa dikatakan untuk mempermudah supaya konsumen tidak melakukan utang.

Menurut Basu Swastha dan T Hani Handoko, strategi pemasaran di dalamnya terdapat beberapa unsur yang terpadu (4P dari *marketing mix*, yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*) yang terus melakukan perkembangan seiring dengan arah perusahaan dan berbagai perubahan lingkungan pemasarannya dan berubahnya perilaku pembeli. Perilaku konsumen ini tentunya sebuah perilaku yang nantinya akan memberikan tambahan penghasilan bagi swalayan tersebut.³ Menurut Buchari Alma, *place* ialah sebuah permasalahan yang dinilai penting dalam memilih sebuah lokasi operasional pada toko. Pertimbangannya ialah siapa konsumennya, bagaimana iklim daya saing disana, apakah akan memilih lokasi di wilayah perumahan, di pinggir kota, pada pusat kota dengan tantangan pada harga sewa atau lahan yang terbilang mahal.⁴

Grosir Berkah ialah salah satu grosir yang letaknya di Desa Doho Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Berdiri pada tahun 2010, yang dibentuk oleh Bapak Soib orang asli Nganjuk yang merantau di Desa Doho. Sebelum mendirikan grosir, beliau menjual aneka *frozen food* dengan cara berkeliling menggunakan motor. Kemudian menemukan salah satu lahan

³Basu Swastha Dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 119.

⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 62-63.

kosong di wilayah Desa Doho dan beliau mendirikan Grosir yang bernama Berkah.⁵

Pada penelitian ini, pemilihan Grosir Berkah dijadikan objek penelitian. Sedangkan beberapa faktor yang akan diteliti adalah menekankan pada faktor pemilihan lokasi pada keberhasilan bisnis. Dari pemaparan di atas, ditemukan masalah penelitian di lapangan yaitu dari lokasi grosir tidak strategis dan masuk gang sempit. Akan tetapi, minat beli pada grosir tersebut terbilang banyak. Jika dibandingkan di wilayah Dolopo terdapat pasar dan juga grosir yang terletak di pinggir jalan raya, tetapi minat beli konsumen lebih minat belanja di Grosir Berkah. Hal ini disampaikan langsung oleh pelaku usaha/*owner* Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun yang bernama Soib, “Untuk tempat usaha kan biasanya di pinggir jalan raya ya mbak, akan tetapi, menurut saya mendirikan grosir di tempat seperti ini tidak menjadi masalah bagi saya. Asal konsumen sudah tahu produk yang saya jual, pastinya bakal laku jualan saya dan terkenal,” tuturnya saat wawancara.⁶

Berdasarkan alasan tersebut diatas peneliti tertarik guna melakukan penelitian pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dengan judul **“ANALISIS LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO MADIUN”**.

⁵ Soib, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

⁶ Soib, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disampaikan sebelumnya maka permasalahan utama pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun?
2. Bagaimana dampak dari pemilihan lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dalam meningkatkan keberhasilan bisnis?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, adapun tujuan utama yang ingin dicapai pada penelitian ini ialah:

1. Untuk menganalisis lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dalam meningkatkan keberhasilan bisnis.
2. Untuk menganalisis dampak dari pemilihan lokasi usaha Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dalam meningkatkan keberhasilan bisnis.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan banyak memperkaya pengetahuan tentang lokasi yang strategis serta dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Sebagai bahan pembelajaran dan masukan untuk peneliti jika suatu saat mendirikan usaha retail agar selalu memperhatikan letak lokasi usaha.

2. Manfaat Praktis

- a. Harapannya penelitian ini bisa menyampaikan sebuah kritik, saran dan masukan yang berharga bagi pebisnis ritel pada hal ini berguna dalam menarik minat pembeli.
- b. Sebagai bahan informasi dan masukan masyarakat pada pentingnya penentuan lokasi usaha.

E. STUDI PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dan juga menambah sebagai bahan kajian. Adapun di bawah ini beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan:

Pertama, Anindia Pratama, *“Analisis Perencanaan Lokasi Cafe Cabang Baru Njajan.Co Dengan Menggunakan Metode Pemeringkatan Faktor Dan Analisis Swot”*, 2020. Rumusan masalah di dalam penelitian ini ada 2, yaitu: (1) Bagaimana penggunaan metode pemeringkatan faktor dalam pemilihan lokasi cabang baru cafe Njajan.co? (2) Bagaimana penggunaan analisis SWOT dalam perencanaan lokasi cabang baru café Njajan.co?. Teori yang digunakan adalah teori lokasi, strategi lokasi, faktor penentu lokasi dan analisis SWOT. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode yang memakai jenis penelitian dalam cangkupan terlihat dari taraf penelitiannya yakni model penelitian deskriptif. Penelitian ini ialah model penelitian yang sebatas menjelaskan kondisi sebuah objek tanpa menjalankan proses pengujian hipotesis. Pada penelitian ini, peneliti sudah

mempunyai penjelasan yang rinci kaitannya dengan subjek penelitian dan akan memakai pertanyaan *who* guna mencari informasi yang diperlukan. Hasil dari penelitian ini ialah Cafe Njajan.co dengan memilih sebuah tempat cafe cabang baru memakai cara pengklasifikasian faktor dengan dukungan beberapa faktor yang guna memilih lokasi usaha di antaranya, aksesibilitas, bahan baku, biaya, lingkungan, peraturan pemerintah, persaingan dan visibilitas. Metode ini juga dilakukan proses hitung dengan memakai bobot rating atas dasar cafe Njajan.co. Dari ketiga lokasi alternatif lokasi yang tersedia, cafe Njajan.co memilih Jl. Ruko Kraton Residence, Tegal Barat – Kota Tegal sebagai lokasi cafe cabang baru Njajan.co kelima. Kondisi ini mendapat dukungan dari pendapatan jumlah nilai yakni 69,72.

Beberapa faktor internal yang mendorong pemilihan lokasi cafe cabang baru Njajan.co yakni terkait faktor keunggulan yang diantaranya ialah lokasi yang strategis, list harga menu café yang terjangkau, tempatnya yang nyaman, kualitas SDM, serta dukungan fasilitas yang lengkap. Pada matriks IFE yang terlihat sangat berpengaruh guna mendorong faktor internal yakni lokasi yang nyaman, dengan memperoleh skor 0,62. Sedangkan faktor kekurangan dari cafe cabang Njajan.co yakni kurang menariknya menu makanan, rasa yang kurang dalam makanan, pemasaran yang belum optimal, sempitnya area, serta protokol kesehatan yang kurang diperhatikan. Faktor kelemahan yang begitu terlihat pada hal ini ialah menu makanan kurang menarik dengan skor 0,08.

Adapun juga faktor eksternal yang mendorong didirikannya cafe cabang Njajan.co yakni citra yang membekas bagi warga dengan skor pada matriks EFE yakni 0,67. Cafe Njajan.co juga diharuskan untuk bertahan dalam citra yang sudah menempel di masyarakat baik dari segi pelayanan, fasilitas, makanan dan lain-lain. Sedangkan faktor penghambat dari faktor eksternal yakni keadaan perekonomian skornya 0,13. 4. Pada hal ini keberadaan cafe cabang baru Njajan.co pada kondisi pertumbuhan stabil dengan mendapatkan nilai IFE 2,81 dan EFE 2,79 serta pada penelitian ini masih ditemukannya beberapa kelemahan yang ada pada cafe Njajan.co.

Café cabang Njajan.co terdapat pada Kuadan I pada grafik matriks strategi induk yang mana café Njajan.co condong oleh faktor kekuatan (strength) internal dan faktor peluang (opportunity) eksternal. Strategi yang perlu dilakukan pada keadaan ini ialah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).⁷

Kedua, Ira Farlina Roisah Sani, *“Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru)”*, 2019. Rumusan masalah di dalam penelitian ini ada 2, yakni (1) Bagaimana pengaruh pemilihan lokasi usaha terhadap keuntungan yang di peroleh pada Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru? (2) Bagaimana konsep Etika Bisnis Islam mengenai lokasi usaha dan tingkat penjualan pada Pasar Baru

⁷ Anindia Pratama, Skripsi: *“Analisis Perencanaan Lokasi Cafe Cabang Baru Njajan.Co Dengan Menggunakan Metode Pemeringkatan Faktor dan Analisis SWOT”*, (Tegal: Universitas Pancasakti Tegal, 2020), 67-68.

