

Analisis Impresi Kegiatan Usaha *Micro* Terhadap *Lease Interest* Di Pasar Jurang Desa Suci Gresik

Adiba Fuad Syamlan¹, Mochammad Syafi'i², Muhammad Syafa'ul Anam³

^{1,2,3}Program Studi manajemen, Universitas Gresik, Indonesia

Abstrak

Pemenuhan Kebutuhan hidup dalam masa pandemi memicu hingga menjadi aspek yang dapat memotivasi peningkatan kehidupan warga Dalam suatu segmentasi pasar yang memiliki target pasar sebagai pusat terlaksananya suatu transaksi jual beli atau bisnis di kalangan menengah kebawah, dapat dilaksanakan dengan melakukan pengevaluasian Terpicunya Minat pada konsumen seringkali merupakan suatu keinginan maupun kebutuhan konsumen dalam mendukung ataupun melengkapi kebutuhan hidup mereka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab dari indikasi kegagalan atas lokasi kegiatan suatu usaha. Metode yang digunakan adalah *mix method* dimana metode ini adalah penggabungan dari dua metode penelitian yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Dari hasil penelusuran secara kualitatif, kegagalan kegiatan usaha terjadi atas dasar faktor lain yang tidak disebutkan dalam variabel penelitian ini. Kesimpulan yang dapat disampaikan adalah bahwa studi kelayakan bisnis merupakan faktor penting untuk dilakukan sehingga pelaksanaan secara terfokus dan berkomitmen merupakan saran yang dianjurkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, harga, Lokasi, Promotions, Minat Sewa.

Abstract

Fulfilling the needs of life during the pandemic triggers it to become an aspect that can motivate the improvement of people's lives. In a market segmentation that has a target market as the center for carrying out a buying and selling or business transaction in the lower middle class, it can be implemented by evaluating the triggering of interest in consumers which is often a consumer's desire and needs to support or complete their living needs. This research aims to determine the causes of indications of failure at the location of a business activity. The method used is a mixed method, a combination of two research methods: qualitative and quantitative. From the qualitative search results, failure of business activities occurs based on other factors not mentioned in the variables of this research. The conclusion that can be conveyed is that a business feasibility study is an important factor to carry out so that implementation in a focused and committed manner is the suggestion recommended in this research.

Keywords: product, price, location promotion, lease interest.

LATAR BELAKANG

Pemenuhan Kebutuhan hidup dalam masa pandemi memicu hingga menjadi aspek yang dapat memotivasi peningkatan kehidupan warga di indonesia yang terlihat sangat pesat, dimana pengaruh utama yang dapat terlihat dari pengamatan secara kasat mata adalah peran teknologi serta pemerintah. Peluang usaha para usahawan dewasa ini dalam upaya pemenuhan kebutuhan

*Korespondensi: Adiba Fuad Syamlan (diba.doang@gmail.com)

Sitasi: Syamlan, A. F., Syafi'I, M., & Anam, M. S., (2024) Analisis Impresi Kegiatan Usaha *Micro* Terhadap *Lease Interest* Di Pasar Jurang Desa Suci Gresik, Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA), 17(1),7-15

Submit: 9 Mei 2024, **Revisi:** 28 Mei 2024, **Diterima:** 31 Mei 2024, **Publish:** 6 Juni 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

hidup mereka maupun kebutuhan akan kelangsungan kinerja kerja suatu usaha bisnis (Anom & Safii, 2022). Didapati pula dari hasil wawancara yang dilakukan di daerah Suci bahwa masyarakat desa suci memiliki pencerminan yang positif akan lokasi tempat perekonomian ini, dimana ini merupakan peluang para usahawan dalam pelaksanaan kegiatan usaha mereka dari segi pengenalan usaha, produk, lokasi kerja hingga pada informasi harga atas produk dan variasi menu atau pilihan produk yang ditawarkan guna membantu tahapan peningkatan potensi serta kelangsungan atas usaha mereka (Suad, 2019).

Dalam suatu segmentasi pasar yang memiliki target pasar sebagai pusat terlaksananya suatu transaksi jual beli atau bisnis di kalangan menengah kebawah, dapat dilaksanakan dengan melakukan pengevaluasian terhadap pasar (market) sehingga pelaksanaan atas perencanaan suatu kegiatan usaha dalam proses menentukan target pasarnya dapat secara tepat mengenai sehingga dapat mulai merancang hingga menentukan suatu konsep dilokasi kegiatan usaha (Safii & Rahayu, 2020). Hal ini tidak lepas dari peranan pemerintah dimana penyediaan lokasi ini adalah salah satu program kerja pemerintah dalam membangun perekonomian masyarakat.

