

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dewasa ini, perkembangan dunia bisnis yang kian pesat menuntut perusahaan untuk dapat memahami lingkungan usaha mereka dengan baik. Penting bagi perusahaan untuk memahami lingkungan usahanya karena lingkungan bisnis yang berubah secara dinamis dapat memiliki dampak signifikan pada operasi, strategi, dan kesuksesan perusahaan. Memahami lingkungan bisnis memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang baru yang dapat dimanfaatkan. Hal ini juga berguna untuk membantu perusahaan mengenali ancaman potensial yang dapat memengaruhi kelangsungan bisnis mereka. Ancaman dapat berasal dari persaingan yang ketat, perubahan regulasi, perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat memerlukan kemampuan perusahaan untuk mengantisipasi perubahan tersebut. Dengan memahami lingkungan, perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi perubahan dan mengubah strategi mereka dengan cepat dan efektif. Pemahaman yang baik tentang lingkungan usaha membantu perusahaan mengembangkan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan persaingan. Perusahaan dapat menyesuaikan rencana bisnis mereka, mengidentifikasi diferensiasi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif, dan mengembangkan

strategi pemasaran yang relevan dengan pelanggan dan target pasar mereka.¹

Kotler and Amstrong mendefinisikan bahwa strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana perusahaan memiliki harapan untuk bisa menghasilkan nilai bagi *customer* dan bisa membuat hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.² Kurtz memberikan definisi lain dari strategi pemasaran yakni semua program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari *marketing mix*, produk, distribusi, dan harga.³ Kotler menyatakan bahwa *marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Kotler menjelaskan bauran pemasaran untuk produk barang meliputi konsep 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan bauran pemasaran untuk produk jasa dapat ditambahkan dengan konsep 3P yang terdiri dari sumber daya manusia (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).⁴

Bauran pemasaran ini menggabungkan beberapa variabel elemen yang cukup kompleks. Dan tentu saja memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan dengan menggunakan konsep dari bauran pemasaran.

Manfaatnya ialah dapat menyederhanakan dan juga menyatukan semua

¹ I Made Darsana et al., *Strategi Pemasaran* (Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), 73–74.

² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 72.

³ David L. Kurtz dan Louis E. Boone, *Pengantar Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 42.

⁴ Kotler dan Amstrong, *Principles of Marketing*, 101.

kegiatan pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk, membuat efisiensi terhadap sumber daya, membantu perusahaan membagi tugas pemasaran agar lebih seimbang, dan memudahkan pemilik bisnis menganalisa kinerja keuangan.⁵

Pertanian di Kabupaten Jombang termasuk potensial sehingga memberikan peluang yang bagus terhadap berdirinya toko pertanian. Semakin banyaknya usaha toko pertanian di Kabupaten Jombang tentunya membuat persaingan semakin sengit di bidangnya. Oleh sebab itu, pemilik usaha toko pertanian harus dapat bersaing secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan memperoleh keuntungan. Usaha toko pertanian semakin banyak bermunculan dengan strategi pemasaran yang bervariasi merupakan diantara upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat.

Salah satu kecamatan di Kabupaten Jombang yaitu Kecamatan Jogoroto. Menurut data dari BPS, Kecamatan Jogoroto memiliki potensi unggulan di bidang pertanian yang signifikan. Pada tahun 2024, Kecamatan Jogoroto memiliki luas lahan sawah sebesar 1.728,30 ha dengan produksi padi sawah mencapai 11.716,10 ton dan produktivitas 6,20 ton/ha, menunjukkan kapasitas produksi yang tinggi dan konsisten.⁶ Selain itu, produksi jagung di kecamatan ini juga tergolong besar, dengan luas panen 2.341,20 ha, produksi 16.264,32 ton, dan produktivitas 6,95 ton/ha, angka yang menunjukkan posisi Jogoroto sebagai salah satu sentra

⁵ Atika Aini Nasution et al., *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional* (Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2023), 84.