Rumbia dan Pasar Gaya Baru ?. Teori yang digunakan adalah teori lokasi usaha. Sedangkan metode penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan ialah sebuah penelitian yang dilaksanakan di lapangan atau di lokasi penelitian. Hasil dari penelitian ini bahwasanya lokasi memberikan pengaruh yang secara signifikan pada tingkat pendapatan, dan sebaiknya pedagang bisa lebih pintar dalam memilih lokasi yang strategis dengan cara memperhatikan faktor yang menjadi pertimbangan pada pemilihan lokasi usaha, misalnya: tempatnya yang gampang untuk dijangkau transportasi, bisa terlihat dengan jelas dari pinggir jalan, tersedianya tempat parkir yang aman dan luas, mempunyai jasa publik yang layak, letaknya berada dalam lingkup lalu lintas yang lancar, serta lokasi yang bermanfaat pada masyarakat sekitarnya dengan tujuan menambah penghasilan untuk para pedagang.⁸

Ketiga, Muh. Mardiyanshar Nasta, "*Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pantai Losari)*", 2017. Rumusan masalah pada penelitian ini ada 3, yakni (1) Bagaimana karakteristik aktivitas dan ruang usaha pedagang kaki lima di sepanjang Anjungan Pantai Losari kota Makassar?, (2) Apakah faktor penyebab pedagang kaki lima memilih lokasi berdagang di sepanjang Anjungan Pantai Losari kota Makassar?, (3) Bagaimana arahan kebijakan pemerintah kota Makassar dalam penataan dan penanganan pedagang kaki lima di

⁸ Ira Farlina Roisah Sani, Skripsi: "*Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru)*", (Lampung: Iain Metro. 2019), 52.

sepanjang Anjungan Pantai Losari kota Makassar?. Teori yang digunakan adalah lokasi usaha, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah sifatnya *riset and development* yang di dalamnya mencakup penelitian *survey*, yaitu melalui observasi dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi atau memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sebuah fenomena sosial/alam dengan bentuk yang sistematis, sesuai kenyataan dan akurat. Hasil dari penelitian ini ialah yang keberadaannya di sepanjang anjungan Toraja-Mandar yang memang diperuntukkan sebagai lokasi berdagang. Sebagian lagi tersebar di anjungan Bugis-Makassar dan Pantai Losari yang mendekati konsumen secara langsung sehingga memanfaatkan tingkat kunjungan yang tinggi.⁹

Sedangkan, Karmila, “*Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung Di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)*”, 2020. Rumusan masalah di dalam penelitian ini ada 2 yaitu: (1) Apakah lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap penjualan (studi survey pada warung di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas). (2) Bagaimana peninjauan lokasi usaha dan penjualan dalam ekonomi Islam (studi survey pada warung di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas). Teori yang digunakan adalah teori lokasi usaha, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Berdasarkan

⁹ Muh. Mardiyanshar Nasta, Skripsi: “*Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pantai Losari)*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2017), 112.

data yang diperoleh dari hasil kuesioner maka dilakukan analisis data menggunakan regresi sederhana dan deskriptif kuantitatif yang dilakukan secara manual dan dengan bantuan program SPSS, dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu ($6,614 \geq 4,08$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,014. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka tolak H_0 dan terima H_a artinya signifikan. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi usaha terhadap penjualan ditinjau dalam ekonomi Islam (studi survey pada warung di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas). Berdasarkan hasil kuesioner pada pernyataan peninjauan penjualan dalam ekonomi Islam dan dilakukan perhitungan didapatkan hasil dengan persentase 80,47% yang berada di interval 61% - 80% dikategorikan Baik. Sedangkan hasil observasi pada pernyataan peninjauan lokasi usaha dalam ekonomi Islam dan dilakukan perhitungan didapatkan hasil dengan persentase 79,58 % yang berada di interval 61% - 80% dikategorikan Baik.¹⁰

Berdasarkan penelitian terdahulu ada beberapa poin yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian terdahulu, fokus penelitian lebih mengarah pada strategi pemilihan lokasi usaha, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada analisis lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis. Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan tidak

¹⁰ Karmila, Skripsi: "*Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung Di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)*", (Tembilahan: SEKOLAH TINGGI AGAMA Islam (STAI) Auliaurrasyidin, 2020), 121.

terdapat kesesuaian dengan penelitian terdahulu, maka penelitian ini dapat dikatakan terbaru dan unik.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ialah sebuah usaha dalam proses pengumpulan, pencarian dan analisis pada sebuah permasalahan. Cangkupan penelitian ini diantaranya kegiatan untuk menelaah secara akurat terancang dan sistematis guna mencari pengetahuan baru yang bisa diandalkan kebenarannya. Jenis penelitian yang digunakan yakni kualitatif yang bersifat deskriptif.

Dengan sebuah pemahaman yang dijalani oleh subjek penelitian secara holistik dan secara deskriptif untuk membuat sebuah kalimat dan bahasa pada sebuah konteks khusus yang sifatnya alamiah dan dengan pemanfaatan metode ilmiah. Pendekatan deskriptif ialah guna menciptakan gambaran yang lebih detail.

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Penelitian ini dijalankan pada Grosir Berkah Desa Doho Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Alasan peneliti mengambil objek penelitian ini dengan alasan pesatnya perkembangan grosir tersebut.

3. Data dan Sumber Data

Data primer adalah data mentah yang prosesnya dilakukan oleh peneliti sendiri dari sumber utama untuk kebutuhan penelitian. Data primer yang dipakai pada penelitian ini ialah didapatkan dengan

langsung di lokasi penelitian lewat observasi dan wawancara kepada pemilik Grosir Berkah serta observasi terhadap lokasi usaha tersebut.

Gambar 1.1
Akses Lalu Lintas Menuju Grosir Berkah



Gambar di atas menunjukkan akses lalu lintas menuju Grosir Berkah dengan kondisi jalan tersebut terdapat jembatan kecil untuk akses menuju jalan raya.¹¹

Sumber data primer didapatkan dengan melaksanakan wawancara kepada Bapak Soib selaku pemilik usaha/*owner* Grosir Berkah, observasi langsung pada grosir dan dokumentasi. Data penelitian tersebut yakni informasi berkaitan dengan lokasi usaha Grosir Berkah, informasi terkait lokasi usaha lewat prosedur dan teknik pengambilan data yang bentuknya *interview* atau wawancara, observasi dan dokumentasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

¹¹ Dokumentasi dan Observasi, Olahan Peneliti, 10 Juni 2022.

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara atau proses yang terstruktur untuk mengumpulkan, mencatat, dan menyajikan fakta dalam kebutuhan tertentu. Pada penelitian kualitatif data yang diperoleh juga harus rinci, mendalam, dan spesifik.¹²

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan teknik:

a. Wawancara

Pada penelitian ini, teknik wawancara dipakai untuk teknik pengumpulan data penelitian. Wawancara merupakan proses didupatkannya penjelasan guna memperoleh informasi dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara peneliti dengan informan. Jadi, wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada Bapak Soib selaku pemilik usaha/*owner* Grosir Berkah yang dilaksanakan pada Minggu, 29 Januari 2022 dan Minggu, 01 Mei 2022. Dari wawancara tersebut peneliti akan mendapatkan informasi atau data untuk penelitian ini. Bapak Soib berkata, “Alhamdulillah sejak didirikan grosir di sini beberapa wilayah Dolopo dan Ngebel ambil barang untuk dijual lagi di Grosir Berkah ini, walaupun akses jalan yang sulit dan masuk.”, tuturnya pada saat wawancara.¹³

b. Observasi

Observasi ialah sebuah metode pengumpulan data yang memakai proses pengamatan secara langsung maupun tidak

¹² Anisa Evi Nurlaily, Skripsi: “*Analisis Minat Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Untuk Berinvestasi Di Galeri Investasi Bei Iain Ponorogo*”, (Ponorogo: Iain Ponorogo, 2020), 40.

¹³ Soib, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

langsung pada lokasi penelitian yang dipilih.¹⁴ Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan model observasi non partisipan, sehingga pada observasi non partisipan ini penulis tidak dilibatkan dan hanya dijadikan pengamat independen. Peneliti melakukan observasi secara langsung pada lokasi Grosir Berkah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah cara pengumpulan data yang memberikan hasil berupa beberapa catatan penting yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga akan didapatkan sebuah data yang lengkap dan bukan didasarkan pada perkiraan.¹⁵ Teknik ini dipakai peneliti guna mendapatkan data terkait gambaran umum perusahaan terkait pemilihan lokasi.

5. Teknik Pengolahan Data

Pada jenis penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilaksanakan sesudah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Pada hal ini, data sementara yang sudah dikumpulkan, data yang telah ada bisa diolah dan dilanjutkan dengan menganalisis data dengan bersamaan.

Pada saat analisis data, bisa kembali lagi ke lapangan guna mencari kelengkapan data yang sekiranya masih dibutuhkan dan dilakukan pengolahan kembali. Pengolahan data pada penelitian ini terdiri dari:

a. Reduksi Data

¹⁴ Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Kuningan: Sic , 2010), 96.

