



PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP PENDAPATAN OUTLET JURAGAN ES TEH (STUDI KASUS DI KELURAHAN GONDANGWETAN)

Amaliya Nur Khasanh¹, Sugeng Pradikto²

¹Pendidikan Ekonomi, Pendagogi dan Psikologi, Universitas PGRI Wiranegara

²Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara

¹liyaanmay@gmail.com. ²sugengpradikto.stkip@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of price and location factors on business revenue at Juragan Esteh outlets in Gondangwetan Village. In the midst of increasingly tight business competition, business actors are required to be able to understand consumer behavior and factors that influence purchasing decisions. Price and location are two important aspects that can determine the success of a business in attracting and retaining customers. The research method used is observation and direct interviews with business owners to obtain information related to pricing strategies and business location selection. The results of the study show that affordable and varied prices can attract consumers from various circles, while strategic locations on the side of the highway facilitate access and increase business visibility. These two factors significantly contribute to increasing business revenue. Thus, a proper understanding of pricing strategies and location selection is very important in supporting the success and sustainability of small businesses in the beverage sector.

Keywords: price, location, business income, purchasing decisions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor harga dan lokasi terhadap pendapatan usaha pada outlet Juragan Esteh di Kelurahan Gondangwetan. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Harga dan lokasi menjadi dua aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait strategi penetapan harga serta pemilihan lokasi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan bervariasi mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, sedangkan lokasi yang strategis di pinggir jalan raya memudahkan akses dan meningkatkan visibilitas usaha. Kedua faktor ini secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha. Dengan demikian, pemahaman yang tepat mengenai strategi penetapan harga dan pemilihan lokasi sangat penting dalam menunjang keberhasilan dan keberlanjutan usaha kecil di sektor minuman.

Kata kunci: harga, lokasi, pendapatan usaha, keputusan pembelian

1. Pendahuluan

Kegiatan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Di era perdagangan saat ini, persaingan dalam sektor bisnis semakin ketat. Karena persaingan yang semakin ketat ini, pelaku bisnis perlu mengoptimalkan kinerja perusahaan agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan perlu berupaya keras untuk memahami dan menghayati kebutuhan pelanggan mereka. Setiap aktivitas yang dilakukan pelanggan atas nama perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan nilai yang berujung pada kepuasan pelanggan.

Perubahan dalam pengembangan bisnis memengaruhi strategi dan metode yang digunakan oleh para pesaing untuk mempertahankan bisnis mereka. Untuk mencapai keberhasilan dalam operasi bisnis mereka, semua individu yang terlibat dalam bisnis harus peka terhadap perubahan dalam kondisi persaingan dan berfokus pada kemampuan mereka untuk memengaruhi keputusan pelanggan. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran.

Keberhasilan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen ditentukan dengan pemilihan strategi pemasaran yaitu dengan memanfaatkan peluang untuk menentukan setiap konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini pengusaha akan berusaha untuk menguasai pangsa pasar dalam strategi pemasaran dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan kinerja yang efisien dan optimal.

Banyak sekali faktor yang berperan terhadap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, seperti harga dan lokasi. Konsumen memiliki kebutuhan dan harapan tertentu. Usaha yang paling dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan adalah usaha yang berkualitas. Selain itu, harga dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Saat melakukan keputusan pembelian, konsumen pasti mengetahui harga dan membeli produk yang harganya seimbang.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan pada produk atau layanan. Minuman yang enak dengan harga terjangkau pasti memiliki banyak peminat dan sebaliknya, apabila harga suatu minuman itu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli minuman tersebut dikarenakan harganya jauh dari terjangkau. Konsumen selalu memperhitungkan harga yang cocok untuk konsumen sesuai dengan keinginannya.

Faktor pertama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli yaitu harga. Harga telah menjadi aspek terpenting dalam menentukan keputusan pembeli [1]. Secara umum, harga adalah nilai total yang diperdagangkan pembeli untuk kepentingan memiliki barang. Harga merupakan nilai ukuran pertukaran yang

kompetitif dengan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan atau jasa yang diinginkan.

Juragan esteh di kelurahan gondangwetan sebagai salah satu usaha yang berkembang saat ini dan memiliki kemajuan yang signifikan, hal ini bisa dilihat dari pelaku usaha lain yang semakin bertambah untuk melakukan usaha sejenis. Dalam hal ini tak lain dan tak bukan menciptakan keuntungan karena adanya rasa bersaing dengan usaha sejenis.

Menyadari akan pesaing yang semakin bertambah, juragan esteh di kelurahan gondangwetan ini tentu melakukan segala inovasi yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen agar untuk keesok harinya ingin kembali lagi sebagai bentuk kepuasaan konsumen itu sendiri. Menyikapi pesaing yang semakin bertambah, juraga esteh dikelurahan gondangwetan memfokuskan harga yang ditentukan pada minuman yang dijual memiliki harga yang murah dan bervariasi. Hal ini jelas dilakukan oleh pemilik juragan esteh dikelurahan gondangwetan yang bertujuan agar konsumen yang sudah datang tidak enggan untuk datang kembali.

Faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan yang diambil konsumen untuk membeli produk. Lokasi adalah tempat usaha dalam melakukan kegiatan operasi. Jadi, lokasi disini adalah posisi fisik atau tempat dijenis usaha atau bidang usaha yang akan dijalankna. Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis akan menentukan tingkat keberhasilan atau kegagalan bisnis dimasa depan [2].

Lokasi usaha sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Lokasi harus dipilih dengan pertimbangan sebaik mungkin. Jika usaha melakukan kesalahan dalam memilih tempat usaha, maka pengusaha harus menerima risiko kerugian atau kegagalan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Salah satu ahli menyatakan, bahwa ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi, salah satunya adalah persaingan atau lokasi pesaing. Dari segi lokasi juragan esteh dikelurahan gondangwetan dan dijalan raya ranggeh berada di lokasi yang strategis yaitu pinggir jalan raya dan jalan yang ramai orang berlalu lalang, jalan yang visibilitasnya terlihat jelas dan lalu lintas yang lancar yang membuat juragan esteh ini letaknya sangat strategis.

Pemilik usaha yang menerapkan konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian saat memasarkan suatu produk. Hal ini karena secara konsep salah satu cara untuk mencapai tujuan usaha adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

Salah satu kajian ekonomi adalah kepuasan pembeli, dimana dari kepuasan pembeli akan menimbulkan berapa pendapatannya pengusaha tersebut. Juragan es

teh yang sudah berdiri sejak tahun 2023 berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis menemukan bahwa untuk dari harga minuman yang dijual itu terbilang semuanya terjangkau yang gunanya untuk menjadi daya tarik para pembeli dan juga meningkatkan penjualan dioutlet juragan esteh. Untuk mengetahui macam minuman dan harga pada outlet juragan esteh dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1. Data Minuman Beserta Harga Juragan Esteh Tahun 2023 – 2025

No	Jenis Minuman	Harga
1	Java tea	Rp 2.500
2.	Milk tea	Rp 4.000
3.	Lychee tea	Rp 5.000
4.	Berry tea	Rp 5000
5.	Markisa tea	Rp 5.000
6.	Lemon tea	Rp 5.000
7.	Orange tea	Rp 5.000
8.	Melon tea	Rp 5.000
9.	Yakult tea	Rp 6.000
10.	Strawberry boba	Rp 5.000
11	Taro boba	Rp 5.000
12.	Coklat boba	Rp 5.000
13.	Matcha boba	Rp 5.000
14.	Cappuccino boba	Rp 5.000
15.	Thai tea boba	Rp 5.000
16.	Milo tea	Rp 6.000
17.	Ovaltine tea	Rp 6.000

Sumber: Juragan Esteh, 2025

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan pemilik outlet juragan esteh dikelurahan gondangwetan bahwa dari segi harga produk yang dijual oleh juragan esteh semua harganya terjangkau untuk target pasar semua kalangan dari anak” hingga dewasa. Untuk harga minuman berkisar antara harga Rp 2.500 sampai dengan Rp 6.000.

Melihat hasil wawancara awal antara penulis dengan pemilik usaha juragan esteh, ibu nurul mengatakan bahwa usaha yang ia jalankan mengalami situasi peningkatan diawal dan mengalami penurunan saat musim hujan dari segi konsumen. Berdasarkan data omset penjualan, transaksi yang terjadi pada tahun pertama mengalami situasi fluktuatif, yaitu kondisi naik dan sewaktu-waktu kondisinya menurun karena adanya pesaing.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti faktor yang mempengaruhi pendapatan dioutlet juragan esteh di kelurahan gondangwetan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara langsung kepada pemilik usaha Juragan Esteh di Kelurahan Gondangwetan. Selain itu, penulis juga melakukan studi pustaka dengan mencari dan mengkaji referensi dari berbagai jurnal ilmiah, artikel, dan sumber literatur relevan yang berkaitan dengan faktor harga, lokasi, serta pengaruhnya terhadap pendapatan usaha. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam mengenai strategi usaha serta kondisi aktual di lapangan [3].

3. Hasil dan Pembahasan

Jual beli

Jual beli yang terdapat dalam dua kata dimana masing-masing kata itu memiliki makna yang berlawanan. Jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan cara melepaskan hak milik dari satu ke yang lain atas dasar saling merelakan.

Harga

Konsep harga tentu memiliki banyak penafsiran. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana dengan elemen yang lainnya mendapatkan biaya. Harga bagian dari bauran pemasaran, yaitu harga pokok, saluran dan promosi. Sedangkan unsur bauran pemasaran lainnya yaitu produk, lokasi, dan promosi, menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh badan usaha atau usaha.