⁶ Badan Pusat Statistik, "Kabupaten Jombang dalam Angka 2025" (Jakarta, 2025), 340–57.

jagung utama di Kabupaten Jombang.⁷ Jogoroto juga menunjukkan diversifikasi produk pertanian, seperti produksi kacang tanah sebesar 64,96 ton dari 11,60 ha lahan pada tahun 2024 dengan produktivitas 5,60 ton/ha, yang meningkat tajam dari tahun sebelumnya.⁸ Selain keunggulan produksi, Jogoroto juga terletak strategis sebagai kecamatan penyangga ibu kota kabupaten, memudahkan distribusi hasil pertanian ke pasar yang lebih luas. Kombinasi antara produksi yang besar, keragaman komoditas, dan lokasi yang strategis inilah yang menjadikan Jogoroto layak untuk dikaji terutama dalam toko pertanian.

Selanjutnya, peneliti mengambil data dengan membandingkan 6 toko pertanian di Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang yang masih aktif berjualan. Berikut tabel perbandingannya:

Tabel 1. 1 Perbandingan 6 Toko Pertanian di Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang

No.	Nama	Omset Rerata Tahunan
1.	Sahabat Tani	Rp. 450.000.000
2.	Tani Jaya	Rp. 125.000.000
3.	Tani Maju	Rp. 495.000.000
4.	Muji Syukur	Rp. 743.000.000
5.	Sumber Jaya Tani	Rp. 595.000.000
6.	Akbar Tani Jaya	Rp. 680.000.000

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 6 toko pertanian di Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang. Toko tersebut diantaranya Toko Sahabat Tani, Tani Jaya, Tani Maju, Muji Syukur, Sumber Jaya Tani, dan Akbar Tani Jaya. Berdasarkan data omset rerata tahunan dari 6 toko pertanian

⁷ Ibid, 359.

⁸ Ibid, 353.

yang menjadi objek studi awal, diketahui bahwa tiga toko dengan omset terbesar secara berturut-turut adalah toko Muji Syukur dengan omset Rp743.000.000, toko Akbar Tani Jaya sebesar Rp680.000.000, dan Sumber Jaya Tani sebesar Rp595.000.000. Ketiganya memiliki omset jauh di atas toko-toko lainnya seperti toko Tani Maju, Sahabat Tani, dan Tani Jaya. Pemilihan ketiga toko tersebut sebagai fokus perbandingan dalam penelitian ini didasarkan pada tingginya volume penjualan yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang mereka terapkan berhasil menarik lebih banyak konsumen dan menghasilkan omset yang signifikan. Oleh karena itu, ketiga toko tersebut dianggap representatif untuk dianalisis lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan volume penjualan.

Selanjutnya, peneliti mengambil data dengan membandingkan 3 toko pertanian di Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang. Berikut perbandingannya yang ditinjau dari segi pemasaran dengan menerapkan teori bauran pemasaran 4P menurut Kotler yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Peneliti melakukan observasi pada ketiga toko pertanian dan menghasilkan data perbandingan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Perbandingan Toko Pertanian Muji Syukur, Sumber Jaya Tani, dan Akbar Tani Jaya

Keterangan	Muji Syukur	Sumber Jaya Tani	Akbar Tani Jaya
<i>Product</i> (Produk)	25 Varian Produk	18 Varian Produk	22 Varian Produk
<i>Price</i> (Harga)	Rp. 17.000-Rp. 450.000 - Pupuk urea nitra	Rp. 18.000-Rp. 335.000 - Pupuk urea nitra	Rp. 17.000- Rp.455.000 - Pupuk urea nitra