¹⁵ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Pt. Rineka Cipta, 2008),

Reduksi data ialah proses memilih, memusatkan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang timbul dari beberapa catatan lapangan. Data yang ada pada reduksi akan menjelaskan yang lebih spesifik dan memudahkan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data selanjutnya dan mencari data tambahan apabila masih dibutuhkan.

b. Penyajian Data

Penyajian data ialah kumpulan informasi terstruktur yang menjelaskan adanya kemungkinan terdapat sebuah penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ditujukan supaya data hasil reduksi terorganisasikan, terstruktur pada pola hubungan sehingga tambah mudah untuk dipahami.

c. Menarik Kesimpulan (Verifikasi)

Proses ini ialah tahap penarikan kesimpulan dari keseluruhan data yang didapatkan untuk hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan ialah langkah yang terakhir dari pengolahan data.¹⁶

6. Teknik Analisis Data

Pada proses analisis data penulis memakai teknik analisis data kualitatif atau memakai deskriptif kualitatif yakni menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi dan berbagai data yang terkumpul dalam bentuk hasil wawancara atau pengamatan terkait dengan berbagai permasalahan yang diteliti dan terjadi di lapangan.

¹⁶ Ibid., 40.

Pada hal ini dinamakan dengan kualitatif dikarenakan bentuk data yang terkumpul ini coraknya kualitatif dan tidak memakai alat pengukuran. Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah berbentuk kata atau perilaku.¹⁷

Pada tahap pertama dilaksanakan pengorganisasian data, proses berikutnya membaginya kedalam kelompok data dan mengkategorikan data selaras dengan pedoman yang sudah ditetapkan. Selanjutnya data disusun dan dilaksanakan penafsiran dan kesimpulan. Dalam menjelaskan penelitian ini penulis melakukan beberapa cara yakni:

a. Mempersiapkan Instrumen Data

Sebelum peneliti terjun untuk melaksanakan penelitian ke lapangan lebih awal peneliti melakukan proses persiapan dengan adanya beberapa pertanyaan supaya mempermudah dalam pengumpulan data.

b. Pengumpulan Data

Saat penelitian di lapangan, pertama kali yang dijalankan ialah pengumpulan data yang berkaitan dengan pemilihan lokasi usaha dan dampaknya, melakukan wawancara untuk memperoleh data dari Bapak Soib terkait lokasi usaha dan dampak pemilihan lokasi pada Grosir Berkah.

c. Klasifikasi Data

¹⁷ I Made Wiratha, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 155.

Sesudah melaksanakan penelitian langkah berikutnya ialah mengklasifikasikan data guna menentukan data yang berkaitan dengan permasalahan lokasi usaha Grosir Berkah beserta dampak dari pemilihan lokasi, selanjutnya mengelompokkannya untuk ditarik kesimpulan.

d. Analisis Data

Sesudah data terkumpul maka akan diteruskan analisis data dengan pendekatan analogis logika yakni dengan cara memaparkan serta menarik kesimpulan yang bertitik tolak pada beberapa hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang dipakai dalam memberikan jawaban atas permasalahan pada penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis lokasi usaha pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.
- 2) Menganalisis dampak pemilihan lokasi Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.
- 3) Penarikan Kesimpulan

Sesudah pengumpulan data selanjutnya ditarik kesimpulan serta mencantumkan saran-saran.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan ialah data yang masih perlu dilakukan pengolahan dan analisis keberlanjutan supaya menjadi data yang bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sesudah data didapatkan, langkah berikutnya ialah menjalankan uji keabsahan

data yang sudah diperoleh.¹⁸ Pemeriksaan keabsahan atau kebenaran data pada penelitian ini ialah memakai teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Teknik triangulasi sumber pada penelitian ini dilaksanakan dengan membandingkan hasil dari wawancara dari setiap sumber penelitian. Sedangkan teknik triangulasi metode pada penelitian ini dijalankan dengan pengecekan hasil penelitian dengan memakai teknik pengumpulan data yakni wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang memang sudah valid. Beberapa data itu didapatkan dari penelitian yang dilaksanakan pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami suatu penelitian yang berjudul “Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun”, maka penulisan pada penelitian ini akan dirangkai dalam bentuk yang sistematis dan terstruktur sebagaimana di bawah ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Pembahasan pada bab ini berkaitan dengan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dilaksanakannya penelitian, serta manfaat yang didapatkan sesudah melakukan penelitian terkait

¹⁸ Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Cv Jejak, 2018), 214.

dengan analisis pemilihan lokasi usaha di Grosir Berkah Doho Dolo Madiun memuat terkait metode penelitian. Bab ini juga berisi terkait dengan jenis dan pendekatan penelitian yang dipakai, tempat saat menjalankan penelitian, data dan sumber data yang didapatkan ketika proses penelitian, teknik pengumpulan data dengan bentuk wawancara untuk responden, melaksanakan observasi langsung ke lapangan, teknik pengecekan keabsahan data terhadap penelitian pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun, teknik pengelolaan data menggunakan Reduksi Data, Penyajian Data dan Menarik Kesimpulan (Verifikasi) sehingga memperoleh gambaran terkait analisis deskriptif mengenai lokasi usaha pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.

BAB II: KAJIAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan terkait pengertian lokasi, dimensi lokasi, faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi dan tahapan pemilihan lokasi. Selain itu juga dilengkapi studi penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yakni berkaitan dengan analisis pemilihan lokasi pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.

BAB III: PAPARAN DATA

Pada bab ini berisi tentang pemaparan data yang didapatkan dari pengumpulan hasil pengumpulan data yang telah dilaksanakan.

Data yang dipaparkan berupa data inti dan data pendukung yang nantinya akan dianalisis.

BAB IV: ANALISIS ATAU PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil analisis dari beberapa data yang diperoleh dari proses pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dijalankan.



BAB II

LOKASI DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS

A. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Menurut Philip Kotler dan Nancy Lee, saluran distribusi dalam bahasa yang sederhana, berarti cara yang digunakan untuk mengirimkan tawaran dan cara masyarakat mengaksesnya. Dalam pemasaran hal ini disebut *place* (tempat), dianggap salah satu keputusan penting yang dihadapi manajemen. Keputusan saluran distribusi memiliki implikasi terhadap dimana, bagaimana dan kapan tawaran akan dikirim dan diakses.¹

Lokasi usaha sama dengan strategi tempat dan distribusi, karena masalah tempat atau lokasi usaha dan layout gedung atau ruangan dengan segala pertimbangannya. distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen terakhir.² Banyak perusahaan manufaktur mengira pekerjaan mereka telah selesai begitu barang meninggalkan pabrik, mereka seharusnya memperhatikan bagaimana produk tersebut berpindah, mereka juga harus memperhatikan keseluruhan masalah distribusi produk pada pengguna akhir.³ Kedekatan infrastruktur misalnya jalan raya, transportasi publik, suplai energi, air, dan

¹ Philip Kotler Dan Nancy Lee, *Marketing In The Public Sector*, (Jakarta: Indeks, 2007), 108-109.

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 195.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*, (Jakarta: Indeks, 2005), 72.

kebutuhan penting lainnya. Semakin dekat bisnis dengan infrastuktur ini, maka semakin mudah bisnis bisa beroperasi.

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi juga dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Lokasi yang benar sangatlah diharapkan konsumen seperti mudah dijangkau, letaknya strategis, mudah transportasinya, dan dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi itu akan mendukung faktor yang lain.

Menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi itu sendiri merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat.⁴

Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha ritel. Banyak pengusaha ritel yang terkadang kurang memahami pentingnya lokasi ketika membuka usaha ritel sehingga tidak melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut. Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menilai suatu lokasi yang strategis adalah sebagai berikut: ⁵

⁴ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2, 92.

⁵ Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 43.

- a. Letak lokasi yang berada atau di sekitar (dekat dengan) pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran.

Letak lokasi ini menjadi strategis karena umumnya di pusat perdagangan dan perkantoran terdapat *traffic* yang sangat tinggi. Kepadatan lalu lintas secara otomatis menciptakan pasar atau membawa konsumen melewati lokasi usaha ritel dan memperbesar kemungkinan mereka untuk berhenti dan berbelanja, atau minimal mengetahui keberadaan usaha ritel tersebut.

- b. Kedekatan lokasi dengan lokasi pasar

Sebuah usaha dikatakan strategis bila mudah dijangkau target pasar atau konsumen.

- c. Terlihat jelas dari sisi jalan

Lokasi yang baik berarti mempermudah konsumen dalam melihat, mencari, dan menemukan usaha ritel ini. Dengan kata lain, lokasi yang baik memiliki visibilitas yang tinggi.

- d. Akses ke lokasi baik

Akses sangat mempengaruhi nilai strategis suatu lokasi. Kriteria akses yang baik misalnya jalan yang beraspal baik. Mulus tidak bergelombang, dan tidak berlubang, adanya pola rute jalan jalan yang teratur dan tidak semrawut, serta bebas dari ancaman banjir pada musim hujan.⁶

⁶ Ibid.

Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Hukum pemilihan lokasi toko memperhatikan apa yang disebut *law of retail trade movement*. Hukum ini menyatakan bahwa konsumen tertarik untuk belanja ke toko atau ke lokasi yang mempunyai banyak jenis dan persediaan barang dagangan, dan memiliki reputasi sebagai lokasi yang memiliki barang bermutu dengan harga bersaing.⁷

B. Dimensi Lokasi

Menurut Ratih Hurriyati, pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor diantaranya adalah:⁸

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jalan.
3. Tempat parkir yang luas dan aman.
4. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk memperluas usaha di kemudian hari.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
6. Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
7. Peraturan pemerintah.

