

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Warung Makan Aisyah

Warung Makan Aisyah merupakan usaha mikro di bidang kuliner yang berlokasi di Jalan Cengkeh, Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur. Usaha ini didirikan pada tahun 2015 oleh ibu Muslipah, seorang warga dari Banjarmasin. Nama usaha diambil dari nama putri tunggal pendiri, yakni bernama Aisyah. Sebelum menetap di lokasi saat ini, usaha ini telah tiga kali berpindah tempat. *Pertama* berlokasi pada kantin UIN Antasari yang beralamat Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin. *Kedua* bertempat pada Jalan Gatot Subroto IV Banjarmasin. *Ketiga* dan menjadi posisi menetap operasional usaha berjalan yakni bertempat di Jalan Cengkeh. Saat ini, warung beroperasi dari setiap hari dari Senin sampai Minggu, buka mulai 09.30 hingga 18.00 WITA.

Secara administratif Warung Makan Aisyah masih berada di Kelurahan Kebun Bunga. Pemilihan lokasi usaha yang baru didasari oleh beberapa penyebab yang membuat pelaku usaha tersebut melakukan relokasi ke tempat yang baru. Pada Warung Makan Aisyah yang terjadi pada tempat *pertama* sebagai bentuk kebijakan kewenangan yang diberikan kampus untuk kebaikan seluruh pelaku usaha yang menempati area kantin yang melihat kondisi saat itu mengalami pandemi *Corona Virus 19* yang berdampak terhadap ketidakhadiran mahasiswa di lingkungan kampus dan perolehan pendapatan pelaku usaha tersebut serta tidak kembali ke area kantin kampus saat kondisi telah normal

kembali dengan pertimbangan pada periode tertentu jumlah tingkat mahasiswa mengalami penurunan signifikan yang berdampak juga terhadap kunjungan kantin kampus. Pada tempat *kedua* didasari tempat yang disewa telah berpindah kepemilikan dan dinilai area lahan yang terbatas sehingga menjadi tantangan untuk melakukan produksi dengan jumlah besar. Sehingga diputuskan untuk ke tempat sekarang yang dinilai memiliki prospek lebih menguntungkan dibandingkan tempat sebelumnya.

Produk yang ditawarkan terdiri atas berbagai menu makanan dan minuman. Untuk makanan, tersedia nasi sop, soto banjar, ayam lalapan, rawon, dan soto lamongan dengan kisaran harga Rp13.000/porsi. Sementara untuk minuman, warung menyediakan teh dan kopi yang disajikan dalam kondisi hangat atau dingin. Dalam operasionalnya, ibu Muslipah tidak menjalankan usaha ini sendirian. Beliau dibantu oleh tiga orang karyawan yang bertugas di berbagai bidang, mulai dari proses memasak, menyajikan makanan, hingga membersihkan peralatan makan.

Pemilihan lokasi usaha yang ditempati sekarang memberikan dampak positif terhadap peningkatan laba yang dirasakan oleh pemilik usaha hal ini dibuktikan dengan tabel perolehan laba bersih dalam kurun lima tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 4.1 Laba Bersih Warung Makan Aisyah

Tahun	Modal Usaha (Rp)	Laba (Rp)	Rasio Rentabilitas Ekonomi
2021	Rp175.200.000	Rp58.800.000	0,33%
2022	Rp193.200.000	Rp76.800.000	0,39%
2023	Rp247.200.000	Rp82.800.000	0,33%
2024	Rp281.400.000	Rp132.600.000	0,47%
2025	Rp331.200.000	Rp136.800.000	0,41%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan data tabel tersebut yang diperoleh di lapangan menyatakan bahwa ibu Muslipah memiliki modal usaha sejumlah Rp175.200.000 pada tahun 2021 dengan besaran laba Rp58.800.000 dengan rasio rentabilitas ekonomi sejumlah 0,33%. Kemudian pada tahun 2022 diperoleh laba Rp76.800.000 dengan nominal modal Rp193.200.000 hal ini memperoleh rasio rentabilitas ekonomi senilai 0,39%. Pada tahun 2023 rasio rentabilitas ekonomi mengalami penurunan dengan jumlah 0,33% yang diperoleh dari modal usaha Rp247.200.000 dan menghasilkan laba Rp82.800.000 yang menunjukkan pelorehan laba mengalami peningkatan namun dari segi rasio mengalami penurunan yang disebabkan tidak begitu seirasnya laba yang diperoleh dengan jumlah modal usaha yang dikeluarkan. Sedangkan pada tahun 2024 terjadi peningkatan signifikan rasio rentabilitas ekonomi sebesar 0,47% dengan diperoleh laba Rp132.600.000 dengan modal usaha senilai Rp281.400.000 hal

ini dikarenakan terjadinya relokasi tempat usaha ke tempat ditempati sekarang. Namun, kembali mengalami penurunan rasio rentabilitas ekonomi pada tahun 2025 menjadi 0,41% dengan laba usaha senilai Rp136.800.000 dengan modal sejumlah Rp331.200.000 yang disebabkan diantaranya fluktuasinya harga produksi. Akan tetapi tergolong tinggi dibandingkan dengan rasio pada lokasi usaha sebelumnya. Kemampuan perolehan laba disebabkan pemilihan lokasi usaha yang baru dan juga harga baku mengalami fluktuasi pada waktu tertentu.

Peningkatan rasio ekonomi pada tahun 2024 secara signifikan berdasarkan hasil wawancara didasari oleh perubahan lokasi usaha yang menghasilkan penambahan menu sajian makanan yang ditawarkan yang pada sebelumnya tidak ada disebabkan keterbatasan tempat produksi di lokasi usaha sebelumnya. Dengan lokasi usaha yang baru memudahkan aktivitas produksi sehingga terciptanya menu baru sehingga calon konsumen memiliki beragam pilihan menu yang dapat menarik minat mereka untuk menghabiskan waktunya di Warung Makan Aisyah didukung tempat yang nyaman, luas dan bersih.

2. Gambaran Umum Warung Mama Endut

Warung Mama Endut merupakan sebuah usaha yang didirikan pada tahun 2009. Usaha yang bergerak dalam bidang kuliner ini merupakan inisiasi dari Nor Idayati, seorang masyarakat asal Provinsi Jawa Timur. Sepanjang perjalanan usahanya, warung ini telah mengalami enam kali perpindahan sebelum akhirnya menetap di lokasinya saat ini, yaitu di Jalan Simpang Limau Sungai Lulut, Kecamatan Banjarmasin Timur. Lokasi *pertama* yang ditempati beralamat Jalan Pramuka No. 41 Banjarmasin. *Kedua* bertempat di Jalan Pramuka No. 10

Banjarmasin. *Ketiga* berlokasi di Jalan Dharma Budi I Banjarmasin. *Keempat* beralamat di Jalan Pramuka No. 14 Banjarmasin. Kelima berlokasi Jalan Hikmah Banua Banjarmasin. *Keenam* Jalan Simpang Limau Banjarmasin.