Harga adalah apa yang harus diberikan konsumen (pembeli) untuk mendapatkan produk. Harga seringkali merupakan elemen yang paling fleksibel dari keempat faktor bauran pemasaran. Selain itu, *walker* menerapkan kebijakan harga rendah dibandingkan dengan pesaingnya ketika usaha mereka memiliki keunggulan bersaing berbiaya rendah.

Penetapan harga dan persaingan harga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi para eksekutif pemasaran. Namun, banyak usaha gagal mengelola harga dengan benar. Dapat disimpulkan bahwa harga mengacu pada jumlah yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Harga yang dikeluarkan didasarkan pada nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Nilai yang terkandung dalam suatu barang dapat berupa daya tahan barang tersebut, motivasi dari komoditas tersebut, atau bahkan dasar dari barang yang dihasilkan.

Kebijakan penetapan harga menjadi penting karena harga sering digunakan oleh pembeli dan penjual sebagai dasar untuk melakukan tindakan. Hal ini mudah dipahami karena transaksi terjadi ketika kesepakatan harga dibuat antara penjual dan pembeli

Lokasi

Lokasi adalah aktivitas kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah pengiriman atau pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pentingnya lokasi bagi pengusaha sangat mempengaruhi keputusan pasar sasaran dalam memutuskan untuk membeli atau tidak membeli. Dalam kombinasi pemasaran yang mencakup empat komponen pemasaran, salah satunya adalah elemen tempat, atau dalam beberapa buku disebut salah satu aspek lokasi.

Lokasi mempengaruhi dimensi strategis seperti *fleksibilitas*, *competitive*, *positioning*, dan *focus*. Fleksibilitas lokasi merupakan suatu kemampuan

perusahaan untuk merespon perubahan situasi ekonomi. Keputusan memilih lokasi terkait dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek yang sifatnya kapital intensif, sehingga pengusaha harus benar-benar mempertimbangkan dan memilih lokasi yang merespon situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan dimasa mendatang.

Pendapatan Usaha

Pendapatan merupakan seluruh total uang yang diperoleh seseorang dari aktivitasnya, baik uang yang berasal dari aktivitas penjualan produk atau jasa kepada pelanggan atau uang yang berasal dari hasil upah selama bekerja. Bagi seorang pengusaha seperti usaha juragan esteh dalam mendirikan usaha itu bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau timbal balik lebih dari apa yang telah dikeluarkan untuk usaha tersebut. Stand minuman juragan esteh merupakan salah satu usaha dibidang minuman yang berlokasi di kelurahan gondangwetan. Juragan esteh menjual minuman dengan teh sebagai bahan baku utama. Juragan esteh tidak hanya menjual teh original saja melainkan berbagai variasi menu.

Tingkat pendapatan yang diperoleh dari suatu usaha perlu diperhatikan oleh setiap pengusaha, hal ini dikarenakan pendapatan merupakan faktor penggerak perkembangan usaha dalam menjamin kelangsungan usaha yang dijalankan agar tetap dapat beroperasi. Pendapatan adalah faktor penting dalam kinerja usaha karena pendapatan akan memengaruhi tingkat keuntungan yang diharapkan agar usaha tetap berjalan. Pendapatan penting bagi setiap pengusaha karena pendapatan berpengaruh pada kelangsungan usaha dalam kemampuan usaha membiayai semua kegiatan yang mendukung kelangsungan usaha dalam memperoleh pendapatan.

Penelitian ini mengungkapkan analisis pendapatan yang dipengaruhi oleh harga dan lokasi juragan esteh dikelurahan gondangwetan sangat perlu diperhatikan saat memulai usaha, karena pendapatan naik saat lokasi yang ditentukan itu strategis dan harga pun

perlu diperhatikan karena harga termasuk keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis terhadap usaha Juragan Esteh di Kelurahan Gondangwetan, dapat disimpulkan bahwa harga dan lokasi merupakan dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen serta berpengaruh langsung terhadap tingkat pendapatan usaha.

Harga yang terjangkau dan bervariasi menjadi daya tarik utama bagi konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan anggaran mereka, dan dalam hal ini, Juragan Esteh telah berhasil menerapkan strategi penetapan harga yang kompetitif untuk menarik minat beli dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Selain itu, lokasi usaha yang strategis, yakni berada di pinggir jalan yang ramai dan mudah dijangkau, turut menjadi penentu dalam peningkatan jumlah pelanggan. Lokasi yang tepat akan memudahkan akses konsumen serta memperbesar peluang terlihatnya produk, yang pada akhirnya meningkatkan transaksi penjualan.

Dengan demikian, keberhasilan usaha Juragan Esteh tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja, tetapi juga oleh strategi pemasaran yang tepat, khususnya dalam hal penetapan harga dan pemilihan lokasi. Kedua faktor ini memiliki hubungan erat dalam meningkatkan pendapatan dan menjamin kelangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Daftar Rujukan

- [1] Irwandi. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen. Skripsi.
- [2] Kotler, P. D. (2016). Marketing Management Pearson.
- [3] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.