	(Rp. 325.000) - Pupuk phonska lite (Rp. 175.000) - Pupuk za plus (Rp. 210.000) - Benih jagung bisi 18 (Rp. 104.000) - Benih jagung nk perkasa (Rp. 115.000) - Benih jagung adv jago (Rp. 117.000) - Benih padi inpari 32 (Rp. 16.500) - Benih padi inpari 49 (Rp. 17.000) - Benih padi Ciherang (Rp. 16.000) - Gramaxone (Rp. 64.000) - Kayabas (Rp. 250.000) - Kingtonik (Rp. 13.000)	(Rp. 327.000) - Pupuk phonska lite (Rp. 176.000) - Pupuk za plus (Rp. 210.000) - Benih jagung bisi 18 (Rp. 106.000) - Benih jagung nk perkasa (Rp. 118.000) - Benih jagung adv jago (Rp. 120.000) - Benih padi inpari 32 (Rp. 18.000) - Benih padi inpari 49 (Rp. 18.000) - Benih padi Ciherang (Rp. 17.000) - Gramaxone (Rp. 65.000) - Kayabas (Rp. 250.000) - Kingtonik (Rp. 18.000)	(Rp. 325.000) - Pupuk phonska lite (Rp. 175.000) - Pupuk za plus (Rp. 210.000) - Benih jagung bisi 18 (Rp. 105.000) - Benih jagung nk perkasa (Rp. 118.000) - Benih jagung adv jago (Rp. 119.000) - Benih padi inpari 32 (Rp. 17.000) - Benih padi inpari 49 (Rp. 17.000) - Benih padi Ciherang (Rp. 17.000) - Gramaxone (Rp. 65.000) - Kayabas (Rp. 250.000) - Kingtonik (Rp. 17.000)
<i>Place</i> (Lokasi)	- Membuka 5 toko - Alamat Lokasi Usaha: Jl. Beji Tambar Kec. Jogoroto Kab. Jombang - Letak sangat strategis, terletak di jalan raya kabupaten - Luasnya 84m ² , ada banner nama toko - Tempat parkir cukup luas, bebas parkir - Dekat dengan fasilitas publik (pasar, pondok, pom, balai desa)	- Membuka 2 toko - Alamat Lokasi Usaha: Jarak Kulon Kec. Jogoroto Kab. Jombang - Letak cukup strategis, terletak di jalan raya desa - Luasnya 28m ² , ada banner nama toko - Tempat parkir cukup luas, bebas parkir - Dekat dengan pemukiman warga	- Membuka 1 toko - Alamat Lokasi Usaha: Jl. Jogoroto Peterongan Kec. Jogoroto Kab. Jombang - Letak sangat strategis, terletak di jalan raya kabupaten - Luasnya 42m ² , ada banner nama toko - Tempat parkir cukup luas, bebas parkir - Dekat dengan fasilitas publik (puskesmas, balai desa)
<i>Promotion</i>	Media Sosial	Media Sosial	Media Sosial

(Promosi)	(<i>Facebook, Whatsapp</i>)	(<i>Facebook, Whatsapp</i>)	(<i>Facebook, Whatsapp</i>)
-----------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Sumber Data: Wawancara dengan Pemilik Toko Pertanian

Berdasarkan pada tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa toko pertanian Muji Syukur merupakan toko pertanian yang bidang pemasarannya memiliki keunggulan, yaitu toko Pertanian Muji Syukur memiliki variasi lebih banyak pada produknya, harga yang lebih murah, dan jumlah lokasi usaha yang lebih banyak. Varian produk pada toko Muji Syukur ada 25 produk, sedangkan di Sumber Tani Jaya terdapat 18 produk dan Akbar Tani Jaya 22 produk. Harga di Muji Syukur juga banyak yang lebih murah dibanding kedua pesaingnya, diantaranya pada produk Benih jagung bisi 18, Benih jagung nk perkasa, Benih jagung adv jago, Benih padi inpari 32, Benih padi Ciherang, Gramaxone, dan Kingtonik. Sementara dari tempat, Muji Syukur lebih unggul dari kedua pesaingnya karena letaknya yang sangat strategis, dekat dengan banyak fasilitas umum, dan luas toko yang lebih besar yaitu 84m². Tidak hanya itu, dari 4 komponen di atas yang paling terlihat berbeda yaitu dari segi tempatnya karena toko pertanian Muji Syukur memiliki 5 toko. Sementara itu, toko lainnya hanya memiliki 1 toko dan atau 2 toko. Sehingga fokus penelitian ini akan terletak pada komponen bauran pemasaran *place* (lokasi) dan keragaman produk karena varian produk di toko Muji Syukur paling banyak ragamnya dibanding 2 toko lainnya.