⁷ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 109.

⁸ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 56.

C. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:⁹

1. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau.
2. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat.
3. Lalu lintas, dalam hal ini ada dua hal yang perlu diperhatikan:
 - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya dorongan untuk membeli.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa atau produk yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi tersebut.
8. Peraturan pemerintah

Keuntungan pemilihan lokasi yang tepat adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
2. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan.
3. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong secara terus menerus.
4. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha.

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 159.

5. Memiliki nilai dan harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
6. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.¹⁰

D. Tahap Pemilihan Lokasi

Tiga tahap yang harus dilalui jika suatu lokasi akan dipilih sebagai lokasi usaha, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap pertama: melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah.
2. Tahap kedua: memperhatikan pengalaman usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya.
3. Tahap ketiga: mempertimbangkan dan menilai dampak sosial atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi.¹¹

Dari uraian di atas dapat di jelaskan bahwa yang perlu dipertimbangkan dari tahap pertama yaitu jenis proses produksi dan jenis barang hasil atau produk yang akan menentukan spesifikasi umum, sedangkan tahap kedua jenis barang hasil produksi dan proses pengerjaannya selalu akan menentukan kekhususan lokasi tersebut, dan tahap ketiga dari kelompok masyarakat-masyarakat yang terbaik ini salah satu masyarakat atau daerah harus dipilih sebagai lokasi terakhir.

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006), 141.

¹¹ Jumingan, *Study Kelayakan Bisnis*, (Gilingan: Bumi Aksara, 2009), 124-125

BAB III

LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO MADIUN

A. Gambaran Umum Grosir Berkah

1. Sejarah Berdirinya Grosir Berkah

Grosir Berkah merupakan salah satu grosir yang terletak di Desa Doho Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Berdiri pada tahun 2010, yang didirikan oleh Bapak Soib orang asli Nganjuk yang merantau di Desa Doho. Sebelum mendirikan grosir, beliau menjual aneka *frozen food* dengan cara berkeliling menggunakan motor, beliau juga masih mengontrak rumah sekalian dijadikan toko *frozen food* di wilayah Desa Doho selama tujuh tahun. Bahkan lokasinya berada di gang yang lebih sempit dan jalan buntu. Kemudian seiring berjalannya waktu, Pak Soib membeli salah satu lahan kosong di wilayah Desa Doho dan beliau mendirikan Grosir yang bernama Berkah.¹

Setelah Grosir Berkah berdiri di Desa Doho, grosir tersebut mengalami perkembangan yang pesat dan mendapatkan respon baik dari lingkungan sekitar. Sekarang Grosir Berkah tidak hanya menjual produk *frozen food* saja, akan tetapi sudah menjual banyak produk makanan ringan atau *snack* dan kebutuhan pokok sehari-hari.

¹ Soib, wawancara, 01 Mei 2022.

2. Struktur Organisasi

Setiap usaha memiliki struktur organisasi guna untuk mempermudah jalannya usaha tersebut. Pada Grosir Berkah terdapat struktur organisasi yang bertugas mengelola jalannya grosir, terdapat tiga karyawan di Grosir Berkah dan tanggung jawab penuh di-*handle* langsung oleh Pak Soib selaku pemilik usaha. Berikut gambar bagan struktur organisasi pada Grosir Berkah:

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Pada Grosir Berkah



Prosedur jam kerja pada Grosir Berkah dilaksanakan per *shift* yaitu untuk pagi dua karyawan sedangkan untuk sore ada satu karyawan. Hal ini untuk mempermudah setiap melayani konsumen, terkadang pemilik usaha/*owner* juga ikut membantu dalam pekerjaan karyawannya.²

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Grosir Berkah Desa Doho Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Peneliti melakukan observasi pada

² Ibid., 28.

Grosir Berkah untuk memperoleh data penelitian dan kemudian data yang diperoleh akan dianalisis sesuai rumusan masalah yang ada.³

B. Lokasi Usaha Dalam Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, kedelapan faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha antara lain:

1. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Pak Soib selaku *owner*, sebagai berikut:

“Tidak sih mbak. Kalo udah jalan kayak gini enak disini mbak. Kalo jalan raya itu, pajak. Masuk pajak, kan itu tiap tahun, tiap bulan kan pajak. Tapi cepetnya rame cepet di pasar, pinggir pasar. Mungkin itu ada teman yang beli rumah, tanah itu sekitar 2 M, itu kan terlalu banyak modal. Tempat. Tempatnya mungkin yang strategis itu jalan pasar, tempat penduduk pasar. Strateginya tidak ada mbak, kemarin sebelumnya kan keliling to mbak, keliling di sekolah-sekolahan dimana-mana. Otomatis sebelumnya, tempat kayak gini tidak perlu di depan, tidak perlu. Dibelakang saja kalo sudah terkenal gitu bisa”.⁴

Hal ini juga disampaikan oleh Maulana Wulida konsumen yang belanja di Grosir Berkah, “Kalo menurut saya, ya lumayan sulit sih, mbak. Karena, saya juga konsumen baru. Jadi ya, menurut saya lokasinya itu kayak masuk-masuk gang gitu. Jadi, jadi lumayan sulit sih”.⁵

Kemudian disampaikan oleh salah satu karyawan Grosir Berkah yaitu Puji, “Mudah dijangkau di sini grosirnya, walaupun kalo dari luar tidak kelihatan kalo ada grosir”.⁶

³ Ibid., 28.

⁴ Soib, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

⁵ Maulana Wulida, *Wawancara*, 28 April 2022.

⁶ Puji, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dari pernyataan pemilik usaha/*owner* yakni Pak Soib, bahwasannya aksesibilitas tidak menjadi hal penting dalam mendirikan sebuah usaha. Jika menurut salah satu konsumen Grosir Berkah yang bernama Maulana Wulida, sulit untuk dijangkau, sedangkan menurut Puji selaku karyawan Grosir Berkah, lokasi grosir mudah dijangkau.

2. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Pak Soib, sebagai berikut:

“Dulu sulit mbak, sulit. Untuk bertahan itu sulit, disini kan baru mbak termasuk di rumah sendiri kan baru. Sebelumnya juga udah ngontrak tujuh tahun atau delapan tahun sebelumnya beli tanah disini. Sulitnya disitu, pas waktu ngontrak itu. Kontrakannya habis bingung, bingungnya listrik. Listrik juga tidak kuat, listrik biasa kan 450-900 juga tidak kuat mbak. Listriknya harus besar buat *frezeer*”.⁷

Hal ini juga disampaikan oleh salah satu konsumen Grosir Berkah yakni Maulana Wulida, “Ya kalo saya, jujur saya sebenarnya tidak tau. Walaupun pernah lewat di jalan raya sekitaran situ. Tapi saya taunya dari temen saya yang memberi tau, jadi menurut saya kalo sudah langganan ini pasti sudah tau kalo belum ya mungkin, lumayan sulit untuk melihatnya”.⁸

Kemudian disampaikan juga oleh Lilik salah satu karyawan Grosir Berkah, “Menurut saya mudah, karena saya tiap hari di sini. Kalo untuk yang langganan pastinya sudah hafal, kalo yang belum tahu ya tidak tahu kayaknya

⁷ Soib, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

⁸ Maulana Wulida, *Wawancara*, 28 April 2022.

jika di sini ada grosir kalo tidak keadaan rame gitu mbak. Ya terus jalannya juga masuk-masuk gitu”.⁹

Sedangkan Kang Rip *sales* di Grosir Berkah menyampaikan, “Kurang bagi saya. Karena, letak grosirnya agak masuk ke barat terus tidak ada papan nama grosir. Malah yang jelas tulisannya itu madrasah diniyahnya yang sepeerti mushola gitu”.¹⁰

Dari hasil wawancara di atas, bahwa visibilitas atau kemudahan untuk dilihat dari Grosir Berkah sulit untuk dilihat para konsumen dan *sales*. Akan tetapi, menurut Pak Soib hal itu tidak menjadi masalah yang penting. Dimana pun letak grosir, bagi beliau semua tempat sama.

3. Lalu lintas

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Hidayatul Mu'ammalah karyawan yang bekerja di Grosir Berkah, “Kalo kemacetan tidak ada, mungkin dari setelah kiri, kiri grosir itu ada banyak sekali polisi tidur. Karena ada banyak. Karena grosir ini juga dijadikan tempat TPA jadi ada banyak anak sehingga dibangun polisi tidur dan juga jalan yang cukup sempit, karena memang di dalam gang.”¹¹

Hal ini juga disampaikan oleh Emma Imro'atul Fadillah, salah satu konsumen pada Grosir Berkah, “Ada sedikit kendala karena melewati jembatan kecil jadi harus lebih berhati-hati”.¹²

⁹ Lilik, *Wawancara*, 25 April 2022.