Warung Mama Endut sebelumnya berlokasi di Kelurahan Pemurus Luar dan kini telah berpindah ke Kelurahan Sungai Lulut yang masih termasuk dalam Kecamatan Banjarmasin Timur. Sedangkan yang terjadi Warung Mama Endut pada lokasi *pertama* bangunan warung tersebut dialih gunakan dengan pertimbangan internal. *Kedua* terdapat kenaikan pada biaya sewa warung yang berdampak kepada pembengkakan biaya operasional. *Ketiga* ketidakcukupan aspek infrastruktur dan tata letak pada wilayah berada yang menimbulkan kerentanan bangunan warung terhadap genangan air saat intensitas hujan tinggi. *Keempat* selama periode usaha, volume penjualan tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan. *Kelima* pertimbangan internal oleh pemilik bangunan.

Nama "Warung Mama Endut" dipilih berdasarkan karakter fisik pemiliknya yakni Nor Idayati yang dahulu memiliki postur tubuh yang berisi (*endut*) dengan tinggi badan yang relatif pendek. Warung ini menawarkan menu utama berupa nasi pecel dan nasi campur, dengan beragam pilihan lauk seperti telur *crispy*, ikan peda, lele, patin, serta ayam goreng dan ayam tepung serta beragam sayur dengan kisaran harga Rp5.000 hingga Rp12.000. Dalam operasionalnya, Warung Mama Endut beroperasi setiap hari dari pukul 06.30 WITA sampai dengan semua menu habis terjual. Pengelolaan usaha dilakukan secara kekeluargaan, di mana Nor Idayati dibantu oleh suami dan kedua anaknya

dalam berbagai aktivitas, mulai dari pengadaan bahan baku hingga proses transaksi penjualan.

Pada penentuan lokasi usaha tidak selalu berjalan dengan lancar disebabkan terdapat kendala sehingga mempengaruhi optimalisasi laba pada usaha yang sedang berjalan sehingga laba diperoleh mengalami perubahan signifikan pada lokasi usaha saat melakukan perpindahan lokasi usaha yakni sebagaimana berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel 4.2 Laba Bersih Warung Mama Endut

Tahun	Modal Usaha (RP)	Laba (Rp)	Rasio Rentabilitas Ekonomi
2021	Rp303.120.000	Rp56.880.000	0,18%
2022	Rp259.800.000	Rp46.200.000	0,17%
2023	Rp161.520.000	Rp18.480.000	0,11%
2024	Rp243.600.000	Rp44.400.000	0,18%
2025	Rp248.400.000	Rp111.600.000	0,44%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, menggambarkan perubahan signifikan pada tahun tertentu yang disebabkan lokasi usaha yang mengalami perubahan. Pada tahun 2021 memperoleh laba Rp56.880.000 dengan modal Rp303.120.000 yang memperoleh rasio ekonomi senilai 0,18%. Tahun 2022 mengalami penurunan rasio yakni senilai 0,17% dengan laba diperoleh Rp46.200.000 dan modal usaha Rp359.800.000. Tahun 2023 mengalami penurunan rasio ekonomi secara

signifikan yakni 0,11% dengan laba Rp18.480.000 dengan modal usaha Rp161.520.000. Pada tahun 2024 mengalami peningkatan rasio ekonomi senilai 0,18% dengan modal usaha sebesar Rp243.600.000 dengan perolehan laba Rp44.400.000. Sedangkan pada tahun 2025 mengalami peningkatan signifikan dibuktikan dengan perolehan rasio sebesar 0,44% dengan laba senilai Rp111.600.000 dengan modal Rp248.400.000. Pada lokasi usaha membuktikan yang memiliki aksesibilitas dan visibilitas yang mendukung tidak selalu menghasilkan probabilitas yang maksimal. Hal ini disebabkan beban biaya pada sewa tempat lebih tinggi dibandingkan lokasi dengan tingkat aksesibilitas dan visibilitas kurang maksimal sehingga biaya sewa tempat dapat ditekan dan didukung dengan lingkungan sekitar usaha yang mendukung sehingga mampu mendorong peningkatan laba.

3. Deskripsi Temuan Wawancara

Data yang disajikan dalam bagian ini diperoleh hasil kombinasi teknik pengumpulan data berupa wawancara yang ditunjukkan kepada pemilik usaha warung dan konsumennya serta hasil observasi langsung di lapangan selama periode penelitian. Bagian ini memaparkan berbagai informasi terkait faktor-faktor pelaksanaan yang dijalankan oleh pemilik usaha dalam memilih tempat usaha baru seperti faktor aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan dan faktor regulasi serta dampaknya terhadap peningkatan laba.

Berikut ini temuan informasi yang diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi:

a. Wawancara Narasumber 1

Nama : Muslipah

Nama Warung : Warung Makan Aisyah

Lama Usaha Berjalan : 11 Tahun

Jam Operasional : 08.30 WITA - 18.00 WITA

Dari hasil wawancara narasumber satu menyampaikan bahwa sebagai berikut:

1) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Aksesibilitas dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Hasil wawancara yang menunjukkan bahwa pemilik warung telah memikirkan segi aksesibilitas dengan bentuk pemilihan lokasi di perempatan jalan sehingga memberikan kemudahan dan jangkauan yang luas, memudahkan konsumen dari berbagai arah untuk mengakses warung. Faktor pendukung seperti kondisi jalan yang baik, ketersediaan tempat parkir, dan alternatif rute memperkuat kemudahan akses tersebut. Aksesibilitas yang baik ini berpotensi untuk meningkatkan volume kunjungan konsumen, yang pada akhirnya dapat berkontribusi dalam peningkatan laba usaha.

2) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Visibilitas dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Narasumber menuturkan melakukan upaya strategi pemanfaatan sarana promosi luar ruang yang sederhana namun efektif melalui tindakan pemasangan spanduk yang berfungsi sebagai penanda visual yang

mengkomunikasikan keberadaan dan penawaran warung kepada pasar yang melintas. Strategi ini dapat meningkatkan visibilitas usaha tanpa biaya besar. Peningkatan visibilitas ini pada akhirnya dapat mendorong peningkatan volume penjualan yang berdampak pada peningkatan laba usaha.

3) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Tempat Parkir dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Berdasarkan hasil wawancara bahwa ketersediaan tempat parkir yang luas tidak dijadikan prioritas utama dalam pemilihan lokasi. Pertimbangan efisiensi biaya menjadi alasan mendasar. Pemilik memilih untuk mengoptimalkan lahan yang ada dengan menyisakan ruang terbatas untuk parkir, guna menghindari peningkatan biaya operasional akibat penyewaan lahan yang lebih luas.

4) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Ekspansi dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Narasumber menyadari bahwa lokasi yang dipilih harus mampu mengakomodasi perkembangan bisnis di masa depan melalui sedini awal mengutamakan lahan yang luas. Kebijakan ini menunjukkan perencanaan jangka panjang yang matang. Dengan memilih lokasi yang memiliki luas lahan memadai, usaha ini tidak sekedar menjawab keperluan operasional yang ada saat ini, melainkan juga menyiapkan kapasitas untuk pertumbuhan di masa datang. Ekspansi yang dilakukan tanpa perlu relokasi akan menghemat biaya operasional yang signifikan,

meminimalkan gangguan terhadap loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya berkontribusi secara lebih efisien terhadap peningkatan laba usaha.

5) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Lingkungan dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Berdasarkan hasil wawancara pemilihan lokasi secara sengaja ditujukan untuk menjangkau segmen pasar masyarakat dengan kemampuan finansial kalangan menengah kebawah. Kebijakan ini disertai dengan penawaran menu beragam yang berharga terjangkau.

6) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Persaingan dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Narasumber mengaku menghindari lokasi saling berdekatan yang sudah jenuh dengan usaha sejenis. Walaupun beberapa meter terdapat menu sejenis tersedia di tempat lain. Langkah ini merupakan upaya proaktif untuk mengurangi intensitas persaingan, memungkinkan usaha untuk mendapatkan pangsa pasar awal dengan lebih mudah, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan laba.

7) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Regulasi dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah

Narasumber mengungkapkan tidak menjadikan pertimbangan regulasi sebagai faktor utama pemilihan lokasi usaha. Keyakinan ini didasari oleh jenis produk yang dijual yakni menu makanan rumahan yang umum seperti nasi sop, soto, rawon, dan ayam lalapan, yang dianggap telah memenuhi standar dasar. Pemilik merasa bahwa selama

tidak melanggar aturan yang jelas dan menjaga kebersihan, regulasi bukanlah penghalang.

8) Dampak Pemilihan Lokasi Usaha terhadap Laba

Pengakuan narasumber yang menyatakan sejak beroperasi yang sedang ditempati terjadi peningkatan laba berupa terjadinya penambahan jumlah produksi yang diimbangi dengan peningkatan jumlah penjualan. Hal ini pemilihan lokasi usaha didukung oleh faktor aksesibilitas, visibilitas dan lingkungan. Pada tempat sebelumnya dengan memperhatikan faktor aksesibilitas dan lingkungan juga terjadi perolehan laba cukup bagus. Namun, pada periode tertentu pada setiap tahunnya perolehan laba tersebut mengalami penurunan signifikan sedangkan harus tetap membayar beban biaya tetap pada periode tersebut. Dengan menetapkan lokasi warung sekarang kemungkinan penurunan laba pada periode tertentu dapat diminimalisir.

Namun dalam menjalankan sebuah usaha pasti terdapat sebuah tantangan yakni berupa persaingan yang cukup ketat yang didasari menu makanan memiliki makanan sejenis dengan warung yang berjarak cukup dekat.

b. Wawancara Narasumber 2:

Nama : Nor Idayati

Nama Warung : Warung Mama Endut

Lama Usaha Berjalan : 17 Tahun

Jam Operasional : 06.30 WITA - 11.30 WITA

Berdasarkan temuan wawancara tersebut narasumber menggambarkan bahwa dalam pemilihan lokasi usaha antara lain:

1) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Aksesibilitas dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Menurut perolehan wawancara yang dilakukan narasumber menerangkan kemudahan akses bagi pelanggan. Lokasi yang strategis dengan kondisi infrastruktur jalan yang baik menjadi pertimbangan utama. Walaupun tempat yang ditempati sekarang memerlukan waktu untuk mengaksesnya dengan nilai tambah memiliki jalan akses alternatif masyarakat permukiman sekitar.

2) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Visibilitas dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Menurut narasumber dalam menentukan lokasi usaha mengupayakan meningkatkan visibilitas warung melalui pengupayaan pemasangan spanduk secara optimal. Pemasangan spanduk informasi pada titik dapat dilihat pandangan normal yakni bagian atas dan bawah etalase bertujuan untuk menangkap pandangan pertama calon konsumen. Dengan demikian, peningkatan visibilitas yang terencana ini berkontribusi langsung pada peningkatan volume konsumen dan potensi peningkatan laba usaha.

3) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Tempat Parkir dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Narasumber tersebut menuturkan pertimbangan fasilitas pendukung seperti tempat parkir merupakan aspek penting. Namun dalam pelaksanaannya, hal ini tidak dijadikan prioritas mutlak dalam keputusan pemilihan lokasi yang mana warung dijalankan berfokus melakukan penjualan bawa pergi (*take away*). Oleh karena itu, kami melakukan usaha percepatan layanan agar konsumen yang datang dapat secara bergantian menggunakan lahan yang ada untuk memarkirkan kendaraannya.

4) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Ekspansi dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Narasumber mengutarakan bahwa dalam penetapan lokasi usaha tidak menjadikan luas lahan sebagai pertimbangan utama. Hal ini diputuskan berdasarkan pertimbangan ekonomis, di mana lokasi yang terlalu luas berpotensi menyebabkan biaya sewa meningkat dan pada akhirnya dapat membebani operasional usaha. Langkah ekspansi yang direncanakan lebih berfokus pada pencarian lokasi baru yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan usaha, bukan sekadar memperluas tempat yang sudah ada. Lebih lanjut, narasumber mengakui bahwa prospektif untuk membuka penjualan pada area pinggir jalan dengan hanya menggunakan meja kecil.

5) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Lingkungan dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Hasil wawancara memperoleh temuan bahwa menetapkan wilayah usaha pada lingkungan yang baru dibandingkan situasi sebelumnya yakni beroperasi di lingkungan kompleks perumahan yang sebagian besar penghuninya berasal dari kalangan berpenghasilan menengah yang memperoleh pendapatan tidak kalah besar dibandingkan pada area ruas jalan dengan visibilitas lebih tinggi.

6) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Persaingan dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Penuturan oleh narasumber yang menyatakan pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan matang terhadap kondisi persaingan di area sekitar. Keberadaan usaha ini di lokasi yang memiliki minim pesaing langsung menjadi keunggulan krusial.

7) Pemilihan Lokasi Usaha pada Faktor Regulasi dalam Meningkatkan Laba pada Warung Mama Endut

Berdasarkan pelorehan wawancara yang menerangkan faktor regulasi dalam pemilihan lokasi usaha, khususnya terkait perizinan dan kesesuaian kawasan, belum menjadi pertimbangan utama yang menjadikan pertimbangan skala usaha yang masih mikro dan status operasionalnya yang menggunakan tempat sewa.

