

ANALISIS STRATEGI LOKASI PENJUALAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BAKSO ELLA 2 SEKUMPUL KOTA MARTAPURA

Muhammad Qory Azhari¹, Syahrani², Aida Vitria³

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Email: qory.azhari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: Strategi lokasi penjualan bakso ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura, Meningkatkan omzet penjualan bakso ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif, dimana merupakan penelitian wawancara. Melakukan wawancara terhadap seorang pemilik usaha.

Hasil penelitian menunjukkan, Strategi lokasi tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan, Meningkatkan omzet penjualan salah satunya yaitu menjaga kualitas pelayanan menjadi lebih baik dan selalu menjaga cita rasa dari hasil produksinya tersebut.

Kata Kunci: Strategi Lokasi, Omzet Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine: (1) Sales location strategy the meatball ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura, (2) Increase sales turnover the meatball ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura.

The research was using descriptive qualitative research, where the research is a interview. Conduct an interview with a business owner.

The research found that: (1) Location Strategy not very significant effect to increase sales turnover the meatball ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura, (2) Increase sales turnover one of which is a maintaining service quality to be better then, and always keep the taste of results of production.

Keywords: Location Strategy, Sales Turnover

PENDAHULUAN

Keputusan dalam memilih lokasi harus diambil para wirausaha agar usaha mereka dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan, Sekarang ini banyak para wirausaha mencari lokasi yang cocok untuk mereka menjalankan usahanya. Semakin banyaknya orang yang tertarik pada wirausaha membuat lokasi yang ramai aktivitas menjadi sasaran target penjualan produk mereka. Lokasi menjadi hal yang sangat penting bagi suatu usaha untuk keberlangsungan jalannya usaha tersebut dimana lokasi juga dapat memengaruhi pendapatan serta keuntungan usaha yang dijalankan. Tak sedikit orang yang memilih mengambil lokasi yang berdekatan dengan pusat keramaian untuk berjualan bahkan berdampingan dengan penjual lain yang membuat mereka harus bersaing dan menemukan strategi yang tepat agar usaha mereka berjalan baik dan omzet mereka meningkat. Ketepatan dalam memilih lokasi dapat memberikan efek positif bagi suatu usaha yang dijalankan.

Menurut Tjiptono (2007) Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat. Siagian (2014) berpendapat manajemen strategi lokasi merupakan serangkaian keputusan atau tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Kesuksesan usaha dipengaruhi banyak sekali faktor, salah satunya penentuan lokasi yang tepat sebelum usaha dijalankan. Hal tersebut juga berlaku bagi usaha berskala mikro/kecil. Menentukan penempatan atau lokasi dari suatu usaha memang tidak mudah, banyak faktor lain yang memengaruhi keberhasilan dari strategi lokasi. Swastha & Irawan (2008) berpandangan penjualan merupakan interaksi antara individu saling bertemu muka untuk menciptakan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Menurut Mulyadi (2005) mengatakan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Kotler (2003) penjualan adalah sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Sehubungan dengan peningkatan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolaan bisnisnya. Peningkatan usaha harus terencana sedemikian rupa agar dapat memperoleh hasil yang diinginkan. Menurut Chaniago dalam Khuriyati (2013:20) omzet penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Swatha dan Irawan (2003) berpandangan tujuan dari penjualan adalah untuk tercapainya volume penjualan, mendapatkan laba dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut harus dipahami dengan cermat oleh para pelaku usaha. Dengan menentukan lokasi yang strategis tentunya akan menunjang tingkat keramaian pengunjung yang akan berkunjung untuk melakukan transaksi, selain itu faktor-faktor lain juga harus diperhatikan, seperti harga, rasa, kualitas.