¹⁰ Kang Rip, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

¹¹ Hidayatul Mu'ammalah, *Wawancara*, 18 April 2022.

¹² Emma Imro'atul Fadillah, *Wawancara*, 23 April 2022.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menjelaskan bahwasannya untuk lalu lintas pada Grosir Berkah tidak ada kemacetan dikarenakan jalannya bukan termasuk jalan raya, akan tetapi ada sedikit kendala pada jalan perumahan warga dan terdapat banyak polisi tidur dan setiap sore jika konsumen belanja di Grosir Berkah akan dibarengi dengan penjemputan anak-anak yang mengaji di madrasah diniyah yang dikelola oleh Pak Soib.

4. Tempat parkir yang luas dan aman

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Emma Imro'atul Fadillah salah satu langganan atau konsumen tetap di Grosir Berkah, “Lumayan luas dan aman. Tempat parkir lumayan luas dan aman karna agak masuk tapi kalau sore hari sangat ramai tempat parkir jadi satu dengan penjemput anak TPA”.¹³

Hal ini juga disampaikan oleh Hanik Nurwaida konsumen Grosir Berkah, “Untuk tempat parkirnya sudah luas mbak, untuk parkir ya. Udah cukuplah untuk menampung kendaraan konsumen”.¹⁴ Dan juga disampaikan oleh sales Grosir Berkah, “Ya itu tadi mbak, pakek motor aman parkir strategis. Kalo mobil susah parkirnya. Mau atret juga susah juga belok-belok jalannya sempit”.¹⁵

Dari hasil wawancara di atas, bahwasannya terkait tempat parkir dikatakan luas dan aman untuk sepeda motor. Akan tetapi, jika untuk parkir mobil tempat parkirnya dianggap kurang strategis.

¹³ Emma Imro'atul Fadillah, *Wawancara*, 23 April 2022.

¹⁴ Hanik Nurwaida, *Wawancara*, 15 April 2022.

¹⁵ Kang Rip, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Pak Soib, “Kalo buka cabang Inshaa Allah tidak. Tetap disini, soalnya disini ada madrasahny. Nunggu madrasahny”.¹⁶ Hal ini juga disampaikan oleh Hidayatul Mu'ammalah, “Kalo itu kurang tau, pernah ada kemungkinan Grosir Berkah kalo itu tidak tau. Sepertinya kalo tidak salah, tidak”.¹⁷

Dari hasil wawancara di atas, bahwasannya Grosir Berkah tidak akan membuka cabang ataupun memperluas tempat usahanya. Dikarenakan ada madrasah diniyah yang harus dikelola juga oleh pemilik usaha/*owner*.

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa atau produk yang ditawarkan

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Hidayatul Mu'ammalah, “Cukup memudahkan, karena ada sekitarnya di sekitar grosir ini, tidak ada toko-toko kecil atau semacam toko sembako kayak gitu. Jadi, bisa dijadikan patokan dan juga harganya juga terlampaui standard dengan harga di pasar. Karena, kalo agak ke utara sedikit beberapa ratus meter itu sudah ada menemukan pasar”.¹⁸

Hal ini juga disampaikan oleh Maulana Wulida selaku konsumen, “Ya jika lingkungan sekitar mendukung pastinya mendukung, karena ya mendongkrak perekonomian di situ juga. Terus mempermudah,

¹⁶ Soib, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

¹⁷ Hidayatul Mu'ammalah, *Wawancara*, 18 April 2022.

¹⁸ Hidayatul Mu'ammalah, *Wawancara*, 18 April 2022.

mempermudah penduduk sekitar untuk membeli bahan-bahan pokok seperti itu”.¹⁹

Dari hasil wawancara di atas, bahwasannya respon atau tanggapan dari lingkungan sekitar mengenai adanya Grosir Berkah mendapat respon baik dan mendukung dengan adanya usaha retail tersebut. Sehingga memudahkan warga juga untuk belanja kebutuhan pokok sehari-hari.

7. Persaingan, yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi tersebut

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Pak Soib, “Harga mbak. Harga tidak bisa, harga sama pesaing itu main diharga tidak berani mbak. Soalnya masih babat, kalo nanti dihargani sama mungkin lebih rendah itu ndak bisa mbak. Harga”.²⁰

Hal ini juga disampaikan oleh Hidayatul Mu'ammalah karyawan yang bekerja di Grosir Berkah, sebagai berikut:

“Pesaingnya, sepertinya untuk pesaing itu sangat susah ya. Maksudnya sangat susah itu, untuk menyaingi grosir ini. Karena yang pertama ini adalah grosir *frozen food* pertama di daerah Dolopo dan juga yang kedua, pesaing-pesaingnya lain itu baru beberapa, kalo nggak salah dua, dua itu juga baru buka dan apalagi yang di Dolopo di samping SMP 1 itu dulu buka sekarang sudah tidak, karena masih kalah dengan apa ya enakya, harga di grosir ini lebih dijangkau untuk para penjual”.²¹

Hal ini juga disampaikan oleh Maulana Wulida konsumen Grosir Berkah, “Kalo ada pesaing itu udah wajar sih mbak. Tapi menurut saya juga tidak begitu berpengaruh bagi grosir berkah ini, karena juga grosir ini juga

¹⁹ Maulana Wulida, *Wawancara*, 28 April 2022.

²⁰ Soib, *Wawancara*, 1 Mei 2022.

²¹ Hidayatul Mu'ammalah, *Wawancara*, 18 April 2022.

sudah terkenal selain itu juga, ya semua tergantung kualitasnya pokoknya itu. Menurut saya nggak masalah”.²²

Dari hasil wawancara di atas, bahwasannya terkait persaingan terletak pada harga. Grosir Berkah tidak bisa memberikan harga yang lebih murah akan tetapi dari hasil observasi dan wawancara harga-harga produk pada Grosir Berkah sudah terjangkau.

C. Dampak Pemilihan Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah

Dari hasil wawancara yang diperoleh, menurut Emma Imro'atul Fadillah, “Tidak banyak orang yang tau kalau dilihat dari tempatnya, tapi karna memang produknya banyak dan kemungkinan lumayan murah dari grosir lainnya jadi mungkin cara pemasarannya dengan *word of mouth* atau informasi dari mulut ke mulut”.²³

Hal ini juga disampaikan oleh Hanik Nurwaida, “Kalo dilihat dari tempatnya memang kemungkinan kecil ya, dijangkau banyak konsumen. Tapi dilihat sekarang, kebanyakan malah yang belanja itu kesitu, karena yaitu tadi. Kelengkapan produknya sama harganya terjangkau”.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bahwa dampak penjualan pada Grosir Berkah terbilang laris atau banyak penjualannya. Dengan alasan di Grosir Berkah kelengkapan produk yang dijual serta harga yang terjangkau.

²² Maulana Wulida, *Wawancara*, 28 April 2022.

²³ Emma Imro'atul Fadillah, *Wawancara*, 23 April 2022.

²⁴ Hanik Nurwaida, *Wawancara*, 15 April 2022.

BAB IV

ANALISIS LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN

KEBERHASILAN BISNIS PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO

MADIUN

Pada bab ini, penulis menjelaskan dan menjawab tentang beberapa data yang sudah ditemukan mengenai lokasi usaha dan dampak dari pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis. Berangkat dari sini, penulis mencoba mendeskripsikan data-data yang telah penulis temukan berdasarkan logika dan diperkuat dengan teori-teori yang sudah ada, peneliti menggunakan teori lokasi usaha dari Fandy Tjiptono kemudian diharapkan bisa menemukan sesuatu yang baru.

A. Lokasi Usaha Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun

1. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau

Menurut Tjiptono, aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Indikator dari aksesibilitas yaitu: jarak; akses ke tempat lokasi, transportasi; arus lalu-lintas.¹ Aksesibilitas menjadi ukuran kemudahan lokasi usaha untuk dijangkau para konsumen ke lokasi lainnya yang melalui transportasi. Dari situlah, para konsumen bisa merasakan bagaimana belanja di Grosir Berkah dengan kondisi lokasi masuk gang sempit dan grosir yang tidak terlalu luas.

¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2014), 159.

Dari hasil penelitian, bahwasannya Grosir Berkah juga memerlukan aksesibilitas dalam mendirikan sebuah usaha. Dikarenakan Grosir Berkah tidak ada strategi untuk mempromosikan grosir, jadi hanya dengan metode ingin mendirikan usaha dan menjadikan usaha tersebut perkembangan pesat. Akan tetapi menurut pemilik usaha/*owner* untuk mendirikan sebuah usaha tidak harus memperhatikan aksesibilitas, berbeda lagi dengan konsumen. Konsumen memerlukan aksesibilitas ketika ingin belanja di grosir atau usaha retail lainnya.