8) Dampak Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba

Narasumber mengaku terjadi peningkatan dibandingkan dengan tempat sebelumnya. Peningkatan ini terjadi pada faktor lingkungan dan persaingan yang menjadi pendukung pada tempat saat ini sehingga menjadi faktor peningkatan penjualan. Pada faktor aksesibilitas dan visibilitas dianggap memiliki peranan penting. Akan tetapi, dari pengalaman terdahulu pada diantaranya yang memiliki aksesibilitas dan visibilitas tinggi dibandingkan masa kini tidak menjamin penentu terjadinya peningkatan penjualan.

Dibalik terjadinya peningkatan laba ada sebuah tantangan yakni pada aksesibilitas yang hadir dari pelanggan yang mengeluhkan kesulitan menjangkau ke tempat baru dikarenakan cukup memakan waktu.

c. Wawancara Narasumber 3 sebagai Konsumen Warung Makan Aisyah:

Nama : Rasyidatunnisa

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Berdasarkan temuan wawancara tersebut memperoleh hasil sebagai berikut:

1) Faktor Aksesibilitas

Menurut pengalaman dari narasumber yang menuturkan bahwa untuk akses jalan cukup mudah di jangkau karena berdekatan dengan kampus sehingga dapat menjadi pilihan untuk makan siang.

2) Faktor Visibilitas

Narasumber menyampaikan bahwa papan informasi keberadaan warung mudah terbaca dan posisi tempat warung berada di persimpangan jalan memudahkan dilihat saat melintas.

3) Faktor Tempat Parkir

Narasumber berpendapat bahwa ketersediaan tempat parkir di setiap warung itu hal yang penting. Hal ini bertujuan agar tidak mengganggu pengguna jalan sekitar, pada kasus warung ini tempat parkirnya cukup luas yang berada di depan warung dimana masih tersisa area lahan antara tempat parkir dan jalan, jadi tidak terlampau mengganggu pengguna jalan lainnya.

4) Faktor Ekspansi

Narasumber menjelaskan tempat makan yang luas akan menjadi pertimbangannya dalam menentukan tempat makan yang dituju. Pada warung ini bangunan warung dinilai luas sehingga mampu lebih banyak menyediakan tempat duduk untuk konsumen yang menyebabkan menciptakan suasana nyaman tidak perlu berdesakan saat makan.

5) Faktor Lingkungan

Narasumber menilai telah sesuai dengan sosial ekonomi masyarakat sekitar warung dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan pemilik warung cukup terjangkau untuk masyarakat sekitar dan tentunya mahasiswa.

6) Faktor Persaingan

Narasumber menjelaskan memutuskan bertransaksi di warung ini didasari keberadaan warung berdekatan dengan indekos dan kampus. Sehingga menjadi salah diantara tempat makan yang ditetapkan untuk membeli lauk dan mempertimbangkan beragamnya pilihan menu lauk.

7) Faktor Regulasi

Narasumber berpendapat bahwa legalitas warung sangat penting untuk menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen serta untuk menghindari dimasa mendatang pembongkaran hingga terjadinya penutupan paksa warung yang disebabkan berdirinya bangunan tidak memperoleh perizinan.

d. Wawancara Narasumber 4 sebagai konsumen Warung Makan Aisyah:

Nama : Aisha Az Zahra

Umur : 23 Tahun

Pekerjaan : *Fresh Graduate*

Menurut hasil wawancara tersebut yang menyatakan bahwa:

1) Faktor Aksesibilitas

Narasumber berpendapat bahwa aksesibilitas menuju ke lokasi warung cukup strategis dikarenakan lokasi berada di samping persimpangan sehingga dapat memudahkan untuk di jadikan patokan.

2) Faktor Visibilitas

Narasumber menyatakan papan informasi sangat mudah untuk dibaca dan dikenali oleh pengendara yang melintas di sekitarnya.

Kejelasan informasi dapat membantu para calon konsumen yang pertama kali datang dan mengetahui keberadaan warung berada.

3) Faktor Tempat Parkir

Narasumber menilai ketersediaan tempat parkir masih tergolong kurang memadai. Lahan yang disediakan untuk memarkirkan kendaraan tidak cukup luas sehingga terkadang menyulitkan konsumen yang datang menggunakan kendaraan terutama ketika volume konsumen tinggi.

4) Faktor Ekspansi

Narasumber menyampaikan kondisi bangunan warung cukup baik dan dinilai layak sebagai tempat operasional usaha warung. Namun, jika dinilai dari fasilitas yang tersedia berupa jumlah meja dan kursi yang disediakan masih tergolong kurang banyak saat di jam sibuk warung.

5) Faktor Lingkungan

Narasumber berpendapat keberadaan warung dengan lokasi yang ada telah cukup sesuai dengan keadaan sosial ekonomi masyarakat sekitarnya. Keberadaan warung dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dalam memenuhi keperluan makanan siap saji. Selain itu, lokasi yang berada berdekatan dengan lembaga pemerintahan dan swasta serta kampus juga memungkinkan warung ini memiliki jumlah konsumen yang banyak.

6) Faktor Persaingan

Narasumber menyatakan menyatakan memilih datang ke warung tersebut disebabkan lokasi warung cukup dekat dengan lembaga instansi.

Kedekatan lokasi membuat pergerakan lebih mudah serta tidak memerlukan masa yang lebih banyak untuk menuju warung tersebut. Daripada itu, menjadi diantara pilihan tempat makan praktis bagi pekerja maupun mahasiswa dalam membeli makanan atau minuman.

7) Faktor Regulasi

Narasumber beragumen bahwa dengan keberadaan perizinan usaha memang dianggap penting. Namun, dalam beberapa kondisi hal tersebut bisa saja tidak begitu menjadi pertimbangan utama. Seperti dalam membeli makanan dalam kondisi tertentu mungkin saja calon konsumen tidak memperhatikan apakah pelaku usaha tersebut telah memiliki perizinan ataupun belum.

e. Wawancara Narasumber 5 sebagai konsumen Warung Makan Aisyah:

Nama : Hatria
Umur : 21 Tahun
Pekerjaan : Wirausaha

Menurut hasil wawancara tersebut yang narasumber kelima menyatakan bahwa:

1) Faktor Aksesibilitas

Narasumber menyatakan bahwa mempertimbangkan kemudahan aksesibilitas yang digapai menuju warung mengingat keberadaan warung yang berada di persimpangan jalan utama dengan jalan gang tempat tinggal sehingga apabila sebelum pulang ke rumah ataupun pergi menuju tempat lainnya sekalian berkunjung ke tempat makan tersebut.

2) Faktor Visibilitas

Narasumber menyampaikan keterlihatan keberadaan warung terlihat didukung adanya papan informasi berukuran besar yang memuat informasi menu-menu yang tersedia sehingga menjadi penyumbang berbelanja di tempat tersebut.

3) Faktor Tempat Parkir

Narasumber berpendapat area yang disediakan untuk memarkir sepeda motor dinilai memiliki ukuran cukup memadai dan selama pengalaman yang pernah ada melakukan transaksi *take away* yang berakibat tidak memakan waktu lebih lama dalam memarkirkan kendaraan sehingga dapat bergantian menggunakan lahan parkir.