Lokasi atau tempat distribusi merupakan bagian yang sangat penting dalam menentukan metode dan rute yang akan digunakan untuk

menyalurkan produk/barang tersebut ke pasar. Hal ini dimaksudkan agar produk dapat mencapai pasar yang dituju dengan tepat. Lokasi atau saluran distribusi menurut Anggipora adalah jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.⁹ Sedangkan menurut Tjiptono, lokasi usaha adalah titik beroperasinya suatu usaha atau lokasi perusahaan beraktifitas dalam rangka menciptakan suatu produk atau jasa yang mementingkan segi ekonominya.¹⁰ Dalam pemilihan lokasi suatu usaha, produsen harus memperhatikan beberapa faktor penting, yaitu faktor pasar, aksesibilitas, biaya, faktor lingkungan, keamanan, infrastruktur, regulasi pemerintah, dan pesaing.¹¹ Pemilik toko pertanian Muji Syukur melakukan pembukaan banyak toko bertujuan untuk lebih menjangkau konsumen sehingga konsumen dapat membeli produk pertanian sedekat mungkin.¹²

Alma berpendapat bahwa gagal atau berhasilnya suatu usaha salah satu faktor yang paling mempengaruhi adalah penentuan lokasi usaha yang tepat.¹³ Salah satu indikator keberhasilan usaha menurut Suryana adalah banyaknya volume penjualan.¹⁴ Hal ini senada dengan Kotler dalam Atmoko dan Susilowati yang menyatakan bahwa volume penjualan

⁹ Marius P. Anggipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 295.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: ANDI, 2019), 92.

¹¹ Sherly Puspita Sari et al., *Operations & Supply Chain Management* (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2024), 88–91.

¹² Arif, pemilik Toko Muji Syukur tanggal 13 Juni 2024.

¹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 105.

¹⁴ Suryana, *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 85.

dipengaruhi oleh saluran distribusi atau lokasi usaha.¹⁵ Hidayat dan Zuliarti membuktikan mengenai pengaruh positif dan signifikan dari lokasi usaha terhadap volume penjualan.¹⁶ Hal ini dikuatkan juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Elvera dan Astarina yang menyatakan bahwa lokasi mempunyai peran yang signifikan terhadap volume penjualan.¹⁷

Keragaman produk menurut Simamora yaitu sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli.¹⁸ Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu.¹⁹ Keragaman produk merupakan faktor penting untuk pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Keragaman dapat berupa kelengkapan produk, ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Keragaman produk dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen, karena konsumen cenderung untuk memilih produk yang beragam. Artinya

¹⁵ Rakhmat Andri Atmoko dan Susilowati, *Optimalisasi Digital Marketing: Modul Pembelajaran Kewirausahaan* (Malang: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya, 2021), 69.

¹⁶ Relon Taufik Hidayat dan Sri Zuliarni, "Pengaruh Lokasi Usaha pada Volume Penjualan (Survei pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 9, no. 2 (2014): 92.

¹⁷ Elvera dan Yesita Astarina, "Pengaruh Promosi Online dan Lokasi terhadap Volume Penjualan 'Kimi Collection' Kota Pagar Alam," *JAMB: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2020): 47.

¹⁸ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 441.

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2014), 258.

apabila pembelian konsumen meningkat mengakibatkan volume penjualan meningkat.²⁰

Volume penjualan merupakan ukuran kuantitatif dari jumlah penjualan suatu produk atau jasa. adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.²¹ Menurut Rangkuti, volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Naik turunnya penjualan bisa dilihat dari unit, kilogram, liter dari hasil penjualan produk.²² Adapun volume penjualan yang diperoleh toko pertanian Muji Syukur mulai dari tahun 2012 hingga tahun 2023 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 3 Data Volume Penjualan Toko Pertanian Muji Syukur Tahun 2017-2024

