

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di banyak daerah, terlihat bahwa keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kian meningkat pesat. Bertambahnya jumlah UMKM menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Karena itu, setiap pengusaha dituntut untuk merancang strategi tertentu untuk memastikan keberlangsungan usaha dimiliki. Namun pada usaha mikro dengan omzet menurut Perpres (2021) yakni senilai paling tinggi Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) dari hasil penjualan tahunan. Di Kota Banjarmasin menunjukkan penurunan jumlah pelaku usaha mikro pada tahun 2023-2024 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro Per Kecamatan**

Kecamatan	Jumlah Usaha Mikro	
	2023	2024
Banjarmasin Timur	5.351	5.344
Banjarmasin Tengah	6.195	5.646
Banjarmasin Utara	5.989	4.642
Banjarmasin Barat	6.896	5.608
Banjarmasin Selatan	7.736	5.584

*Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja, 2025*

Hal ini disebabkan berbagai faktor diantaranya ketatnya persaingan usaha. Oleh sebab itu, pelaku usaha diperlukan pengupayaan agar usahanya tetap bertahan

serta naik kelas. Keberlangsungan dan perkembangan suatu usaha sangat bergantung dengan kemampuan dalam mempertahankan dan meningkatkan nilai profitabilitas. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan mempertahankan serta meningkatkan volume penjualan yang memerlukan upaya dalam menarik mempertahankan serta memeluas jangkauan pasar. Sehingga diperlukan strategi pemasaran efektif bagi perusahaan.

Strategi konsep bauran pemasaran yakni 4P, yang terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) pertama kali diperkenalkan oleh Jerome McCarthy. Gagasan ini, seperti dikutip oleh Tjiptono, yang telah menjadi fondasi dalam ilmu pemasaran. Menurut Munawaroh (2013) bauran pemasaran berupa pemilihan lokasi (*place*) memiliki beberapa tujuan utama sasaran strategis. *Pertama*, untuk menekan biaya operasional industri dengan strategi penempatan gudang yang berdekatan dengan pusat produksi, sehingga biaya transportasi dapat dikurangi. *Kedua*, untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh pelaku bisnis ritel dan jasa dengan memilih tempat yang strategis dan mudah dijangkau pelanggan, yang pada gilirannya akan mendongkrak angka penjualan. *Ketiga*, untuk melakukan segmentasi letak gudang guna mempercepat waktu pengiriman dan mencapai efisiensi biaya, yaitu dengan menempatkannya pada titik yang optimal di antara pabrik dan konsumen akhir.

Menurut Tjiptono (2015) dalam menentukan lokasi usaha harus mempertimbangkan aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan regulasi. Bagi pelaku usaha kuliner di Banjarmasin, memilih lokasi adalah langkah kunci untuk meraih peluang pasar yang luas dan meningkatkan

penjualan (Putra, 2024). Diantaranya terjadi pada usaha skala mikro yakni Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut menerapkan beberapa faktor tersebut yang memiliki peranan sebagai pertimbangan pemilihan lokasi usaha.

Pemilihan lokasi sebagai suatu keputusan strategis yang harus mempertimbangkan berbagai aspek saling berhubungan (Media, 2025). Hal ini meliputi pertimbangan untuk menentukan tempat usaha yang tepat, di mana lokasi tersebut akan menjalankan operasional di dalam lingkungan yang terbatas oleh kemampuan internal perusahaan, regulasi yang berlaku di tingkat daerah serta dinamika sosial budaya setempat.