4) Faktor Ekspansi

Narasumber menyatakan warung memiliki bangunan luas dan besar sehingga dapat menampung konsumen dengan jumlah banyak serta dapat menambah kenyamanan terhadap konsumen yang menghabiskan waktu di tempat.

5) Faktor Lingkungan

Narasumber memaparkan berdirinya usaha warung telah sesuai berada di lingkungan tersebut dengan melihat secara umum penghasilan masyarakat sekitar dengan harga yang ditawarkan senilai Rp15.000 telah mendapatkan nasi beserta lauk cukup banyak sehingga sepadan dan tidak terlalu tinggi.

6) Faktor Persaingan

Narasumber menyatakan memustikan melakukan pembelian di warung tersebut disebabkan posisi keberadaan warung yang berada di area jalan perlintasan keseharian beraktivitas. Kemudian layanan yang diberikan membuat puas sehingga melakukan pemberian secara berulang kali.

7) Faktor Regulasi

Narasumber mengemukakan pendapat bahwa tidak memiliki pertimbangan khusus dalam melakukan pembelian terhadap perizinan warung terkait. Hal ini didasari warung yang juga merupakan usaha lingkup mikro sehingga tidak mempermasalahkan terkait perizinan.

f. Wawancara Narasumber 6 sebagai konsumen Warung Mama Endut:

Nama : Siti Khadijah

Umur : 57 Tahun

Pekerjaan : Pedagang

Berdasarkan perolehan proses wawancara dari narasumber keenam tersebut yang diperoleh informasi:

1) Faktor Aksesibilitas

Narasumber menuturkan bahwa warung ini memiliki kemudahan aksesibilitas baik, melihat dari struktur aspal yang bagus dan dekat dengan tempat tinggal sehingga nyaman dalam berkendara menuju ketempat ini.

2) Faktor Visibilitas

Narasumber menyatakan melihat posisi warung dikarenakan melakukan transaksi pada usaha-usaha sekitar warung tersebut sembari menunggu pesanan selesai dan membaca informasi warung bahwa di lokasi tersebut telah hadir warung makan dengan beragam menu makanan.

3) Faktor Tempat Parkir

Narasumber mengutarakan tidak mempermasalahkan ketidaktersediaan fasilitas parkir teruntuk mereka yang hanya mengendarai kendaraan roda dua sehingga dapat menyesuaikan peletakan posisi kendaraan agar tidak bahu memakan jalan.

4) Faktor Ekspansi

Narasumber menyampaikan bahwa melihat dari sudut pandang pribadi tidak mengharapkan warung makan yang besar dan luas jika tujuan melakukan pembelian makanan untuk dibawa pulang berbeda jika dalam situasi yang berbeda yang mengharapkan warung makan yang nyaman berupa tempat yang luas. Dalam situasi ini yang mana sebagai menu sarapan yang disantap bersama anggota keluarga lainnya.

5) Faktor Lingkungan

Narasumber menerangkan lingkungan yang ditetapkan dalam mendirikan usaha makanan siap saji telah tepat berada di kawasan usaha yang menawarkan bahan makanan perlu proses pengolahan sehingga dapat menjadi opsi pilihan masyarakat sebagai menu sarapan yang memiliki keterbatasan waktu dalam pengolahan.

6) Faktor Persaingan

Narasumber menjelaskan dalam memutuskan melakukan transaksi pada warung tersebut berdasarkan warung dengan yang menawarkan menu serupa merupakan lokasi terdekat dari tempat tinggal dan merasakan kepuasan terhadap cita rasa menu yang ditawarkan dengan jumlah porsi yang banyak namun dengan harga yang terjangkau.

7) Faktor Regulasi

Narasumber menyampaikan tidak mempermasalahkan terkait legalitas terkait perizinan tempat berdirinya usaha. Dikarenakan dari aspek tersebut dinilai tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap kebutuhan secara pribadi.

g. Wawancara Narasumber 7 sebagai konsumen Warung Mama Endut:

Nama : Miftahah, S.Ag
Umur : 55 Tahun
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil

Menurut narasumber berdasarkan hasil wawancara yang menyatakan:

1) Faktor Aksesibilitas

Narasumber mengutarakan bahwasanya warung mudah diakses yang berada pada jalan dengan aktivitas pengguna cukup tinggi dan keberadaannya tidak begitu jauh dari tempat tinggal sehingga apabila ingin menikmatinya tidak memerlukan waktu yang lebih lama untuk memperoleh makanan dari warung tersebut.

2) Faktor Visibilitas

Narasumber mengungkapkan bahwa keberadaan warung mudah untuk dikenali dengan adanya informasi yang dipasang pada dua posisi yakni pada atas dan bawah lemari etalase. Pada jam tertentu terjadi peningkatan volume kendaraan yang memungkinkan tidak lancar arus lalu lintas namun hal itulah yang membuat dapat di sela-sela waktu melihat keberadaan warung.

3) Faktor Tempat Parkir

Narasumber menuturkan tempat parkir merupakan hal yang penting bahkan ada beberapa momentum tidak jadi melakukan pembelian di tempat usaha lainnya mengingat keterbatasan area parkir. Namun dalam kasus warung ini yang dinilai hampir tidak memiliki area lahan parkir tidak menjadi masalah walaupun memarkirkan kendaraan pada seberang warung disebabkan warung ini memiliki ciri khas tersendiri.

4) Faktor Ekspansi

Narasumber mengutarakan bangunan warung luas dan besar tidak menjadi faktor utama dalam melakukan pembelian sebab apabila warung memiliki hal tersebut pada umumnya memiliki harga yang lebih tinggi sehingga tidak keberatan jika warung tidak luas.

5) Faktor Lingkungan

Narasumber mengatakan bahwa warung yang berada dengan area perumahan warga yang rata-rata memiliki penghasilan ekonomi menengah sehingga dinilai telah sesuai berdiri di lokasi tersebut yang menawarkan

satu porsi makanan banyak namun bisa dikonsumsi oleh dua orang namun dengan harga yang sangat murah.

6) Faktor Persaingan

Narasumber menuturkan bahwa sekitar usaha bahkan dalam radius beberapa meter belum ada yang menawarkan menu yang serupa dengan yang apa ditawarkan sehingga minim persaingan dan membuat para konsumen yang berkeinginan mengkonsumsi pilihan makanan dengan praktis tinggal datang ke warung tersebut.

7) Faktor Regulasi

Narasumber mengungkapkan bahwa regulasi bagi pelaku usaha dalam mendirikan sebuah usaha penting. Namun untuk pelaku usaha skala mikro tidak menjadi sebuah keharusan mutlak untuk menjadikan pertimbangan dalam melakukan pembelian.