No.	Tahun	Volume Penjualan (rupiah)
1	2017	Rp. 600.000.000
2	2018	Rp. 720.000.000
3	2019	Rp. 850.000.000
4	2020	Rp. 750.000.000
5	2021	Rp. 765.000.000
6	2022	Rp. 760.000.000
7	2023	Rp. 750.000.000
8	2024	Rp. 755.000.000

Sumber Data: Wawancara dengan Pemilik Toko Pertanian Muji Syukur

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, menunjukkan pada tahun 2017 volume penjualan menunjukkan angka Rp600 juta. Angka ini terus

²⁰ Melda, Eti Arini, dan Ade Tiara Yulinda, "Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* 1, no. 2 (2020): 143–49.

²¹ Daryono, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Yrama Widya, 2011), 187.

²² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus: Integrated Marketing Communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 57.

meningkat yang menunjukkan pada tahun 2018 mencapai Rp720 juta dan 2019 mencapai Rp850 juta. Hal ini karena kondisi pertanian masih stabil. Selanjutnya pada tahun 2020 terlihat penurunan hingga mencapai Rp750 juta. Hal ini karena terjadi pandemi covid di Indonesia yang berdampak pada segala sektor, tak terkecuali pertanian. Selanjutnya pada tahun 2021 sempat meningkat menjadi Rp765 juta. Pada tahun 2022 juga kembali menurun menjadi Rp760 juta. Tahun 2023 turun lagi menjadi Rp750 juta. Tahun 2024 ada kenaikan sedikit menjadi Rp755 juta, namun pasca pandemi memang penjualan belum bisa mencapai angka di atas Rp800 juta lagi per tahunnya. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti guna mendapatkan informasi mengenai faktor penyebab menurunnya volume penjualan pada Toko Pertanian Muji Syukur, apakah disebabkan oleh faktor kurang tepatnya penentuan titik lokasi usaha, kurang beragamnya produk yang dijual, atau disebabkan oleh faktor lain yang menjadikan volume penjualan menurun. Peneliti juga ingin mengetahui toko pertanian Muji Syukur dalam menentukan lokasi usaha apakah telah berjalan secara efektif dan efisien serta dalam menyediakan keragaman produk untuk menarik konsumen sehingga menjadikan volume penjualan meningkat. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti mengangkat judul “Peran Lokasi Usaha dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Toko Pertanian Muji Syukur Jombang)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana lokasi usaha yang dipilih Toko Pertanian Muji Syukur Jombang?
2. Bagaimana keragaman produk yang dijual Toko Pertanian Muji Syukur Jombang?
3. Bagaimana peran lokasi usaha dan keragaman produk dalam meningkatkan volume penjualan Toko Pertanian Muji Syukur Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai fokus penelitian di atas, sehingga penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan lokasi usaha yang dipilih oleh Toko Pertanian Muji Syukur Jombang.
2. Untuk menjelaskan keragaman produk yang dijual oleh Toko Pertanian Muji Syukur Jombang.
3. Untuk menjelaskan peran lokasi usaha dan keragaman produk dalam meningkatkan volume penjualan Toko Pertanian Muji Syukur Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki harapan tulisan ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait keputusan dalam menentukan ketepatan lokasi usaha dan keragaman produk agar menjadikan volume penjualan suatu bisnis bisa meningkat. Peneliti berharap dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan ilmu pengetahuan sehingga dapat dijadikan acuan dalam penelitian berikutnya, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil riset ini dapat berguna sebagai acuan dalam menelaah lebih lanjut mengenai hasil dari strategi pemilihan lokasi usaha dan keragaman produk yang digunakan oleh Toko Pertanian Muji Syukur Jombang. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemilik Toko Pertanian Muji Syukur Jombang untuk mengambil tindakan yang tepat dalam menentukan lokasi usaha dan keragaman produk selanjutnya agar dapat meningkatkan volume penjualan.

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, penting untuk memahami hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan sebagai dasar dalam mengembangkan

kajian yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, pada bagian ini akan dibahas berbagai penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang diteliti, sehingga dapat memberikan landasan teori serta perbandingan dalam menganalisis temuan penelitian ini.”

