

PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP HASIL PENJUALAN CILOK KUKUS X DI BOGOR

Tanjung Prasetyo*¹, Muhammad², Muhammad Adjie Pratama³, Muhammad Fajri Indriansyah⁴, Muhamad Ardan⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

Correspondence		
Email: tanjung_prasetyo@usahid.ac.id	No. Telp:	
Submitted 15 Juli 2024	Accepted 20 Juli 2024	Published 21 Juli 2024

Abstract

This study explores the influence of location on the sales performance of steamed cilok, a popular Indonesian snack, in Bogor. The research delves into the strategic importance of choosing the right location for cilok vendors to attract customers and boost sales. By tracing the impact of environmental factors, such as weather and local preferences, on consumer behavior, the study aims to provide insights into how the unique culinary experience of enjoying cilok in Bogor's rainy setting can enhance customer satisfaction and drive sales. Through a combination of field observations and customer surveys, the study reveals the significance of location in shaping consumer perceptions and purchase decisions in the context of street food culture. The findings highlight the potential for leveraging Bogor's distinctive climate and culinary traditions to create a compelling narrative around steamed cilok, thereby increasing its appeal and market competitiveness.

Keywords: Location, Sales, Cilok

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi pengaruh lokasi terhadap kinerja penjualan cilok kukus, camilan populer di Indonesia, di Bogor. Penelitian ini menggali pentingnya memilih lokasi yang tepat bagi para penjual cilok untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dengan melacak dampak faktor lingkungan, seperti cuaca dan preferensi lokal, terhadap perilaku konsumen, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pengalaman kuliner yang unik dalam menikmati cilok di tengah suasana hujan Bogor dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong penjualan. Melalui kombinasi observasi lapangan dan survei pelanggan, penelitian ini mengungkapkan signifikansi lokasi dalam membentuk persepsi konsumen dan keputusan pembelian dalam konteks budaya jajanan jalanan. Temuan ini menyoroti potensi untuk memanfaatkan iklim dan tradisi kuliner khas Bogor untuk menciptakan narasi yang menarik seputar cilok kukus, sehingga meningkatkan daya tariknya dan daya saing pasar.

Kata Kunci: Lokasi, Penjualan, Cilok

PENDAHULUAN

Cilok kukus merupakan jajanan tradisional berbahan dasar tepung tapioka dan daging cincang yang sudah lama digandrungi masyarakat Indonesia. Cilok kukus yang renyah dan lezat telah teruji oleh waktu dan tetap menjadi camilan populer. Bogor yang kini dikenal dengan sebutan "Kota Hujan" memberikan konteks menarik untuk mengkaji pengaruh lokasi terhadap penjualan sirok kukus.

Cuaca Bogor yang berkabut dan udara sejuk menawarkan pengalaman unik bagi pecinta Cilok. Selain itu, letak geografis Bogor yang strategis sebagai destinasi wisata juga mempengaruhi perilaku konsumsi warga lokal dan wisatawan.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih detail bagaimana faktor lokasi mempengaruhi preferensi konsumen dan kinerja penjualan sirok kukus di Bogor.

Dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para pengusaha kuliner dan pemerhati pasar mengenai strategi pemasaran dan pengembangan produk siroc kukus di pasar yang semakin kompetitif. Seiring dengan semakin populernya siroku kukus, semakin penting bagi pemilik bisnis

untuk memahami tren penjualannya.

Salah satu faktor kunci yang memiliki dampak signifikan terhadap penjualan adalah lokasi perusahaan Anda. Pemilihan lokasi tidak hanya mempengaruhi visibilitas dan aksesibilitas dealer Cilok, tetapi juga menentukan basis pelanggan dan persaingan di area tersebut.

Di perkotaan seperti Bogor, pilihan lokasi penjualan sangat bervariasi, mulai dari pusat kota yang ramai dan tempat wisata hingga kawasan pemukiman yang sepi. Masing-masing lokasi tersebut menawarkan

manfaat dan tantangan berbeda bagi para pedagang Cilok. Misalnya, berjualan di pasar yang ramai mungkin menarik lebih banyak pengunjung, namun juga menciptakan persaingan dan meningkatkan biaya sewa.

Dengan melakukan penelitian ini, kami berharap dapat memberikan wawasan berharga yang dapat membantu para pengusaha di Cilok mengambil keputusan yang tepat terkait lokasi usahanya.

Selain itu, wawasan ini berfungsi sebagai panduan bagi pendatang baru di pasar, membantu mereka memilih lokasi strategis yang memaksimalkan potensi pendapatan dan memastikan pertumbuhan berkelanjutan.

Singkatnya, penelitian ini bertujuan untuk menyoroti pentingnya lokasi bagi keberhasilan bisnis steam siroc dan berkontribusi pada diskusi yang lebih luas mengenai strategi pemasaran yang efektif dan pengembangan bisnis di sektor kuliner.