B. Pembahasan

1. Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut

Pada pembahasan ini memuat deskripsi hasil wawancara terkait pemilihan lokasi usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut berdasarkan teori Tjiptono (2015) yang memperoleh temuan bahwa dengan mempertimbangan faktor-faktor tersebut namun belum secara optimal diterapkan. Berikut uraian hasil temuan berdasarkan perolehan wawancara dan observasi:

a. Faktor Aksesibilitas

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa aksesibilitas menjadi pertimbangan utama pada Warung Makan Aisyah yang diperlihatkan dengan memberikan kemudahan akses bagi calon konsumennya untuk menuju ke tempat warung tersebut berupa berada di perempatan jalan dan melakukan relokasi dari tempat sebelumnya memiliki jarak terhitung tidak cukup jauh hanya berjarak beberapa meter. Dari hal tersebut menunjukkan upaya yang dilakukan berupa melakukan kemudahan akses bagi calon konsumennya agar tidak terkendala dalam menemukan posisi warung. Selaras dari hasil penuturan konsumen yang menyatakan bahwa aksesibilitas warung sangat mudah diakses bagi mereka dalam melakukan pembelian. Tempat strategis dengan dekatnya dengan tempat tinggal, pusat pendidikan, dan tempat kerja.

Sedangkan pada Warung Mama Endut memberikan akses kemudahan bagi calon konsumennya berupa dari segi infrastruktur jalan yang nyaman dan berada di jalan alternatif masyarakat walaupun posisi tersebut memiliki tingkat akses cukup memakan waktu dibandingkan dengan tempat sebelumnya. Kemudahan akses juga disampaikan konsumen yang merasakan hal tersebut berupa lebih dekatnya dengan tempat tinggal dan infrastruktur yang memadai. Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Adiwijaya (2010) dalam menentukan lokasi usaha perlu diperhatikan akses yang memadai seperti jalan dalam kondisi beraspal halus, rata, tidak bergelombang, dan bebas lubang. Di samping itu, tata letak jalur jalan perlu dirancang dengan

rapi dan terstruktur, serta area tersebut harus terbebas dari potensi banjir ketika musim penghujan tiba.

b. Faktor Visibilitas

Berdasarkan temuan kedua warung tersebut memiliki kesamaan agar visibilitas warung terlihat oleh calon konsumen yakni menggunakan bantuan alat berupa spanduk sebagai media informasi bahwa di wilayah tersebut terdapat warung yang menawarkan beragam menu masakan beragam lauk pauk. Sejalan dengan temuan dari Hasanah dkk. (2026) yang memperlihatkan bahwa dengan memasang spanduk, visibilitas usaha menjadi lebih meningkat yang berdampak pada bertambahnya konsumen baru sebanyak empat hingga lima orang setiap harinya. Namun, posisi di kedua warung tersebut memiliki keterbatasan berupa tidak dapat di akses melalui *Google Maps* sehingga calon konsumen dengan kunjungan pertama kesulitan menemukan posisi tepatnya kemudian kehilangan kesempatan sebagai media validitas usaha seperti tidak terdapat ulasan, menu, foto dan sebagainya tersebut.

Perbedaan temuan terjadi yakni di Warung Makan Aisyah berupa agar warung terlihat melalui pandangan mata calon konsumen dengan keberadaan warung di perempatan jalan yang berdampak lebih memiliki kesempatan tinggi untuk diketahui keberadaan warung oleh calon konsumen yang datang menuju ke berbagai arah jalan lainnya. Konsumen Warung Makan Aisyah membenarkan dengan berdirinya warung di perempatan jalan lebih memudahkan mereka menemukan warung selain dengan adanya

bantuan alat informasi yang terpasang pada bangunan warung. Sedangkan pada Warung Mama Endut yang mengandalkan visibilitas alat media informasi yang terpasang pada bangunan warung dan didukung keberadaan usaha-usaha lainnya juga dapat meningkatkan kesadaran calon konsumen atas berdirinya warung.

c. Faktor Tempat Parkir

Berdasarkan informasi yang diperoleh bahwa kedua warung tersebut belum secara optimal memikirkan ketersediaan lahan parkir bagi konsumennya yang didasari akan berdampak terhadap peningkatan sewa lahan sehingga hanya memaksimalkan lahan yang tersisa. Walaupun lahan yang tersedia terbatas pada area tersebut tidak terdapat pengelola parkir liar yang dinilai kasus tersebut yang mampu mengganggu kenyamanan konsumen dibandingkan ketersediaan lahan yang terbatas.

Sejalan dengan temuan Elbatista dkk. (2024) parkir liar terbukti sangat mengganggu kenyamanan dan rasa aman saat berbelanja, yang berpotensi mengubah kebiasaan kunjungan pelanggan. Pada umumnya, kehadiran parkir liar dinilai dapat mengganggu pengalaman berbelanja konsumen, sehingga dapat mempengaruhi minat mereka untuk datang ke UMKM yang berada di sekitarnya. Konsumen Warung Makan Aisyah secara umum tidak merasakan keberatan dengan penggunaan lahan parkir yang hanya menggunakan lahan yang tersisa yang dinilai masih mampu menampung beberapa kendaraan yang ada serta tidak mengambil jalan pengguna lainnya.

Pemilihan lokasi Warung Mama Endut lebih menitikberatkan pada penekanan biaya operasional dan kesesuaian dengan model operasional usaha. Keputusan ini memperlihatkan pemahaman daripada pendanaan modal lebih tinggi untuk fasilitas parkir, usaha ini memilih untuk mengoptimalkan sumber daya dimiliki pada aspek lain yang lebih langsung berdampak pada peningkatan laba seperti kecepatan layanan untuk mendukung layanan *take away*. Pendekatan ini merupakan bentuk pengoptimalan lokasi yang rasional, di mana faktor tempat parkir luas diatasi melalui pertimbangan spesifik yang sesuai dengan sifat dan kebutuhan usaha yang dijalankan. Berdasarkan pertimbangan tersebut konsumen tidak merasakan keberatan atas pertimbangan yang diambil oleh pelaku usaha. Konsumen dapat melakukan pengoptimalan lahan sekitar warung dalam melakukan memarkirkan kendaraan.

d. Faktor Ekspansi

Warung Makan Aisyah telah memikirkan sejak awal area lahan yang lebih luas dibandingkan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk jangka panjang berupa kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang jika terjadi peningkatan volume konsumen, kemudian untuk mempermudah penambahan jumlah produksi yang sebelumnya terkendala meningkatkan jumlah produksi yang disebabkan keterbatasan area bangunan. Konsumen secara umum beranggapan warung memiliki bangunan yang luas dan besar

yang dapat menampung dengan jumlah banyak konsumen yang mampu menciptakan nuansa nyaman tanpa berdesakan dengan konsumen lainnya.