Warung Makan Aisyah merupakan warung makan yang bertempat di perempatan Jalan Cengkeh Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga Kota Banjarmasin. Warung yang menjual hidangan nasi dengan berbagai macam lauk dan minuman ini didirikan pada tahun 2015 oleh ibu Muslipah seorang asli suku Banjar. Sebelum membuka usaha kuliner di tempat sekarang, warung ini telah tiga kali mengalami perpindahan lokasi usaha. Kemudian menetapkan memilih lokasi usaha yang baru yang ditempati hingga sekarang yakni di perempatan Jalan Cengkeh. Sedangkan, Warung Mama Endut bertempat di Jalan Simpang Limau Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Sungai Lulut Kota Banjarmasin. Warung yang menjual hidangan nasi dengan berbagai aneka lauk dan sayur ini didirikan sejak tahun 2009 oleh ibu Nor Idayati seorang asli suku Jawa. Sebelum membuka usaha kuliner di tempat sekarang, warung ini telah enam kali mengalami perpindahan lokasi usaha. Kemudian menetapkan memilih lokasi usaha baru yang ditempati hingga sekarang yakni di Jalan Simpang Limau.

Warung makan merupakan sebuah model usaha yang mengandalkan lokasi strategis sebagai faktor utama pencipta keuntungan, di mana seluruh mekanisme layanannya bersandar pada interaksi langsung yang terjadi antara pihak penjual dan pihak pembeli yang mana pada warung makan tersebut menyajikan berbagai menu hidangan pada lemari etalase kaca. Secara definisi, warung makan pada dasarnya adalah tempat makan yang menawarkan menu terbatas. Menu yang disajikan biasanya berfokus pada masakan daerah tertentu atau jenis hidangan khusus untuk para konsumennya (Dinata dkk., 2023).

Lokasi usaha memiliki peranan penting di antara faktor dalam menilai kesuksesan bisnis dapat dilihat dari strategi pemilihan tempat usaha. Lokasi yang tepat menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan suatu usaha. Menurut Noor yang dikutip oleh Jannah (2015) suatu bisnis dikatakan berhasil apabila memperoleh laba, dikarenakan tujuan orang melakukan usaha yakni memperoleh laba. Bagi calon pengusaha yang belum memiliki tempat usaha, kemampuan untuk bersikap cermat dalam memilih lokasi menjadi hal yang sangat krusial. Pemilihan lokasi yang strategis berpengaruh langsung terhadap keberhasilan bisnis yang dijalankan. Di tengah persaingan pasar yang ketat, lokasi usaha kerap menjadi faktor penentu antara sukses atau gagalnya sebuah usaha.

Pernyataan ini sejalan dengan temuan dari penelitian yang telah dilaksanakan Mutianisa & Cahyani (2024) dengan judul Pemilihan Lokasi Usaha terhadap Kesuksesan Usaha, menemukan sebuah hasil penelitian yakni tempat yang strategis untuk berbisnis sangat berpengaruh pada keberhasilan usaha. Dalam hal

ini, membuktikan bahwa penentuan lokasi usaha mempunyai dampak positif atas keberlangsungan periode usaha.

Dalam perspektif Islam, pemilihan lokasi usaha tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi semata seperti aksesibilitas, potensi pasar, atau biaya operasional, tetapi juga mengandung dimensi spiritual dan etika. Prinsip utama yang diajarkan adalah bahwa seorang muslim hendaknya memilih lokasi yang baik (tayib), karena lokasi yang baik akan memberikan dampak kebaikan terhadap keberlangsungan dan keberkahan usaha. Hal ini sejalan dengan sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Mubarak:

*“Jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan tersebut baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek, maka tinggalkanlah”* (Abdullah, 2014).

Kemudin kriteria lokasi yang baik mencakup keterjauhan dari sumber kemungkaran, ketiadaan dampak negatif bagi warga sekitar, serta dukungan terhadap kemaslahatan publik. Hal ini termaktub dalam hadis arbain yang tertulis sebagai berikut:

عن أبي سعيد سعد بن مالك بن سنان الخدري رضي الله عنه أنَّ رسولَ الله صلى الله عليه وسلم قال: (لا ضرر ولا ضرار) حديث حسن رواه ابن ماجه، والدارقطني وغيرهما مسندا

*Dari Abu Said Sa'ad bin Malik bin Sinan Al Khudry radhiyallahu 'anhu, bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Tidak boleh melakukan sesuatu yang berbahaya dan menimbulkan bahaya bagi orang*

*lain.*” (Hadits hasan diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad Daruquthni dan lainnya dengan sanad bersambung).