Aksesibilitas menjadi hal penting untuk konsumen karena keterjangkauan sebuah grosir menjadi pertimbangan konsumen untuk belanja. Dari hasil wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti, menurut pemilik usaha/*owner* bahwa lokasi Grosir Berkah ini tidak mempengaruhi penjualannya walaupun letak grosir berada di gang sempit dan letak grosir sendiri sedikit masuk ke barat. Grosir Berkah juga tidak mempunyai strategi dalam mendirikan usahanya, yang dibutuhkan adalah hanya mendirikan usaha retail tanpa memilih lokasi yang harusnya mudah dijangkau dan dilihat.

Aksesibilitas atau kemudahan untuk dijangkau menurut karyawan dan beberapa konsumen pada Grosir Berkah adalah lokasi Grosir Berkah mudah dijangkau dengan kondisi tersebut. Sedangkan menurut *sales*-nya, Grosir Berkah kurang dijangkau dengan lokasi yang masuk gang dan kondisi jalan yang berbelok-belok.

Jadi, untuk aksesibilitas menurut teori dan kenyataan di lapangan tidak ada kesesuaian dengan teori. Karena Grosir Berkah kurang dijangkau oleh

konsumen dan *sales*. Akan tetapi, hal itu tidak menjadi kendala bagi Grosir Berkah hanya saja untuk mempertahankan agar konsumen tetap belanja di grosir tersebut masih terbilang cukup sulit.

2. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat

Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Ketiga tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.²

Visibilitas yaitu mudah dan dapat dilihat dengan jelas fisik bangunannya, sehingga tidak sukar dicarinya. Para konsumen akan menginap belanja pada sebuah usaha retail oleh pandangan pertama. Visibilitas menggambarkan lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Visibilitas juga bisa diartikan sebagai keadaan yang dapat dilihat dan diamati, hal ini agar memudahkan konsumen untuk mengetahui letak atau lokasi sebuah usaha yang didirikan. Khususnya visibilitas ini kemudahan untuk dilihat dari sisi jalan.

Dari hasil penelitian, Grosir Berkah tidak sepenuhnya menggunakan poin visibilitas ini, dikarenakan sebelum mendirikan grosir di lokasi sekarang yang terletak di Desa Doho, sebelumnya sudah membuka toko kecil di rumah kontrakannya selama tujuh tahun dan lokasinya sangat tidak strategis yakni di jalan buntu dan masuk gang sempit yang diapit dua rumah warga yang berdempetan. Dengan usaha dan tekad yakin Pak Soib memberanikan diri

² Kadek Mery Chelviani, Made Ary Meitriana, Iyus Akhmad Haris, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017, p-ISSN : 2599-1418 e-ISSN : 2599-1426, 259.

membuka toko di lokasi tersebut dikarenakan ingin merintis usahanya yang dari keliling menjual *frozen food* menjadi mempunyai toko sendiri walaupun kecil dan berada di lokasi yang tidak strategis, bahkan tidak terlihat jika di wilayah situ ada toko.

Visibilitas ini tidak menjadi hal penting bagi Grosir Berkah dalam mendirikan sebuah usaha. Dari hasil wawancara, bahwasannya Pak Soib selaku pemilik usaha/*owner* tidak terlalu mempertimbangkan visibilitas ini, dari pengalaman sebelumnya Pak Soib sudah keliling di sekolah-sekolah untuk memperkenalkan produk yang dijual dan membuka toko kecil di kontrakan.

Untuk konsumen dan *sales*, visibilitas merupakan hal penting jika ingin belanja dan melakukan pengiriman produk. Kemudahan untuk dilihat adalah hal utama bagi konsumen dan *sales*, sebuah usaha harus terletak pada lokasi yang strategis dan terlihat jelas. Hal ini menjadi pendapat yang berbeda antara pemilik usaha/*owner*, konsumen dan *sales*. Sedangkan bagi karyawan pada Grosir Berkah, visibilitas atau kemudahan dilihat juga menjadi tolok ukur sebuah usaha. Namun, menurut karyawan Grosir Berkah, usaha retail ini mudah untuk dilihat.

Jadi, dari teori visibilitas dengan kondisi di lapangan terjadi tidak adanya kesesuaian dengan teori yang ada. Grosir Berkah tidak mudah dilihat oleh para konsumen.

3. Lalu lintas

Lalu lintas di dalam Undang-undang No 22 tahun 2009 didefinisikan sebagai gerak Kendaraan dan orang di Ruang Lalu Lintas Jalan, sedangkan yang dimaksud dengan Ruang Lalu Lintas Jalan adalah prasarana yang diperuntukkan bagi gerak pindah Kendaraan, orang, dan/atau barang yang berupa Jalan dan fasilitas pendukung.³

Pemerintah mempunyai tujuan untuk mewujudkan lalu lintas dan angkutan jalan yang selamat, aman, cepat, lancar, tertib dan teratur, nyaman dan efisien melalui manajemen lalu lintas dan rekayasa lalu lintas. Tata cara berlalu lintas di jalan diatur dengan peraturan perundangan menyangkut arah lalu lintas, prioritas menggunakan jalan, lajur lalu lintas, jalur lalu lintas dan pengendalian arus di persimpangan.⁴

Dari hasil penelitian, terkait dengan lalu lintas menuju Grosir Berkah tidak ada kendala seperti kemacetan. Dikarenakan jalan yang sempit masuk gang dan terdapat beberapa polisi tidur tidak menjadikan begitu masalah jalan menuju Grosir Berkah. Pemilik usaha yakni Pak Soib juga tidak mempermasalahkan terkait lalu lintas menuju grosirnya, yang terpenting Grosir Berkah sudah terkenal di benak warga dan produk yang dijual di Grosir Berkah laku terjual dengan target yang telah ditentukan.

Sedangkan menurut konsumen Grosir Berkah, lalu lintas pada grosir tersebut sedikit ada kendala yaitu banyaknya polisi tidur dan jalan yang

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Lalu_lintas, Diakses Pada Rabu 11 Mei 2022, Pukul 20.44.

⁴ https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Lalu_Lintas, Diakses Pada Jum'at, 06 Mei 2022, Pukul:

sempit berbelok-belok. Di sebelah utara grosir akses jalannya lebih sulit dikarenakan ada jembatan gantung kecil yang muat hanya satu sepeda motor, sehingga konsumen yang belanja dari arah utara harus hati-hati. Disisi lain, setiap sore akan bersamaan dengan orang tua yang menjemput anaknya yang selesai mengaji di madrasah diniyah samping Grosir Berkah, hal ini akan menimbulkan sedikit kemacetan.

Pada saat pengiriman produk, *sales* pun tidak terlalu mempermasalahkan lalu lintas menuju Grosir Berkah. Akan tetapi, ketika pengiriman barang dibarengi dengan konsumen yang berbelanja akan menjadikan kesulitan untuk pengiriman produk, seperti mobil *sales* harus rela mengalah dengan kendaraan-kendaraan konsumen.

Jadi, pada lalu lintas menuju Grosir Berkah sudah sesuai dengan teori yang ada yakni tidak ada kendala seperti halnya kemacetan.

4. Tempat parkir yang luas dan aman

Ruang parkir yang dibutuhkan harus tersedia secara memadai. Semakin besar volume lalu-lintas yang beraktivitas baik yang meninggalkan atau menuju toko, maka semakin besar pula kebutuhan ruang parkir, bila tidak cukup kendaraan tersebut akan mengambil parkir di tepi jalan, sehingga menyebabkan kesemrawutan.⁵

Tempat parkir menjadi poin utama ketika mendirikan suatu usaha, karena konsumen yang jarak rumahnya jauh dari grosir pastinya belanja akan

⁵ Kadek Mery Chelviani, Made Ary Meitriana, Iyus Akhmad Haris, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017, p-ISSN : 2599-1418 e-ISSN : 2599-1426, 259.

mengendarai transportasi dan memerlukan lahan untuk memarkir kendaraannya.

Dari hasil penelitian, Grosir Berkah sudah mempunyai tempat yang cukup luas dan aman untuk menampung kendaraan konsumen yang belanja di grosir yang mayoritas konsumen belanja di grosir mengendarai motor. Akan tetapi, jika beberapa konsumen belanja di Grosir Berkah mengendarai mobil kemungkinan kecil lahan untuk parkir akan sempit dan jatuhnya akan parkir di pinggir jalan, sedangkan jalan menuju Grosir Berkah bukan jalan raya melainkan gang dan banyak polisi tidur. Pasti jika ada konsumen yang belanja di Grosir Berkah mengendarai mobil akan mengalami kesulitan untuk parkir.

Khususnya bagi *sales* yang melakukan pengiriman produk ke Grosir Berkah, harus siap sedia ketika Grosir Berkah ramai konsumen dan bersamaan dengan pengiriman produk. Dari hasil penelitian, pengiriman produk ke Grosir Berkah tidak selalu dikirim oleh *sales* melainkan Bapak Soib selaku pemilik usaha atau *owner* mengambil produk sendiri atau tengkulak sendiri. Tapi, mayoritas produk dikirim oleh para *sales*. Dikarenakan banyak produk yang tidak dijangkau jika tengkulak sendiri oleh pemilik usaha.