1. “Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima” oleh Fandi Ardiansyah dan Kartir Aprianti (2020), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima.²³

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui (1) ada tidaknya pengaruh keragaman produk terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima; (2) ada tidaknya pengaruh lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima; (3) ada tidaknya pengaruh keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Kantin Yuank Kota Bima yang sasarannya untuk para konsumen yang pernah mengunjungi Kantin Yuank Kota Bima. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji analisis koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji parsial dan uji simultan. Berdasarkan Hasil penelitian

²³ Fandi Ardiansyah dan Kartir Aprianti, “Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima,” *Jurnal Brand* 2, no. 2 (2020): 163–69, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/617/510>.

menunjukkan bahwa : (1) variabel keberagaman menu tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (2) variabel lokaasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (3) variabel keberagaman menu dan lokaasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan keragaman produk dan lokasi penjualan sebagai variabel x. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel y, metode penelitian, dan obyek penelitian. Jika peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel y, maka penelitian sebelumnya menggunakan kepuasan konsumen. Metode penelitian penulis yaitu kualitatif, sementara penelitian terdahulu menggunakan kuantitatif. Penulis menggunakan obyek penelitian di Toko Pertanian Muji Syukur, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan Kantin Yuank Kota Bima sebagai obyek penelitian.

2. “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan UMKM” di Kabupaten Bantul oleh Andri Waskita Aji dan Andri Waskita Aji (2021), Universitas Sarjanawiaata Tamansiswa.²⁴

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi terhadap pendapatan

²⁴ Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum, “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul,” *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)* 6, no. 1 (2021): 87–102, <https://doi.org/10.32528/jiai.v6i1.5067>.

UMKM di Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan dalam mengumpulkan data dilakukan dengan cara kuesioner yang diisi oleh para informan (pelaku UMKM). Sistem peninjauan data menggunakan regresi linier berganda. Penelitian ini memberikan bukti bahwa pengaruh modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi memberikan dampak penting terhadap pendapatan UMKM, ketika modal usaha yang dimiliki semakin besar, semakin strategis tempat usaha tersebut digunakan, dan pemanfaatan teknologi informasi untuk sebuah bisnis, maka akan semakin besar juga hasil dari pendapatan bisnisnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa adalah modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Modal yang bertambah akan memberikan pengaruh pada pendapatan perusahaan dengan alasan dari modal yang semakin banyak maka perusahaan bisa menambah alat atau barang yang dijual, kedua lokasi usaha tersebut berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Lokasi strategis dengan fasilitas lahan parkir luas akan menarik calon konsumen yang datang karena lokasi mudah dijangkau. Canggihnya teknologi informasi, dimana perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk promosi dan menggunakan platform digital seperti Go Food dan Shopee untuk menjual produknya.

Perusahaan dapat mengalami peningkatan penghasilan melalui penjualan produk baik online maupun offline.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan lokasi penelitian sebagai variabel x. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel y, metode penelitian, dan obyek penelitian. Jika peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel y, maka penelitian sebelumnya menggunakan pendapatan. Metode penelitian penulis ialah kualitatif, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif. Penulis menggunakan obyek penelitian di Toko Pertanian Muji Syukur, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan UMKM di Kabupaten Bantul sebagai obyek penelitian.

3. “Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen” oleh Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, dan Ahmad Izzud (2022), Universitas Muhammadiyah Jember.²⁵

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi bagaimana pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen pada BUMDes Ajong Rejo. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Penelitian ini

²⁵ Arrahma Elian Tania, Haris Hermawan, dan Ahmad Izzuddin, “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen,” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (2022): 75–84, <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>.

menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yakni dengan wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan mengambil sampel sebanyak 60 responden yang berkunjung pada BUMDes Ajong Rejo. Dari hasil tersebut lokasi berpengaruh secara parsial sebesar $0,014 < 0,05$ terhadap minat beli pada BUMDes Ajong Rejo. Harga berpengaruh secara parsial sebesar $0,007 < 0,05$ terhadap minat beli pada BUMDes Ajong Rejo. Lokasi dan harga berpengaruh secara simultan dengan nilai f -hitung $16,594 > f$ -tabel $3,16$. Dan hasil uji R^2 nilai R Square sebesar $0,346$, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh X_1 (lokasi) dan X_2 (harga) secara simultan terhadap Y (minat beli) sebesar $34,2\%$. Saran dari hasil penelitian ini, BUMDes Ajong Rejo dalam rangka menjaga minat beli konsumen pada BUMDes Ajong Rejo, sebaiknya dapat mempertahankan dalam pemilihan lokasi dan penetapan harga jual untuk mempertahankan minat beli konsumen.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan lokasi penelitian sebagai variabel x . Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel y , metode penelitian, dan obyek penelitian. Jika peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel y , maka penelitian sebelumnya menggunakan minat beli konsumen. Metode penelitian penulis ialah kualitatif, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif. Penulis menggunakan obyek penelitian di Toko Pertanian Muji

Syukur, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan BUMDes Ajong Rejo sebagai obyek penelitian.

4. “Analisis Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun” oleh Yuni Puspitaningrum dan Aji Damanuri (2022), IAIN Ponorogo.²⁶

Penelitian ini bertujuan harapan mendapat temuan baru dan unik dalam upaya untuk meningkatkan keberhasilan bisnis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Objek penelitian pada penelitian kali ini dilakukan pada Grosir Berkah. Penelitian ini menggunakan 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. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan informasi bahwa 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 memenuhi pada Grosir Berkah. Namun, meskipun usaha tersebut lokasinya dalam keadaan tersebut, usaha Grosir Berkah masih mampu beroperasi secara stabil. Sedangkan dampak penjualan pada Grosir Berkah mengalami

²⁶ Yuni Puspitaningrum dan Aji Damanuri, “Analisis Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 289–304, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977>.

penjualan yang stabil dan penentuan lokasi usaha pada Grosir Berkah dikatakan mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan lokasi penelitian sebagai variabel x dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel y dan obyek penelitian. Jika peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel y, maka penelitian sebelumnya menggunakan keberhasilan bisnis. Penulis menggunakan obyek penelitian di Toko Pertanian Muji Syukur, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun sebagai obyek penelitian.

5. “Peran Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus UMKM Terang Bulan Marisa Kota Kediri)” oleh Diva Alexandra Alma Verrenita (2023), IAIN Kediri.²⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai penentuan lokasi usaha yang digunakan oleh UMKM Terang Bulan Marisa dan untuk mendapatkan informasi mengenai peran penentuan lokasi usaha dalam meningkatkan omzet penjualan di UMKM Terang Bulan Marisa. Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini sumber datanya didapatkan dari pemilik UMKM Terang Bulan Marisa dan karyawannya, pembeli serta pesaing dari terang

²⁷ Diva Alexandra Alma Verrenita, “Peran Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus UMKM Terang Bulan Marisa Kota Kediri)” (IAIN Kediri, 2023).

bulan marisa. Hasil dari penelitian ini memberikan informasi bahwa UMKM Terang Bulan Marisa masih belum secara maksimal dalam memperhatikan penentuan lokasi usahanya. UMKM Terang Bulan Marisa dalam hal ini terdapat satu penempatan yang kurang strategis, yakni berlokasi di gang yang kurang ramai lalu lintasnya. Kondisi demikian memberikan dampak volume penjualan yang menurun yang mempengaruhi juga pada omzet perusahaan pada tahun 2021 dan 2022, karena biaya operasional yang lebih tinggi daripada pendapatan yang diperoleh.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan lokasi penelitian sebagai variabel x dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel y dan obyek penelitian. Jika peneliti menggunakan volume penjualan sebagai variabel y, maka penelitian sebelumnya menggunakan omzet penjualan. Penulis menggunakan obyek penelitian di Toko Pertanian Muji Syukur, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan UMKM Terang Bulan Marisa Kota Kediri sebagai obyek penelitian.