Berdasarkan pada uraian tersebut, pemilihan lokasi usaha menjadi hal yang mendasar maka peneliti tertarik meneliti persoalan tersebut secara mendalam terkait komparasi pemilihan lokasi dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut. Dari hasil penelitian yang diperoleh, kemudian dituangkan kedalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “**Analisis Komparasi Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berangkat dari uraian konteks penelitian yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang menjadi fokus dalam skripsi ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut?
2. Bagaimana komparasi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut.
2. Untuk mendeskripsikan komparasi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, baik dari sisi pengembangan teori maupun implementasi praktisnya.

##### **1. Bagi Akademisi**

- a. Berperan dalam keberlanjutan ilmu pengetahuan terkhusus studi ini mengkaji secara empiris penerapan teori pemilihan lokasi pada konteks usaha mikro, yang seringkali kurang terdokumentasi dalam literatur akademis. Temuan mengenai faktor-faktor penentu lokasi dan kaitannya dengan profitabilitas dapat memperkaya pemahaman strategis dalam manajemen usaha skala mikro, serta menjadi referensi bagi pengembangan model bisnis yang adaptif bagi pelaku usaha mikro.
- b. Menjadikan bahan pengembangan model analisis komparasi untuk mengevaluasi efektivitas tata kelola lokasi usaha, khususnya dalam konteks usaha mikro kuliner dengan struktur spasial terbatas seperti yang terjadi pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut, sehingga dapat menjadi studi kasus bagi pengembangan teori lokasi pada skala usaha mikro.
- c. Pengujian teori ekonomi terkait preferensi spasial konsumen, elastisitas permintaan berdasarkan aksesibilitas lokasi melalui studi empiris pada Warung Makan Aisyah yang berlokasi di perempatan jalan dan Warung Mama Endut pada jalan dari dua arah yang mampu meningkatkan laba.

##### **2. Bagi Pemerintah**

- a. Menjadi bahan evaluasi dalam menyempurnakan kebijakan pengelolaan kawasan usaha mikro di lingkungan permukiman dengan mengidentifikasi

faktor-faktor lokasi seperti aksesibilitas perempatan jalan, visibilitas, dan lingkungan sekitar yang paling berdampak pada peningkatan laba pedagang seperti Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menyempurnakan kebijakan yang ada seperti penyediaan rambu penunjuk usaha, pengaturan tempat parkir yang tidak mengganggu warga, perbaikan akses jalan menuju usaha masyarakat, atau fasilitas pendukung lainnya, guna menciptakan lingkungan usaha yang lebih tertib, nyaman, dan berkelanjutan bagi pedagang dan masyarakat sekitar.

- b. Sebagai dasar ilmiah bagi pemerintah dalam menyusun regulasi tata kelola distribusi lokasi usaha mikro yang lebih terarah, khususnya untuk usaha yang berlokasi di jalur-jalur permukiman seperti perempatan jalan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha mikro dan menjaga kenyamanan serta keamanan lingkungan tempat usaha tersebut beroperasi.
  - c. Sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan pengembangan kawasan permukiman yang berkelanjutan, khususnya di Kota Banjarmasin, guna optimalisasi tata ruang yang dapat mengakomodir aktivitas usaha mikro seperti Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut, yang mendukung peningkatan pendapatan pedagang sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan tata tertib wilayah.
3. Bagi Masyarakat
- a. Meningkatkan kesadaran pelaku dan konsumen usaha mikro mengenai pentingnya pemilihan lokasi usaha yang strategis dan dampaknya terhadap

peningkatan laba serta keberlanjutan ekonomi. Penelitian ini secara khusus mengangkat studi kasus Warung Makan Aisyah yang berlokasi perempatan Jalan Cengkeh, menunjukkan bahwa lokasi yang strategis menjadi suatu pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha agar mampu menarik konsumen dan meningkatkan laba sedangkan Warung Mama Endut memanfaatkan lokasi dekat jenis usaha pendukung kebutuhan masyarakat lainnya selain dari kuliner. Temuan ini dapat menyadarkan masyarakat terutama pelaku usaha mikro dengan dikombinasikan dengan faktor lain seperti kualitas produk, loyalitas pelanggan, atau strategi pemasaran yang tepat.