METODE

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu menguraikan data yang dikumpulkan dan dianalisis. Subjek dari penelitian ini ada pada bagian strategi lokasi dengan peningkatan omzet penjualan. Yang menjadi objek penelitian ini adalah Warung Makan Bakso ELLA 2 berada di Jalan Sekumpul, Kelurahan Sekumpul Kecamatan, Martapura. Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah strategi lokasi (X_1), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu peningkatan omzet penjualan (Y). Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan, sebagai berikut. (1) Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi dengan permasalahan yang berhubungan dengan disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan. (2) Data sekunder ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, majalah maupun data dokumen perusahaan yang diperlukan dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu pencarian informasi yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden (sumber informasi) yang menjadi responden dalam penelitian ini. Data di sini lebih pada data internal perusahaan.

2. Observasi dan Dokumentasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara kunjungan dan pengamatan langsung ke objek penelitian. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan foto dan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa yang terjadi pada waktu melakukan penelitian. Data-data diperoleh melalui melalui dokumen yang merupakan catatan formal, buku, artikel dan bahan informasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan masalah atau arsip.

Analisis yang digunakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data dari lapangan atau secara langsung yang bermanfaat untuk memberikan gambaran berbagai kondisi dari data yang didapat untuk penelitian dan sebagai pembahasan hasil penelitian. Data yang digunakan merupakan hasil pengumpulan dari penelitian lapangan yang dibandingkan dengan dasar-dasar teori yang didapat dari bahan pustaka untuk dapat memecahkan masalah yang ada dan selanjutnya disusun menjadi sebuah hasil penelitian agar menghasilkan suatu kesimpulan baru.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan seorang pemilik usaha Bakso ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk menganalisis tentang strategi lokasi untuk meningkatkan omzet penjualan. Sebelumnya peneliti menghubungi pemilik usaha Bakso itu melalui pesan singkat whatsapp. Pesan tersebut berisi tentang pertanyaan

ketersediaan pemilik usaha untuk diwawancarai. Setelah berkomunikasi pemilik tersebut bersedia untuk diwawancarai atau memberikan informasi tentang strategi lokasi untuk meningkatkan omzet penjualan pada bakso ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, maka peneliti dapat melakukan analisis tentang strategi lokasi penjualan untuk meningkatkan omzet penjualan pada Bakso ELLA 2 Sekumpul kota Martapura. Hasil wawancara dengan pemilik warung makan bakso ELLA 2 akan di paparkan sebagai berikut.

Usaha Bakso ELLA 2 Sekumpul berdiri pertama kali sejak 2016. Saat itu pemilik usaha memilih lokasi di Sekumpul karena lokasinya yang strategis dan ramai dilalui orang-orang, dan di sana juga merupakan salah satu pusat perbelanjaan sehingga di daerah sana selalui terlihat ramai dan banyak dikunjungi oleh orang-orang. Hal itu juga menjadi salah satu pertimbangan bagi pemilik usaha untuk membuka usahanya di sana.

Ketika Usaha Bakso ini di bangun, pemilik hanya mempunyai dua karyawan yang ditugaskan membantu di warungnya, seiring berjalannya waktu sekarang usaha ini sudah mempunyai delapan karyawan. Karena lokasi disini sangat strategis dan ramai dilalui orang-orang membuat usaha bakso ini mendapatkan omzet penjualan yang memuaskan. Akan tetapi untuk sekarang omzet penjualan sedang tidak stabil bahkan menurun dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya karena adanya pandemi ini, di tahun-tahun sebelumnya omzet penjualan selalu meningkat. Agar usahanya tidak terhenti, pemilik usaha bakso ELLA 2 Sekumpul selalu meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik dan selalu menjaga cita rasa dari bakso maupun mie ayam hasil produksinya tersebut. Untuk mempertahankan usaha ini pemilik selalu memikirkan untuk mengelola modalnya dengan baik, menggunakan untuk hal yang diutamakan. Karena itulah yang membuat usaha ini bertahan hingga sampai sekarang.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan, strategi lokasi merupakan bagian yang tidak bisa di abaikan untuk membangun suatu usaha. Lokasi yang strategis atau lokasi yang sering dilewati atau dikunjungi orang-orang juga dapat meningkatkan omzet penjualan, apalagi usaha itu berdiri dibidang kuliner.