TINJAUAN LITERATUR

Pengaruh Lokasi Pada Penjualan

Lokasi bisnis memiliki peran penting dalam menentukan tingkat penjualan suatu produk. Menurut Sunarto (2017), faktor lokasi dapat memengaruhi daya tarik konsumen dan kemudahan aksesibilitas, yang kemudian berdampak pada peningkatan penjualan.

Strategi Pemilihan Lokasi

Dalam studi yang dilakukan oleh Wibowo (2019), strategi pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan kinerja penjualan suatu usaha. Penempatan bisnis di lokasi strategis yang ramai dikunjungi dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik konsumen.

Perilaku Konsumen dan Lokasi Usaha

Penelitian oleh Susanto (2018) menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh pada perilaku konsumen dalam memilih produk. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang tersedia di lokasi yang mudah dijangkau dan nyaman, sehingga pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan penjualan.

Analisis Data Penjualan Berbasis Lokasi

Dalam penelitian terbaru yang dilakukan oleh Rahayu (2020), analisis data penjualan berbasis lokasi menjadi penting dalam mengidentifikasi pola pembelian konsumen. Dengan memahami preferensi konsumen berdasarkan lokasi pedangan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan.

Kesimpulan

Dari review literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha memainkan peran kunci dalam meningkatkan tingkat penjualan produk seperti cilok kukus. Pemilihan lokasi yang strategis dan memperhatikan preferensi konsumen dapat menjadi faktor penentu keberhasilan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dampak lokasi penjualan terhadap tingkat penjualan cilok kukus di Bogor. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan investigasi mendalam tentang pengalaman dan pandangan penjual cilok kukus terkait lokasi usaha mereka.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus yang meneliti salah satu penjual cilok kukus di Bogor. Studi kasus dipilih untuk memungkinkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti dalam konteks aslinya.

Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah penjual cilok kukus di berbagai lokasi di Bogor, termasuk lokasi yang ramai seperti pasar dan stasiun, serta lokasi yang kurang ramai seperti daerah perumahan. Partisipan dipilih dengan metode purposive sampling dengan kriteria:

1. Penjual cilok kukus yang telah beroperasi minimal satu tahun.
2. Bersedia berpartisipasi wawancara mendalam.
3. Lokasi usaha yang bervariasi untuk mendapatkan perspektif yang beragam.

Teknik Pengumpulan

Dalam metode penelitian terdapat teknik pengumpulan data, sedangkan tekniknya **Wawancara**; Wawancara merupakan metode komunikasi lisan yang bertujuan mengumpulkan informasi. Ini adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti memberikan pertanyaan dan menerima jawaban secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik wawancara semi terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan kerangka pertanyaan sementara responden diberi kebebasan dalam menjawab. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang proses penelitian dari sumbernya dan memahami pengaruh lokasi bisnis terhadap penjualan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu metode non-acak di mana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik khusus yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dokumentasi; Dokumentasi adalah metode pengumpulan data berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sampel, rencana lokasi, dan informasi yang memberikan penjelasan serta wawasan tentang fenomena yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi yang dikumpulkan dapat meliputi Sejarah, visi, misi, dan struktur yang terkait dengan lokasi penelitian.

Teknik Analisis Data; Teknik Analisis Data merupakan proses bekerja dengan data untuk menemukan pola dan membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis kualitatif deskriptif. Setelah data terkumpul, peneliti menyusun dan menarik kesimpulan melalui penalaran induktif. Penalaran induktif adalah metode berpikir yang dimulai dengan menyajikan fakta-fakta spesifik dan konkret, kemudian menarik kesimpulan umum dari fakta-fakta tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam menjalankan bisnis, aspek yang paling penting adalah lokasi atau tempat usaha. Lokasi usaha yang strategis memudahkan konsumen untuk datang dan berhenti. Konsumen dapat dengan mudah melihat produk yang ditawarkan. Lokasi usaha memiliki daya tarik

untuk menarik konsumen. Pemilihan lokasi usaha yang tepat adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Semakin strategis lokasi yang dipilih, semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan penjualan dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan. Pemilihan lokasi yang baik menjadi perhatian utama bagi para pedagang agar bisnis mereka dapat dilihat oleh banyak orang. Penentuan lokasi usaha yang tepat sangat penting bagi pedagang dalam memperoleh keuntungan yang optimal.

Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keuntungan yang dapat diperoleh oleh pedagang. Besar keuntungan yang diperoleh sangat tergantung pada lokasi serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh pedagang. Hasil wawancara dengan pedagang Cilok di Bogor dengan 2 lokasi yang berbeda menunjukkan hal berikut:

- a) Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang cilok di Bogor, Bapak X menjelaskan bahwa dalam menjalankan bisnisnya, langkah pertama yang dilakukan adalah memilih lokasi yang mudah diakses dan terlihat oleh konsumen. Hal ini penting karena lokasi usaha berpengaruh langsung terhadap pendapatan. Diketahui di lokasi perumahan Penghasilan Bapak X dapat mencapai Rp.300.000 per hari, tergantung pada jumlah cilok yang dibeli konsumen. Pada hari-hari libur, omzetnya bisa mencapai Rp.300.000 hingga Rp.500.000,00 per hari. Sedangkan di lokasi ke dua yaitu Sekolah Pendapatan Bapak X mencapai 100.000,00 per hari, dengan omzet pada hari-hari besar mencapai 100.000,00 hingga 200.000,00 per hari. Elly juga menekankan bahwa lokasi usaha yang strategis, terutama di daerah sibuk dan di sepanjang jalan raya, memberikan peluang yang menarik bagi konsumen. Lokasi yang tepat juga berdampak pada besarnya keuntungan berdasarkan volume penjualan.
- b) Berdasarkan wawancara dengan konsumen di lokasi Perumahan alasan mereka berbelanja di lokasi Perumahan adalah karena mudah dijangkau oleh konsumen sehingga mereka merasa puas dalam berbelanja. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta kualitas cilok kukus yang baik tidak mengecewakan konsumen.

Tabel 1
Perbandingan Lokasi Perumahan dan Lokasi Sekolah

Lokasi 1	Lokasi 2
Lokasi bisnis di Perumahan telah berperan penting dan efektif. Dalam mencapai keuntungan, hasilnya cukup positif karena pemilihan lokasi strategis berdagang memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka dan meningkatkan profitabilitas pedagang.	Tempat usaha di Sekolah juga telah memberikan kontribusi yang baik, namun dampaknya terhadap profitabilitas belum begitu signifikan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan profitabilitas, pedagang perlu meningkatkan daya tarik bagi konsumen karena lokasi usaha yang ada tidak memberikan kontribusi optimal.

Tabel 2
Tabel Keuntungan antara lokasi Perumahan dan Sekolah

Lokasi	Keuntungan/hari
Perumahan X	Rp.300.000 - Rp.500.000
Sekolahan	Rp.100.000 - Rp.200.000

Hari	Penjualan di Perumahan (unit cilok)	Penjualan di Sekolah (unit cilok)
Senin	300	150
Selasa	350	170
Rabu	320	100
Kamis	400	180
Jumat	500	100
Sabtu	450	200
Total	2320	900

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa keuntungan yang diperoleh oleh pedagang bervariasi. Dari lokasi Perumahan berhasil memperoleh keuntungan antara 300.000,00 hingga 500.000,00, sedangkan lokasi sekolahan memperoleh keuntungan antara 100.000,00 hingga 200.000,00. Lokasi lokasi usaha akan mempengaruhi besarnya keuntungan. Memilih lokasi yang ramai dan strategis akan meningkatkan peluang untuk menarik pelanggan. Lokasi usaha juga dapat mempengaruhi tingkat keuntungan berdasarkan lokasi di pasar yang tidak terlalu padat. Oleh karena itu, saat memulai bisnis, penting untuk memperhatikan dengan baik lokasi dan kemudahan dalam berbisnis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya pemilihan lokasi yang tepat dalam penjualan cilok kukus di Bogor. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan dari studi ini adalah:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Penjualan: Lokasi penjualan yang strategis, seperti area ramai dan mudah diakses, berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik cilok kukus bagi konsumen. Pedagang di lokasi strategis cenderung memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang berlokasi di tempat yang kurang ramai.
2. Preferensi Konsumen: Konsumen cenderung lebih memilih membeli cilok kukus di lokasi yang mudah dijangkau dan nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan lokasi yang strategis dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong penjualan.
3. Variasi Pendapatan Berdasarkan Lokasi: Hasil wawancara menunjukkan bahwa pendapatan pedagang bervariasi tergantung pada lokasi usaha mereka. Lokasi yang lebih ramai dan strategis cenderung memberikan pendapatan yang lebih tinggi, terutama pada hari-hari libur atau saat banyak pengunjung.
4. Strategi Pemilihan Lokasi: Pedagang cilok harus mempertimbangkan dengan cermat pemilihan lokasi usaha mereka. Memilih lokasi yang ramai dan strategis dapat meningkatkan peluang penjualan dan mengurangi risiko persaingan serta biaya operasional yang tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi para pengusaha kuliner, khususnya penjual cilok kukus, dalam mengoptimalkan strategi pemilihan lokasi untuk meningkatkan penjualan dan keberhasilan bisnis mereka. Dengan memahami pengaruh lokasi terhadap perilaku konsumen dan kinerja penjualan, pedagang dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait penempatan usaha mereka, serta

mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan

REFERENCES

- Sunarto, A. (2017). Pengaruh Faktor Lokasi terhadap Daya Tarik Konsumen. Jakarta: Penerbit Ilmu Ekonomi.
- Wibowo, B. (2019). Strategi Pemilihan Lokasi dan Kinerja Penjualan Usaha. Surabaya: Penerbit Manajemen Bisnis.
- Susanto, D. (2018). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit Ekonomi dan Bisnis.
- Rahayu, E. (2020). Analisis Data Penjualan Berbasis Lokasi. Bandung: Penerbit Statistik dan Bisnis.