Jadi, menurut teori tempat parkir dengan keadaan di lapangan sudah sesuai. Pada Grosir Berkah tempat parkir yang luas dan aman sudah terpenuhi. Konsumen Grosir Berkah mayoritas mengendarai sepeda motor dibandingkan mengendarai mobil.

5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari

Ekspansi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbesar perusahaan dari ukuran yang lebih kecil menjadi ukuran yang lebih besar karena permintaan yang makin bertambah terhadap barang-barang atau jasa-jasanya. Perluasan atau ekspansi bisnis diperlukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai efisiensi, menjadi lebih kompetitif, serta untuk meningkatkan keuntungan atau *profit* perusahaan.⁶

Ekspansi perusahaan umumnya dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan atau kemajuan sebuah perusahaan atau anak perusahaan selain dari meningkatkan jumlah pelanggan.⁷ Ekspansi juga bisa diartikan suatu tindakan yang dilakukan untuk tujuan menjadi besar atau bisa dikatakan cara atau strategi untuk lebih memperkenalkan usahanya pada konsumen.

Dari hasil penelitian, bahwasannya Grosir Berkah tidak akan memperluas lokasi usaha ataupun membuka cabang grosir. Dikarenakan, tidak ada tempat lagi untuk memperluas grosir dan Pak Soib di rumah juga mendirikan madrasah diniyah, jadi beliau selain mengelola grosir juga mengelola madrasah diniyah. Beliau lebih memilih fokus mengembangkan

⁶ Kadek Mery Chelviani, Made Ary Meitriana, Iyus Akhmad Haris, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017, p-ISSN : 2599-1418 e-ISSN : 2599-1426, 259.

⁷ Ibrahimsyah, 2008, Era Gemilang Bakrie Telkom, [Http://Www.Inilah.Com/Berita/Ekonomi/2008/03/18/18269/Era-Gemilang-Bakrie-Telecom/](http://www.inilah.com/Berita/Ekonomi/2008/03/18/18269/Era-Gemilang-Bakrie-Telecom/), Diakses Pada Selasa, 10 Mei 2022, Pukul 07.52.

lagi Grosir Berkah di lokasi itu dan grosir tersebut saat ini sedang kondisi ramai-ramainya.

Jadi, menurut teori ekspansi dengan kondisi di lapangan tidak ada kesesuaian, dikarenakan dari tempat atau lokasi usaha memang tidak tersedia untuk perluasan dikemudian hari. Jika Grosir Berkah nantinya ingin memperluas lokasi usaha dari hasil observasi peneliti sudah tidak lagi memungkinkan, dikarenakan letak grosir sudah diapit rumah pemilik usaha dan rumah warga. Sedangkan menurut konsumen dan *sales* berpendapat bahwa Grosir Berkah bisa membuka cabang grosir di lokasi yang lebih strategis dan lebih mudah dilihat oleh konsumen, selain itu jika mendirikan cabang grosir penghasilan atau *profit* juga akan bertambah.

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa atau produk yang ditawarkan

Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis (perusahaan). Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja. Hal ini termasuk hubungannya dengan pelanggan, suppliers, serikat dagang dan pemegang saham. Lingkungan bisnis berperan dalam mempengaruhi penetapan strategi organisasi.⁸

Lingkungan merupakan hal yang penting dalam berwirausaha. Jika dalam menentukan lingkungan salah memilih maka usaha tersebut bisa tidak

⁸ Slamet Riyanto, Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun, Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi Vol.5 No.3 November 2018, ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331, 161.

berjalan dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Lingkungan disatu sisi dapat menjadi peluang dari bisnis yang akan dijalankan, namun di sisi lain lingkungan juga dapat menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis. Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis yang akan dijalankan. Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas semakin ramainya lokasi sekitar lokasi bisnis, timbulnya kerawanan sosial, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja dari luar daerah.⁹ Lingkungan atau daerah sekitar grosir yang didirikan sebuah usaha akan memberikan dampak tersendiri bagi pemilik usaha/*owner* atau dampak dari Grosir Berkah itu sendiri. Misalnya, mendukung adanya grosir atau usaha tersebut tidak, apakah akan belanja di grosir tersebut atau bahkan tidak belanja sama sekali pada grosir tersebut.

Dari hasil penelitian, tanggapan dari lingkungan sekitar memberikan respon baik atas adanya Grosir Berkah ini seperti mayoritas warga belanja di Grosir Berkah. Akan tetapi, ada juga warga yang belanja di Grosir Berkah hanya untuk membeli *frozen food*. Dikarenakan Grosir Berkah terkenal dengan produk *frozen food*-nya yang lengkap dan harga terjangkau dibanding

⁹ Kadek Mery Chelviani, Made Ary Meitriana, Iyus Akhmad Haris, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017, p-ISSN : 2599-1418 e-ISSN : 2599-1426, 259..

lainnya. Walaupun di Grosir Berkah banyak produk *frozen food* tapi juga menjual produk lainnya seperti salah satunya kebutuhan pokok sehari-hari.

Jadi, teori lingkungan dengan kondisi di lapangan sesuai dengan teori yakni lingkungan sekitar mendukung adanya usaha retail ini.

7. Persaingan, yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi tersebut

Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan strategik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.¹⁰ Dalam persaingan kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.¹¹

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan dan sebagai ajang mempromosikan toko dan produknya. Terkait ada tidaknya pesaing sejenis di lokasi Grosir Berkah pastinya ada pesaing, termasuk toko-toko hingga sama-sama grosir dan menjual produk yang sama. Persaingan juga merupakan hal wajar dalam sebuah usaha, terpenting dalam usaha atau bisnis melakukan persaingan yang sehat. Persaingan sehat memperlihatkan

¹⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), 83-84.

¹¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2012), Cetakan ke-7,

keunggulan masing masing secara baik atau sebagaimana mestinya yang dilakukan oleh perseorangan atau setiap usaha yang dibangun.

Dari hasil penelitian, untuk pesaing Grosir Berkah di sekitar lokasi tersebut memang ada terpaut jarak kurang lebih satu kilometer. Dan terletak di pinggir jalan raya serta dekat dengan pasar Dolopo. Terkait dengan pesaing sudah hal sewajarnya jika mendirikan sebuah usaha pastinya ada pesaing yang sejenis. Letak perbedaan Grosir Berkah dengan grosir lainnya adalah terkenalnya produk yang dijual di grosir, semua terletak pada ciri khas dan strategi dari masing-masing grosir untuk memikat hati konsumen agar belanja di grosir yang dipromosikan.

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha/*owner*, bahwa persaingan yang berat terletak pada harga produk yang dijual. Terlebih Grosir Berkah ini sudah terkenal dengan harga yang terjangkau dan sudah mempunyai banyak pelanggan tetap jika ingin menaikkan harga juga harus mempertimbangkan sedangkan jika ingin menjual dengan harga di bawah pasaran Grosir Berkah juga tidak berani di kondisi sekarang ini, semua harga-harga naik termasuk pajak. Pada intinya, semua grosir ataupun usaha lainnya tetap ada persaingan atau pesaing yang sejenis, sehingga semua akan memperlihatkan keunggulan dari masing-masing usaha yang dijalani.

Jadi, dari teori persaingan dengan keadaan di lapangan sudah sesuai dengan teori yakni terdapat pesaing sejenis di wilayah sekitar Grosir Berkah.

B. Dampak Pemilihan Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah

Menurut Dedi Haryadi, keberhasilan usaha biasanya dicirikan dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Hal tersebut bisa dilihat dari volume produksinya yang tadi nya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku perhari meningkat menjadi mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak dengan meningkatnya bahan baku yang dibutuhkan berarti meningkat pada jumlah buruhnya (baik buruh produksi maupun pemasaran) sekaligus dicirikan perluasan jaringan pemasaran.¹² Penentuan lokasi usaha merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha. Karena semakin strategis lokasi dari usaha tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik untuk perusahaan seperti menambah pendapatan perusahaan, menambah konsumen perusahaan, dan sebagainya. Sehingga dampak pemilihan lokasi menurut teori akan mempengaruhi tingkat penjualan suatu usaha.

Dampak dari pemilihan lokasi usaha sangat mempengaruhi tingkat penjualan produk, dampak penjualan pada Grosir Berkah atas pemilihan lokasi yang dipilih oleh Pak Soib selaku pemilik usaha/*owner* memberikan dampak yang baik yakni penjualan berjalan stabil tidak ada kendala. Setiap stok produk habis dan sering tengkulak sendiri untuk mengisi produk yang habis. Jika menunggu pengiriman dari *sales* stok produk akan kosong, maka dari itu Pak

¹² Dedi Haryadi, *Pengembangan Usaha Kecil: Pemihakan Setengah Hati*, (Bandung: Akatiga, 2008), 78.

Soib selaku pemilik usaha/*owner* terjun langsung untuk tengkulak sendiri guna untuk menyediakan produk lengkap untuk dijual.