Daripada itu, Warung Mama Endut saat ini belum memaksimalkan faktor ekspansi dalam hal perluasan tempat usaha yang telah ada yang didasari area yang luas akan berdampak terjadinya peningkatan biaya tetap yang tentunya akan memberatkan sistem operasional. Namun, pelaku usaha berencana ke depannya untuk berjualan di area tepi jalan yang memiliki mobilitas lebih tinggi dengan memanfaatkan meja kecil. Hal ini dilakukan sebagai bentuk perluasan wilayah usaha yang akan diterapkan. Langkah tersebut ditempuh sebagai alternatif untuk meraih lebih banyak konsumen tanpa perlu mengeluarkan tambahan biaya tetap yang signifikan. Sejalan dengan pertimbangan pemilihan lokasi perusahaan yang bertujuan menekan biaya operasional, hasil studi Purba dkk. (2025) menunjukkan bahwa harga tanah dan biaya sewa bangunan yang relatif lebih rendah turut menjadi faktor pendorong bagi perusahaan dalam menetapkan lokasi cabangnya di Sumedang. Konsumen warung tidak berkeberatan dengan kondisi keterbatasan bangunan warung yang kecil yang dapat berdampak terhadap harga makanan yang lebih ekonomis.

e. Faktor Lingkungan

Pada kedua warung tersebut telah mempertimbangkan lingkungan sekitar yang akan berdirinya usaha tersebut. Melihat kesesuaian profil usaha dengan sosial ekonomi masyarakat sekitar warung seperti dengan Warung Makan Aisyah yang melihat berada sekitar area instansi pemerintah dan

perusahaan swasta serta lembaga pendidikan. Konsumen membenarkan dengan berdirinya warung pada wilayah kegiatan keseharian yang terdapat warung makan dengan menawarkan harga yang terjangkau yang membuat sangat cocok dengan kebutuhan mereka yang mencari harga ekonomis namun dengan porsi dan rasa sesuai dengan lidah cita rasa konsumen. Penelitian Farha dkk. (2025) di Kota Jember juga mengonfirmasi hal serupa, di mana para pedagang dalam memilih lokasi berjualan, Warung Madura cenderung mencari area yang dinamis secara sosial seperti dekat rumah kos ataupun area proyek pembangunan infrastruktur. Melalui pengujian secara parsial dan simultan, dibuktikan bahwa pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan usaha.

Sementara itu yang terjadi pada Warung Mama Endut dengan mempertimbangkan lingkungan berada di permukiman masyarakat dengan penghasilan ekonomi menengah yang dianggap sangat sesuai dan berdekatan dengan pelaku usaha lainya yang menawarkan produk-produk mentah yang berkaitan dengan kebutuhan primer manusia. Konsumen yang mayoritas berpenghasilan ekonomi menengah dengan sebagian terdapat kesibukan pada pagi hari yang mencari menu yang praktis di antara usaha-usaha sekitar kawasan tempat tinggal yang menawarkan produk yang membutuhkan waktu pengolahan.

f. Faktor Persaingan

Menurut pelaku usaha tersebut telah memikirkan persaingan yang akan terjadi antar pelaku usaha yang berada di sekitar warung akan berdiri. Pemilik Warung Makan Aisyah dengan memilih berjualan saling berdekatan dengan usaha makanan lainnya namun tidak menyediakan menu makanan yang serupa. Walaupun lokasi yang berdekatan dengan pelaku usaha lainnya konsumen warung tersebut tetap memilih melakukan pembelian di tempat tersebut didasari posisi yang berdekatan dengan tempat tinggal dengan tempat-tempat aktivitas pekerja dan menawarkan beragam menu pilihan makanan sehingga menciptakan menu yang praktis bagi mereka yang memiliki kepadatan kesibukan.

Sedangkan pemilik Warung Mama Endut menetapkan pada area yang dimana pelaku usaha belum ada menawarkan menu makanan siap saji dengan kemiripan serupa dan sebagian besar usaha menawarkan produk-produk mentah. Konsumen yang melakukan pembelian pada warung tersebut didasari belum adanya opsi pilihan dengan menu serupa yang berdekatan dengan tempat tinggal dan memiliki nilai sangat murah dengan jumlah porsi yang banyak. Kumalasari (2017) menyatakan bahwa kedekatan dengan target pasar termasuk dalam faktor krusial dalam menentukan lokasi usaha. Pada bisnis kuliner, misalnya, memilih lokasi yang berada di sekitar pusat keramaian atau pasar dapat mempermudah akses konsumen, yang pada akhirnya berpeluang meningkatkan kesuksesan

usaha. Dengan demikian, langkah yang diambil oleh kedua pelaku usaha tersebut telah sesuai dengan pandangan ini.

g. Faktor Regulasi

Kedua warung terdapat kesamaan yakni tidak memfokuskan regulasi tempat usaha sebagai pertimbangan utama dalam pemilihan lokasi usaha yang akan dijalankan. Secara pada Warung Makan Aisyah berdiri di atas lahan yang sebelumnya lahan kosong tidak difungsikan oleh pemiliknya sehingga ditumbuhi oleh tanaman liar. Sehingga tidak memfokuskan regulasi usaha dan makanan yang ditawarkan yang berusaha tetap terjaga kebersihannya. Sehingga regulasi bersifat tersirat dan lebih berfokus pada praktik kebersihan dan keamanan pangan yang standar.

Warung Mama Endut belum menjadi pertimbangan utama terkait regulasi tempat usaha. Kewajiban dan risiko terkait ketidaksesuaian lokasi dengan peraturan daerah dialihkan secara tidak langsung kepada pemilik bangunan warung, karena terkait status kepemilikan bangunan usaha. Sependapat dengan konsumen kedua warung tersebut yang tidak mempertimbangkan regulasi atas tempat usaha dalam menentukan tujuan memilih tempat makan.

Merujuk pada temuan kajian yang dipublikasikan oleh Suhardi dkk. (2025) disebutkan bahwa masih banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum memiliki legalitas usaha. Minimnya kepemilikan izin resmi ini disebabkan oleh sejumlah faktor seperti kurangnya pemahaman mengenai prosedur perizinan, anggapan bahwa

prosesnya terlalu rumit serta biaya yang dinilai mahal. Selain itu, niat para pelaku usaha untuk mengurus legalitas usaha juga terhambat oleh minimnya sosialisasi serta kekhawatiran akan dikenakan pajak, mengingat skala usaha mereka masih termasuk dalam kategori mikro.

h. Dampak Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba Usaha

Berdasarkan pemilihan lokasi usaha dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada namun belum secara optimal diterapkan secara keseluruhan faktor tersebut diterapkan memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan volume penjualan dipadankan terdahulu.

Warung Makan Aisyah terjadi peningkatan volume penjualan terutama atas pengoptimalan faktor aksesibilitas, visibilitas dan lingkungan. Dari ketiga faktor tersebut terdapat karakteristik tersendiri yang sebelumnya belum didapatkan secara maksimal. Dari berupa fluktuasinya perolehan laba apalagi jika pada periode tertentu yang mengalami penurunan signifikan terhadap volume penjualan dengan biaya tetap yang mesti dibayarkan. Faktor visibilitas menjadi pembeda agar warung lebih mudah terlihat oleh calon konsumen.