Hasil penelitian menunjukkan, strategi lokasi tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan karena suatu keadaan tertentu. Meningkatkan omzet penjualan salah satunya yaitu menjaga kualitas pelayanan menjadi lebih baik dan selalu menjaga cita rasa dari hasil produksinya tersebut. Pemilihan lokasi yang tepat juga dapat membantu berlangsungnya suatu usaha. Akan tetapi dalam beberapa hal lokasi tidak terlalu berpengaruh dalam meningkatkan omzet penjualan, seperti halnya sekarang adanya pandemic membuat omzet penjualan beberapa usaha menurun. Dikarenakan tempat-tempat yang ramai dikunjungi dan jalan-jalan yang sering dilewati orang-orang menjadi sepi membuat usaha-usaha yang ada di sana menjadi sepi pembeli dan menurunkan omzet penjualan.

Pelaku usaha di haruskan untuk mempunyai solusi agar usahanya tetap berlangsung dan omzet penjualan mereka tetap stabil ataupun meningkat. Salah satu solusinya dengan menjaga kualitas pelayanan menjadi lebih baik dan selalu menjaga cita rasa dari hasil produksinya tersebut. Serta dengan pengelolaan modal yang baik dapat membuat usaha bisa bertahan lebih lama.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan. Penulis memperoleh kesimpulan yang di dapat dari penelitian mengenai Analisis Strategi Lokasi Penjualan Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bakso ELLA 2 Sekumpul Kota Martapura sebagai berikut.

1. Pemilihan lokasi yang tepat juga dapat membantu berlangsungnya suatu usaha. Akan tetapi dalam beberapa hal lokasi tidak terlalu berpengaruh dalam meningkatkan omzet penjualan, seperti halnya sekarang adanya pandemic membuat omzet penjualan beberapa usaha menurun. Hal itu bisa memicu menurunnya omzet penjualan.
2. Dikarenakan tempat-tempat yang ramai dikunjungi dan jalan-jalan yang sering dilewati orang-orang menjadi sepi membuat usaha-usaha yang ada di sana menjadi sepi pembeli dan menurunkan omzet penjualan.
3. Pelaku usaha di haruskan untuk mempunyai solusi agar usahanya tetap berlangsung dan omzet penjualan mereka tetap stabil ataupun meningkat.
4. Menjaga kualitas pelayanan menjadi lebih baik dan selalu menjaga cita rasa Serta dengan pengelolaan modal yang baik dapat membuat usaha bisa bertahan lebih lama.
5. Pelaku Usaha harus siap bertahan di segala kondisi yang tidak selalu menguntungkan usahanya agar usahanya dapat bertahan dari berbagai kondisi yang sedang tidak mendukung.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi Pembaca penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan serta pengetahuan mengenai pemilihan lokasi untuk meningkatkan omzet penjualan.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan juga saran dari penulis yaitu agar perusahaan membuat sebuah SKU (Surat Keterangan Usaha) atau SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan agar pemilik usaha untuk mendaftarkan usahanya di jasa online.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk tidak terpaku hanya pada variabel seperti dalam penelitian ini, namun dapat menambah variabel lain yang mungkin memengaruhi terhadap kinerja karyawan sehingga penelitian selanjutnya akan lebih valid.

REFERENSI

Khuriyati , T. (2013). FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB PENURUNAN OMZET PENJUALAN PADA INDUSTRI KERAJINAN MONEL DI DESA KRIYAN KABUPATEN JEPARA. *SKRIPSI*, FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya. Edisi ke-5*. . Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Siagian, S. (2007). *Fungsi-fungsi manajerial edisi revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Siagian, S. P. (2007). *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Bina Aksara.

Swastha, B., & Handoko, T. (2008). *Manajemen Pemasaran, Analisa. Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.

Swastha, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern”*. (Edisi kedua). *Cetakan ke sebelas*. Yogyakarta: Liberty Offset.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran.Edisi ke dua*. Yogyakarta: Andi Ofsset.