



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi)

Rahma Deni Putri Haimda

Universitas Jambi

Nurnadia

Universitas Jambi

Farhan Mahardika

Universitas Jambi

Ratih Kusumastuti

Universitas Jambi

Korespondensi penulis : rahmadeniputrihaimda@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of service quality, price and the location of the success of the Akang Squeeze Orange Ice business in Jln.Cendrawasih, Pasir Putih Village, South Jambi District, Jambi City. The sampling method used is purposive sampling method. The sample in this study were 98 customers from Akang Peras Jeruk Peras and then an analysis was carried out on the data obtained using quantitative and qualitative data. Methods of data collection by conducting interviews, questionnaires, and observation. Testing the hypothesis using the t test shows that the three independent variables studied proved to have a significant partial effect on the dependent variable of business success.*

Keyword : *service quality, price and the location*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha pada Es Jeruk Peras Akang yang berada di Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling method. Sampel dalam penelitian ini ada 98 orang dari pelanggan Es Jeruk Peras Akang dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan data secara kuantitatif dan kualitatif. Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara, kuisioner, dan observasi. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh parsial terhadap variabel dependen keberhasilan usaha.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

LATAR BELAKANG

Perdagangan yang berkembang di era globalisasi saat ini tidak dapat dihindari tanpa persaingan yang semakin kuat dalam memasarkan produk dan jasa. Setiap perusahaan dituntut untuk terus berusaha keras untuk berinovasi dalam produk dan

jasanya agar tetap kompetitif dan mampu menarik perhatian calon konsumen dengan produk yang ditawarkannya.

Bisnis di bidang kuliner saat ini sangat bersaing karena kuliner menjadi trend dan kebutuhan manusia utama. Setiap bisnis harus terus berinovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kuat. Ini karena mereka perlu mengoptimalkan sumber daya ekonomi mereka untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan mendapatkan laba.

Faktor lain yang memengaruhi tingkat keputusan pembelian adalah kualitas layanan pelanggan. Layanan ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli, mengatasi keluhan pelanggan, dan memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk yang mereka beli. Pelayanan yang baik akan lebih mudah diingat oleh pelanggan, dan jika mereka puas, pelanggan akan kembali membeli produk tersebut. (Riyanti, 2015)

Selain layanan, harga juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Harga terlalu tinggi akan mengurangi penjualan, tetapi harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan bisnis. Namun, jika harga sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan, pelanggan tidak akan terpengaruh terlalu banyak oleh harga. Keberhasilan suatu usaha juga dipengaruhi oleh lokasinya. Lokasi harus strategis, dekat dengan pusat kota, mudah diakses, dan lain sebagainya. Lokasi menunjukkan berbagai upaya yang dilakukan oleh produsen untuk memastikan bahwa produk yang dibuat dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan kapan saja dan di mana saja mereka berada. (Riyanti, 2015).

Sangat penting untuk memilih lokasi yang baik karena beberapa alasan. Pertama, lokasi merupakan komitmen daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas bisnis di masa depan. Selain itu, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan, sehingga lokasi yang dipilih harus memiliki kemampuan untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga bisnis dapat bertahan. Selain itu, lingkungan setempat dapat berubah sepanjang waktu, yang berarti bahwa bisnis harus dipindahkan ke tempat lain. (Charles Lamb, 2001). Lokasi bisnis adalah tempat bisnis, jenis jasa, atau bidang bisnis akan dilakukan. Konsep dasar geografi yang paling penting adalah lokasi. Arena lokasi dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda, atau gejala di permukaan bumi.

Menurut (Noor, 2007), Keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya adalah yang sebenarnya dari keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama sebuah perusahaan atau bisnis, dan semua tindakan dilakukan untuk mencapainya. Keberhasilan usaha sangat mirip dengan kemajuan perusahaan atau bisnis, umumnya, keberhasilan menunjukkan keadaan yang lebih baik atau unggul daripada sebelumnya.