Dari hasil penelitian, dampak dari pemilihan lokasi usaha Grosir Berkah tersebut tidak menjadi masalah. Bahkan konsumen banyak yang belanja di Grosir Berkah. Dampak yang dimaksud adalah dampak penjualan dari pemilihan lokasi usaha tersebut, penjualan dapat dikatakan stabil tidak ada kendala apapun.

Dari hasil observasi peneliti, banyak konsumen yang belanja di Grosir Berkah sampai berkerumunan, dikarenakan luas Grosir Berkah juga terbilang kurang luas. *Layout* Grosir Berkah berbentuk kecil memanjang dengan jejeran *frozen food freezer*, *snack* dan kebutuhan pokok sehari-hari. Banyak juga *sales* yang mengirim berbagai macam produk di Grosir Berkah, terdapat juga warga Ngebel yang tengkulakan di Grosir Berkah dan dijual lagi di wilayahnya. Dampak penjualan dari Grosir Berkah diperoleh dari hasil wawancara, sebagai berikut:

1. Lingkungan sekitar mendukung dengan adanya usaha retail dari Grosir Berkah sehingga banyak warga belanja di grosir tersebut.
2. Grosir Berkah dijadikan lokasi tengkulak para toko-toko kecil.
3. Menjadi pusat *frozen food* di wilayah Desa Doho dan sekitarnya.
4. Mempunyai banyak pelanggan tetap.
5. Mendapatkan *profit real* kurang lebih sebulan mencapai Rp 45.000.000.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

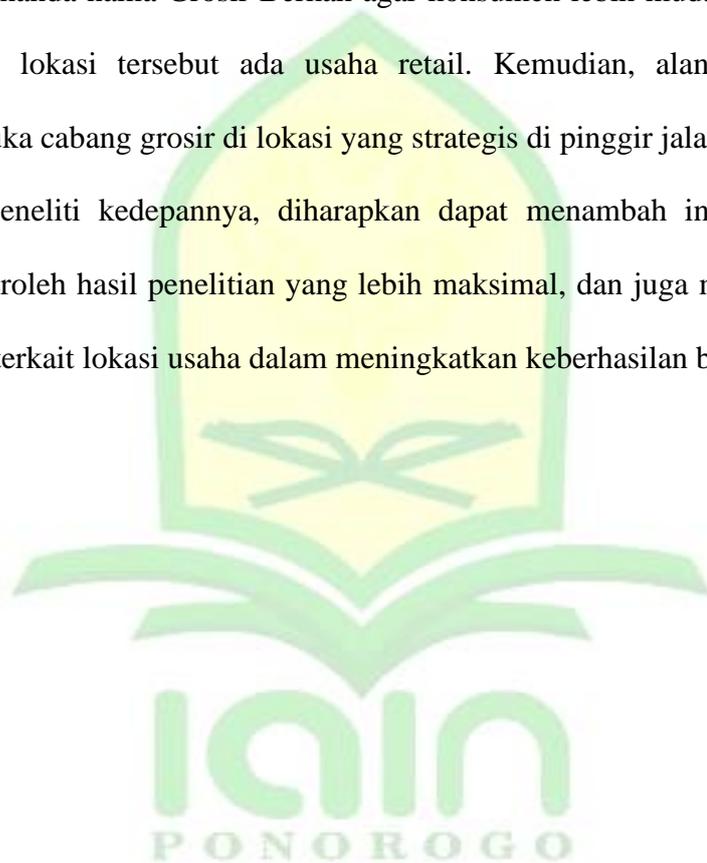
Bedasarkan hasil penelitian tentang Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dapat disimpulkan sebagai berikut, terkait faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi terdapat tujuh faktor yaitu aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan dan persaingan. Dari ketujuh faktor tersebut ada tiga poin yang tidak sesuai dengan kondisi lapangan lokasi Grosir Berkah, yaitu aksesibilitas, visibilitas dan ekspansi. Namun dari hal tersebut, Grosir Berkah masih terkenal dan penjualan tetap stabil.

Sedangkan dampak penjualan pada Grosir Berkah terbilang laris dengan penjualan yang pesat. Jadi, dampak dari pemilihan lokasi usaha mempengaruhi terhadap keberhasilan bisnis. Sehingga pemilik usaha/*owner* terjun langsung untuk tengkulak produk sendiri untuk mengisi produk yang kosong, jika menunggu pengiriman produk dari *sales* semua stok produk di Grosir Berkah habis atau *sold out*. Sehingga konsumen tidak bisa belanja pada grosir tersebut, untukantisipasi jika kehabisan stok produk. Dampak tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut, Lingkungan sekitar mendukung dengan adanya usaha retail dari Grosir Berkah sehingga banyak warga belanja di grosir tersebut, Grosir Berkah dijadikan lokasi tengkulak para toko-toko kecil, menjadi pusat *frozen food* di wilayah Desa Doho dan sekitarnya dan mempunyai banyak pelanggan tetap

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka peneliti dapat memberikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Grosir Berkah, terkait visibilitas atau kemudahan untuk dilihat konsumen sebaiknya pada pinggir jalan gang atau tempat parkir diberi tulisan atau penanda nama Grosir Berkah agar konsumen lebih mudah mengetahui jika di lokasi tersebut ada usaha retail. Kemudian, alangkah baiknya membuka cabang grosir di lokasi yang strategis di pinggir jalan raya.
2. Bagi peneliti kedepannya, diharapkan dapat menambah informan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal, dan juga mengkaji lebih dalam terkait lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Michael. *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010).
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta, 2018).
- . *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Sukabumi: CV Jejak, 2018).
- Basrowi & Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008).
- Chelviani, Kadek Mery. Meitriana, Made Ary. Haris, Iyus Akhmad. *Jurnal: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No. 2. Tahun: 2017. p-ISSN : 2599-1418 e-ISSN : 2599-1426.
- Emma Imro'atul Fadillah. *Wawancara*. 23 April 2022.
- Hanik Nur Waida. *Wawancara*. 29 Januari 2022.
- . *Wawancara*. 15 April 2022.
- Haryadi, Dedi. *Pengembangan Usaha Kecil: Pemihakan Setengah Hati*, (Bandung: Akatiga, 2008).
- Hidayatul Mu'ammalah. *Wawancara*. 18 April 2022.
- https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Lalu_Lintas, Diakses Pada Jum'at, 06 Mei 2022, Pukul: 10.02.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Peraturan_Pemerintah_\(Indonesia\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Peraturan_Pemerintah_(Indonesia)), Diakses Pada

Rabu 11 Mei 2022, Pukul 20.39.

https://id.wikipedia.org/wiki/Lalu_lintas, Diakses Pada Rabu 11 Mei 2022, Pukul

20.44

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Bandung: Alfabeta, 2015).

Ibrahimsyah, 2008, Era Gemilang Bakrie Telkom,

[Http://Www.Inilah.Com/Berita/Ekonomi/2008/03/18/18269/Era-Gemilang-](http://www.inilah.com/berita/ekonomi/2008/03/18/18269/era-gemilang-bakrie-telecom/)

[Bakrie-Telecom/](http://www.inilah.com/berita/ekonomi/2008/03/18/18269/era-gemilang-bakrie-telecom/), Diakses Pada Selasa, 10 Mei 2022, Pukul 07.52.

Jumingan. *Study Kelayakan Bisnis*. (Gilingan: Bumi Aksara, 2009).

Karmila. Skripsi: “*Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)*”. (Tembilahan: SEKOLAH TINGGI AGAMA Islam (STAI) Auliaurasyidin, 2020).

Kang Rip. *Wawancara*. 1 Mei 2022.

Kasmir. *Kewirausahaan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*. (Jakarta: Indeks, 2005).

----- . *Marketing in the Public Sector*. (Jakarta: Indeks, 2007).

----- . *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*.

Lilik. *Wawancara*. 25 April 2022.

Maulana Wulida. *Wawancara*. 28 April 2022.

- Nasta, Muh. Mardiyanshar. Skripsi: “*Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pantai Losari)*”. (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2017).
- Nurlaily, Anisa Evi. Skripsi: “*Analisis Minat Mahasiswa Febi IAIN Ponorogo Untuk Berinvestasi di Galeri Investasi BEI IAIN Ponorogo*”. (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).
- Pratama, Anindia. Skripsi: “*Analisis Perencanaan Lokasi Cafe Cabang Baru Njajan.Co Dengan Menggunakan Metode Pemeringkatan Faktor dan Analisis SWOT*”. (Tegal: Universitas Pancasakti Tegal, 2020).
- Puji. Wawancara. 1 Mei 2022.
- Riyanto. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Kuningan: SIC , 2010).
- Sani, Ira Farlina Roisah. Skripsi: “*Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru)*”. (Lampung: IAIN METRO, 2019).
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003).
- Soib. Wawancara. 29 Januari 2022.
- . Wawancara. 1 Mei 2022.
- Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: BPFE, 2000)
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2014).
- Wiratha, I Made. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. (Yogyakarta: ANDI, 2006).