Pada Warung Mama Endut faktor aksesibilitas dan visibilitas tidak menjadi faktor semata-mata terjadinya peningkatan penjualan meskipun faktor tersebut juga memiliki peranan penting. Pada tempat usaha pertumbuhan penjualan terjadi pada faktor lingkungan dan persaingan. Dari hal ini menunjukkan lingkungan sekitar warung berada di sekitar perumahan masyarakat dengan ekonomi penghasilan menengah yang

sehari-harinya memerlukan kebutuhan primer berupa makan. Namun di wilayah tersebut belum makanan siap saji belum ada pesaing pelaku usaha yang menawarkan usaha sejenis. Sehingga hal tersebut mampu meningkatkan volume penjualan dan laba mengalami peningkatan.

2. Analisis Secara Komparasi Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut

Pada dasarnya dari ketujuh faktor tersebut namun hanya beberapa yang diimplementasikan mempunyai peranan vital dalam keberlangsungan usaha, faktor-faktor yang telah diperhitungkan sesuai dengan keadaan dan kondisi pelaku usaha tersebut sehingga faktor-faktor berlangsung dengan baik dan memberikan dampak positif dengan maksimal. Berikut merupakan deskripsi komparasi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut sebagai berikut:

a. Persamaan Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba

1) Faktor Aksesibilitas

Warung Makan Aisyah memanfaatkan letaknya di persimpangan jalan yang dekat dengan pemukiman, institusi pendidikan, serta area perkantoran. Kondisi ini menjadi nilai tambah karena memudahkan konsumen dari berbagai macam aktivitas untuk menjangkaunya. Di sisi lain, Warung Mama Endut mengandalkan akses melalui jalan alternatif

dengan kondisi infrastruktur yang nyaman serta lokasinya yang dekat dengan tempat tinggal pelanggan.

2) Faktor Visibilitas

Warung Makan Aisyah memanfaatkan spanduk berukuran besar yang dipasang di bagian atas bangunan. Sementara itu, Warung Mama Endut hanya mengandalkan spanduk berukuran standar yang dipasang di atap warung dan di bawah etalase kaca, serta memanfaatkan kedekatan dengan pedagang bahan mentah lainnya.

3) Faktor Tempat Parkir

Kedua warung sama-sama belum mengoptimalkan faktor ini dalam melakukan pertimbangan lokasi usaha. Warung Makan Aisyah memiliki ketersediaan lahan yang masih cukup untuk menampung kendaraan konsumen, meskipun pada faktor ini tidak pertimbangan utama dalam memilih lokasi usaha. Sebaliknya, Warung Mama Endut hampir tidak memiliki area parkir tersendiri dan hanya memanfaatkan lahan kosong di sekitar bangunan warung.

4) Faktor Ekspansi

Untuk masa sekarang ini penerapan ekspansi telah dilakukan oleh Warung Makan Aisyah yang menjadikan peluang ekspansi sebagai pertimbangan strategis untuk mendukung peningkatan produksi dan volume penjualan. Berbeda halnya dengan Warung Mama Endut yang belum mempersiapkan ekspansi dalam cangkupan bangunan warung yang luas dan besar karena khawatir akan lonjakan biaya operasional yang dapat

berimbang pada kenaikan harga jual, mengingat pasar sasarannya adalah masyarakat menengah ke bawah. Namun lebih berorientasi kedepannya untuk berproyeksi akan membuka usaha di area ruas jalan yang memiliki volume kendaraan bermotor lebih tinggi dengan mendirikan stand meja berukuran standar. Hal inilah yang nantinya akan berdampak terhadap peningkatan volume produksi. Sejalan dengan penelitian Prawiranata (2024) yang mengutip bahwa ekspansi dilakukan melalui meningkatkan modal dan kapasitas produksi.

5) Faktor Lingkungan

Warung Makan Aisyah memilih lokasi yang dekat dengan perkantoran, fasilitas pendidikan, dan area indekos, sehingga menysasar konsumen dari kalangan pekerja, mahasiswa, serta penduduk non permanen. Sementara itu, Warung Mama Endut berada di kawasan perumahan bersubsidi dengan dominasi masyarakat berpenghasilan menengah. Kedua warung menunjukkan kesesuaian antara karakteristik lingkungan dengan target pasar masing-masing, di mana Warung Makan Aisyah menysasar konsumen dengan tingkat mobilitas tinggi, sedangkan Warung Mama Endut menysasar konsumen yang menetap di wilayah tersebut.

6) Faktor Persaingan

Warung Makan Aisyah berada di lokasi yang relatif dekat dengan usaha sejenis, namun tidak menganggapnya sebagai kendala karena mengandalkan diferensiasi melalui rasa, kenyamanan tempat, serta harga

yang terjangkau. Di sisi lain, Warung Mama Endut berada di kawasan dengan tingkat persaingan produk makanan jadi yang rendah, sehingga memiliki peluang menjadi pilihan utama masyarakat untuk sarapan praktis.

7) Faktor Regulasi

Warung Makan Aisyah belum memasukkan aspek legalitas tempat usaha sebagai bahan pertimbangan dalam memilih lokasi. Warung Mama Endut pun tidak menjadikan legalitas sebagai faktor utama karena urusan izin usaha diserahkan kepada pemilik bangunan. Sehingga pada faktor ini belum hal utama dalam mempertimbangkan lokasi usaha.

b. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Laba

Perbedaan tidak ditemukan dalam faktor-faktor pemilihan lokasi usaha pada kedua warung tersebut. Pada masing-masing usaha memiliki kesamaan dalam menetapkan faktor yang dipilih dan juga faktor yang belum dimaksimalkan dalam pemilihan lokasi. Sehingga menyesuaikan dengan konsep usaha yang dijalankan untuk mencapai tujuan peningkatan laba.

c. Komparasi Laba pada Warung Makan Aisyah dan Warung Mama Endut

Pada Warung Makan Aisyah, peningkatan laba paling signifikan terjadi pada tahun 2024 dibuktikan dengan rasio 0,47% setelah relokasi ke Jalan Cengkeh. Faktor aksesibilitas, visibilitas, dan lingkungan menjadi pendorong utama. Lahan yang lebih luas memungkinkan diversifikasi menu dan peningkatan kenyamanan konsumen. Sementara itu, pada Warung Mama

Endut peningkatan laba paling substansial terjadi pada tahun 2025 berupa rasio 0,44% setelah pindah ke lokasi saat ini. Meskipun aksesibilitas dan visibilitas tidak setinggi lokasi sebelumnya, faktor lingkungan dan persaingan terbukti lebih menentukan. Warung Mama Endut berhasil menekan biaya sewa sehingga margin laba meningkat.