Es Jeruk Peras Akang, yang berlokasi di Jalan Cendrawasih, Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi, saat ini merupakan salah satu perusahaan yang sangat bersaing. Harga bervariasi dan terjangkau bagi pelanggan. Pemilik usaha berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen saat mereka memilih es jeruk peras. Usaha ini juga mengalami persaingan yang semakin ketat, yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah penjual es jeruk peras ini, berbagai layanan dan harga yang ditawarkan. Akibatnya, mereka akan memiliki ciri dan keunggulan unik.

Pemilik bisnis, mengingat persaingan yang semakin meningkat, harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar mereka dapat membuat perubahan dan inovasi yang diharapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tabel 1.1 menunjukkan hal ini:

Tabel 1.1

**Daftar persaingan Es Jeruk Peras yang berada di sekitar Jln.
Cendrawasih, Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi**

No	Nama Pesaing	Alamat
1	Es Jeruk Peras	Jl. RB. Siagian No. 15 Kel. Pasir Putih
2	Es Jeruk Peras Mbak	Jl. RB. Siagian No.16, Kel. Pasir Putih

Sumber: Es Jeruk Peras

Pemilik bisnis es jeruk peras harus menggunakan strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis mereka agar penjualan terus meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh tabel di atas. Pemilik harus berpikir seperti pelanggan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mendapatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas dengan barang dan jasa cenderung membeli kembali barang dan menggunakan kembali jasa ketika kebutuhan yang sama muncul lagi.

Pemilik mengatakan bahwa kondisi bisnis Es Jeruk Peras menurun pada tahun 2022 terakhir karena ada es jeruk peras serupa di sekitarnya.

Tabel 1.2
Jumlah Pembeli Es Jeruk Peras Pada Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari	789 orang
2	Februari	756 orang
3	Maret	689 orang
4	April	699 orang
5	Mei	475 orang
6	Juni	470 orang
7	Juli	423 orang
8	Agustus	370 orang
9	September	353 orang
10	Oktober	338 orang
11	November	325 orang
12	Desember	238 orang
	Total	5.925 orang

Sumber : Laporan tahunan es jeruk peras Akang

Tabel 1.2 menunjukkan penurunan jumlah pendapatan dari Januari hingga Desember 2022.

KAJIAN TEORITIS

1. Kewirausahaan

Menurut Fahmi (Fahmi, 2013) Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji bagaimana menumbuhkan dan mengembangkan semangat kreatif serta berani mengambil risiko untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Hisrich et.al. Dalam Slamet e.al (Slamet, 2014) Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, mengurangi risiko fisik, sosial, dan finansial, serta menerima imbalan finansial dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

Ada kepribadian yang kuat yang sangat penting bagi wirausahawan yang sukses. Jenis kepribadian ini kadang-kadang membedakannya dari kebanyakan orang. Menurut (Alma, 2013), gambar ideal seorang wirausahawan adalah orang

yang, dalam situasi darurat, tetap mampu berdiri sendiri dan mengatasi tantangan yang dihadapinya, termasuk mengatasi kemiskinan, tanpa bantuan orang lain.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (Arianto & Patilaya, 2018), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta memenuhi harapan pelanggan dengan cepat. Kualitas ini berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh pemilik bisnis kepada pelanggan. (Kasmir, 2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau tindakan seorang atau kelompok organisasi yang berusaha untuk membuat pelanggan dan karyawan puas.

Menurut (Hamdani, 2011), kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen dan apa yang sebenarnya mereka terima. Kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi konsumen tentang layanan yang sebenarnya mereka harapkan dengan layanan yang sebenarnya mereka terima. Hal pertama yang harus diperhatikan oleh pemilik bisnis adalah kualitas pelayanan.

Sementara kata "kualitas" memiliki banyak definisi dan arti, beberapa di antaranya serupa hanya dalam cara penyampaiannya.

- a. Kualitas mencakup upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.
- b. Kualitas meliputi barang, jasa, manusia, proses, dan lingkungan
- c. Kualitas ialah kondisi yang selalu berubah-ubah.