- b. Sebagai sumber informasi yang lebih akurat dan mendalam bagi pelaku usaha mikro terkait strategi pemilihan lokasi usaha. Sehingga, berperan dalam memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih tepat untuk meningkatkan laba.
- c. Memperkaya wawasan masyarakat tentang integrasi nilai-nilai lokal dan syariah dalam pemilihan lokasi usaha, seperti keadilan, kemudahan akses tanpa mengganggu lingkungan, serta keberlanjutan sosial ekonomi.

#### **E. Definisi Operasional**

Guna memperoleh penjelasan yang lebih mendalam mengenai topik penelitian, perlu diuraikan beberapa variabel atau istilah kunci terkait yang perlu dijabarkan bertujuan menyelaraskan pemahaman permasalahan yang akan diangkat. Berikut variabel-variabel yang perlu diselaraskan yakni diantaranya:

### 1. Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan tempat terjadinya aktivitas yang dilakukan yang bertujuan mendapatkan timbal balik positif atas pengorbanan dari segi modal, tenaga, waktu dalam memperjual produk-produk yang diperoleh dari hasil pembuatan organisasi tersebut ataupun diperoleh dari pihak lain. Dalam hal ini lokasi usaha yang dimaksud ialah lokasi tempat berlangsungnya pelaku usaha kuliner dalam menawarkan hasil produksinya yaitu pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut.

### 2. Laba

Laba merupakan selisih penambahan positif yang diperoleh setelah tahapan pengurangan atas pengeluaran pembiayaan keseluruhan operasional usaha yang diketahui nominalnya dan pembiayaan tidak terduga selama proses operasional produksi. Dalam hal ini laba yang diperoleh oleh pelaku usaha kuliner pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut.

### 3. Warung Makan

Warung makan merupakan usaha lingkup kecil dengan suasana sederhana yang menawarkan makanan dan minuman dengan biaya terjangkau, kondisi tempat yang sederhana, dan terfokus pada menu masakan khas nusantara seperti soto, lauk pauk, mie, nasi goreng dan lain sebagainya. Warung makan melayani berbagai kalangan masyarakat, mulai dari menengah ke bawah hingga kalangan kelas atas dan menjadi solusi praktis untuk makan sehari-hari dengan harga terjangkau. Dalam kasus ini warung makan yang dimaksud adalah Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut, yang keduanya merupakan usaha sejenis

dengan karakteristik sebagaimana dijelaskan, namun dinilai memiliki perbedaan pertimbangan dalam menentukan lokasi serta strategi operasional yang menjadi fokus utama dalam analisis komparasi terhadap pemilihan lokasi usaha terhadap peningkatan laba.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dengan tujuan terstruktur penulisan pembahasan skripsi ini, maka di diterapkan struktur penulisan terdiri atas lima bab, di mana tiap-tiap bab dibagi lagi menjadi beberapa subbab, dan sistematika selengkapnya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Bagian bab ini merupakan yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab II Pemilihan Lokasi Usaha, Laba, Warung Makan: Pada bagian bab ini menyajikan acuan teoritis yang menjelaskan berbagai gagasan pokok dari sebuah teori terkait lokasi usaha, laba, warung makan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir.

Bab III Metode Penelitian: Bagian bab ini menjelaskan berbagai aspek penelitian, antara lain tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan: Bab ini menyajikan uraian mengenai temuan dari penelitian yang telah dilakukan atas analisis komparasi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut.

BAB V Penutup: Pada bab ini, peneliti memaparkan ringkasan temuan hasil penelitian sekaligus saran-saran yang ditujukan kepada sejumlah pihak.