Fokusnya adalah perbaikan kualitas terus menerus, yang dikenal dalam manajemen Jepang sebagai KAIZEN, yang berarti perbaikan terus menerus, yaitu perbaikan terus menerus dalam segala hal.

3. Harga

Dalam teori ekonomi, konsep harga, nilai, dan manfaat sangat terkait satu sama lain. Menurut (Alma B. , 2010), utilitas adalah sifat yang dimiliki oleh suatu barang yang memungkinkannya memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen. Nilai suatu barang untuk ditukar dengan barang lain dikenal sebagai nilainya. Menurut Buchari Alma (2010), ekonomi modern menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga daripada barter, yaitu pertukaran barang antar barang. Dalam hal ini, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter.

(Saladin, 2010) menyatakan bahwa konsep harga yang salah adalah "komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan yang lainnya menghasilkan pendapatan."

Dari beberapa teori di atas, peneliti sampai pada kesimpulan bahwa harga adalah nilai suatu produk dalam bentuk uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli barang tersebut, sedangkan harga dapat menghasilkan pendapatan bagi produsen atau pedagang.

4. Lokasi

Menurut (Tjiptono, 2015), "lokasi" adalah istilah yang mengacu pada berbagai upaya pemasaran yang bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Namun, (Kotler, 2018) menyatakan bahwa "Place include company activities that make the product available to target consumers." Lupiyoadi dan Hamdani (2011) menyatakan bahwa

"lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan."

Menurut penulis, pendapat ahli tentang lokasi adalah keputusan perusahaan untuk menentukan lokasi bisnisnya, menjalankan kegiatan bisnis atau kegiatan operasionalnya, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan bisnisnya kepada konsumen. Keputusan sasaran pasar yang dibuat oleh perusahaan atau pengusaha sangat dipengaruhi oleh lokasi perusahaan.

5. Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2007), keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya disebut sebagai keberhasilan usaha. Tujuan utama sebuah perusahaan atau bisnis adalah keberhasilan usaha, dan semua tindakan perusahaan ditunjukkan untuk mencapainya. Keberhasilan biasanya menunjukkan situasi yang lebih baik atau unggul dari sebelumnya.

Faktor-faktor berikut bertanggung jawab atas keberhasilan usaha, menurut (Zimmerer & Norman, 2008):

1. Pengendalian biaya yang ketat: biaya tenaga kerja berkisar antara 15% dan 18% dari penjualan, dan biaya bahan makanan berkisar antara 35% dan 40% dari penjualan.
 2. Manajer toko yang berpengalaman dapat dipercaya karena mereka jujur.
 3. Pengawasan ketat terhadap pengelolaan sampah.
 4. Memilih lokasi dengan hati-hati.
 5. Makanan dan minuman berkualitas tinggi
 6. Konsistensi
 7. Keberhasilan
 8. Layanan yang ramah dan penuh perhatian dari pramusaji yang terlatih.
- Ini menunjukkan keberhasilan bisnis dalam lima hal: peningkatan jumlah penjualan, peningkatan hasil produksi, peningkatan keuntungan atau profit. Perusahaan berkembang dan berkembang dengan cepat dan memuaskan, dan ukuran keberhasilan dalam menggunakan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan pelanggan. Ketika lebih banyak pelanggan menerima barang atau jasa yang ditawarkan, tingkat kepuasan pelanggan meningkat, yang menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan sudah cukup berhasil. Salah satu bukti bahwa pendekatan yang digunakan sudah cukup baik adalah ukuran yang dapat merusak pelanggan sebanyak mungkin. Tingkat laba yang diperoleh adalah salah satu dari banyak ukuran tambahan, menurut (Kasmir, Kewirausahaan, 2006)

6. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam persaingan pasar yang ketat saat ini, memberikan layanan berkualitas tinggi merupakan tujuan utama bagi setiap bisnis. Perusahaan harus mampu menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang lama dengan memastikan bahwa mereka puas. Kualitas pelayanan sangat erat terkait dengan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan layanan dan harga yang baik, pelanggan akan merasakan perlakuan yang lebih baik dari perusahaan.

Lokasi sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena lokasi yang baik mempermudah pelanggan untuk mengevaluasi produk atau kebutuhan mereka. Lokasi yang baik menjamin akses cepat, yang dapat menarik banyak pelanggan.

Keberhasilan usaha erat terkait dengan kualitas pelayanan dan lokasi. Kualitas pelayanan dan lokasi adalah penilaian menyeluruh atas kualitas pelayanan yang baik, sedangkan keberhasilan usaha adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Bisnis dapat berkembang jika kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan melebihi harapan pelanggan dengan harga yang terjangkau diimbangi dengan lokasi yang baik. Dengan kata lain, semakin terjangkau harga suatu produk, bersama dengan kualitas layanan dan lokasi yang nyaman, semakin banyak kepuasan pelanggan yang dirasakan.

METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian langsung terhadap subjek, yang terdiri dari elemen-elemen yang berhubungan dengan penelitian. Untuk mengumpulkan data, digunakan Quisioner. Studi kasus ini adalah studi kasus Es Jeruk Peras Akang di Desa Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi, yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber data dalam penelitian ini. Data primer berasal dari objek penelitian, yaitu pengaruh lokasi terhadap keberhasilan bisnis Es Jeruk Peras Akang di Desa Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi. Data sekunder berasal dari data yang dikumpulkan dan diolah, seperti buku, artikel, dan jurnal (Amri, Amir, Junaidi, & Yulmardi, 2009)

3. Metode Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa ada beberapa metode pengumpulan data: wawancara (wawancara), quisioner (angket), observasi (pengamatan), atau kombinasi keduanya.

4. Metode Penarikan Sampel

a) Populasi

Sampel ini akan memasukkan pembeli di Es Jeruk Peras Akang Kota Jambi, berdasarkan laporan tahunan 5.925 pengunjung di tahun 2022.

b) Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan purposive atau judgment sampling sebagai non-probability sampling, yang berarti bahwa setiap elemen atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Penarikan sampel purposive memilih subjek berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti. Sampel yang diambil 98 orang.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif digunakan metode regresi linear berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan melakukan wawancara serta menyebar akan quisioner kepada pemilik bisnis dan konsumen peneliti menarik kesimpulan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha Es Jeruk Peras Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi terhadap keberhasilan usaha, serta lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Setelah melakukan observasi secara langsung ternyata Lokasi Es Jeruk Peras Akang berada di tempat yang kurang dekat dengan keramaian sehingga hanya sedikit konsumen yang lalu lalang. Lokasi Es Jeruk Peras Akang hanya ramai ketika di sore hari karna banyak konsumen yang sedang lalu lalang melakukan olahraga jogging.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Es Jeruk Peras Akang sudah memberikan pelayanan yang baik serta memberikan harga yang terjangkau kepada para pelanggan atau konsumen, namun untuk pemilihan lokasi Es. Jeruk Peras Akang yang berada di Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi, pemilihan lokasi untuk membuka suatu usaha kurang lah tepat, karna konsumen hanya ramai di sore hari karna lokasi Es Jeruk Peras Akang berada jauh dari keramaian.

Saran yang bisa penulis sampaikan adalah sebaiknya Es Jeruk Peras Akang memilih lokasi yang lebih strategis dan dekat dengan keramaian agar menimbulkan minat para pelanggan atau konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2010). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfavetha CV.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amri, Amir, Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. Bogor: IPB Press.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO. *KREATIF: Pemasaran, Sumber daya Manusia dan Keuangan*, VI(2).
- Charles Lamb, W. (2001). *Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hamdani, L. d. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. d. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Noor, J. (2007). Metode penelitian Kualitatif. *Kencana Prenada Media Group*.
- Riyanti. (2015). Pengaruh Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. *Ekonomika dan Bisnis*(5), 1-16.
- Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bandung CV.
- Slamet, F. (2014). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta : PT. Indeks.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Zimmerer, T. W., & Norman, S. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.