Pencerminan akan kegiatan usaha pada lokasi penelitian ini memiliki manfaat dalam menganalisis suatu kelayakan akan kegiatan usaha, manfaat tersebut dinilai dapat memberikan gambaran akan lokasi kegiatan usaha, aksesibilitas, kondisi lingkungan sekitar, dan peran pemerintah dalam mendukung serta menjaga kearifan desa. Disamping menganalisis potensi lokasi dan lingkungan kegiatan usaha, perlu diperhatikan pula dari sisi kondisi demografi dan ekonomi desa, yang mencerminkan daya bisa masyarakat, dimana merupakan poin utama dalam suatu perekonomian suatu daerah (Anom et al., 2023). Adapun informasi lain seperti jumlah penduduk dan trend budaya dalam mendukung pertumbuhan dari daerah tersebut, pendapatan atau pengeluaran perkapita dari suatu daerah.

Analisis lingkungan eksternal untuk memberikan penggambaran akan situasi dan kondisi masyarakat akan suatu perolehan data dalam mendukung penentuan segmen pasar sebagai pusat perekonomian (Safii & Anom, 2021). Analisis dilakukan dengan melihat dari berbagai sisi skala makro pada pasar yang tersebar di lingkungan yang memiliki potensi dekat lokasi pasar, yang kemudian bisa dilihat dari segi pendistribusian, permintaan, trend kebutuhan, harga pasar, periode peluang dalam pelaksanaan suatu kegiatan dimana jangka waktu pelaksanaan kegiatan ini akan mempengaruhi ketentuan-ketentuan dalam penyusunan suatu kontrak sewa lokasi serta kesepakatan atas metode pembayaran, serta potensi atas kegiatan tersebut (Safii & Rahayu, 2021).

Analisis berikutnya yang perlu untuk dilakukan/dilaksanakan adalah analisis internal lingkungan, yaitu dengan mengobservasi suatu kegiatan dengan lebih mendalam dan menyeluruh hingga mendetail dari pusat pelaksanaan kegiatan usaha berlangsung, seperti target usaha dari masing-masing usaha kecil dan mikro, cakupan daerah kegiatan usaha, potensi jumlah konsumen hingga pelanggan, pesaing, hingga perkiraan keterbutuhan lokasi kegiatan usaha dan lain-lain (Murtini et al., 2024). Lebih lanjut dikatakan bahwa pangsa volume kegiatan usaha tersebut ditentukan oleh beberapa hal, yaitu kualitas akan lokasi kegiatan usaha, bangunan, kebutuhan peralatan dan perlengkapan hingga luas bangunan, daya bisa penyewa, dukungan akan lokasi kegiatan usaha, tarif harga sewa (Kristianada et al., 2021)

Peranan pemerintah dalam hal ini dituntut senantiasa mempertimbangkan beberapa poin variabel yang menjadi variabel dalam penelitian ini dimana penelitian ini dapat memberikan gambaran maupun rujukan atas program pengembangan pusat kegiatan usaha pasar tersebut yaitu :produk, harga, lokasi dan promosi yang akan dijadikan lingkup penelitian ini, lingkup tersebut adalah untuk dapat menjadikan salah satu dasar dalam penentuan harga atas ketebutuhan dari perlengkapan dan juga fasilitas pendukung yang akan dibutuhkan dalam menunjang motivasi para usahawan atas minatnya dalam membantu untuk pencerminan kegiatan usahanya dalam aspek penyewaan perlengkapan ini dikalangan masyarakat.

Terpicunya Minat pada konsumen seringkali merupakan suatu keinginan maupun kebutuhan konsumen dalam mendukung ataupun melengkapi kebutuhan hidup mereka. Menurut para ahli mengatakan bahwa konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau *brand*, akan secara tidak langsung memberikan opini positif kepada masyarakat sekitar, ini dipahami sebagai lingkup pemasaran secara *mouth to mouth* yang diharapkan produsen dalam menjaga kualitas produk mereka sehingga dampak yang

diharapkan adalah dapat menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau *brand* tersebut. (Abshor, Marantika. Hasan, Samsurijal. Apriani, 2021)

Pasar Jurang adalah dikenal sebagai pusat kegiatan transaksi jual beli yang diadakan oleh Pemerintah Desa Suci untuk menunjang perekonomian masyarakat dengan penyediaan lokasi bertransaksi, dalam kegiatan ini pemerintah menyediakan beberapa lahan hingga kios yang bisa disewa untuk berjualan. Pasar jurang terletak di jalan panggang desa suci, bersebelahan langsung dengan makam islam desa suci dan samping jurang maka dari lokasinya yang dekat dengan jurang inilah maka pasar tersebut dikenal sebagai pasar jurang (Anam, 2023).

Dalam lokasi, peralatan dan perlengkapan yang ditawarkan memiliki kisaran harga sewa lokasi yang relatif terjangkau, yaitu dikisaran Rp. 2.000.000 (Dua Juta Rupiah) per Tahun atau bisa juga menyewa per Bulan dengan biaya Rp. 200.000 (Dua Ratus Ribu Rupiah) per Bulannya. Dengan harga yang diketahui sangat terjangkau itu masih tidak ada pemilik usaha yang menyewa dipasar jurang dalam jangka waktu panjang, menurut tinjauan lebih lanjut hal ini dikarenakan sepi pembeli sehingga para pemilik usaha mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan sebagai dasar modal atas kegiatan usaha tersebut (Mubaraq, Husni. Syamlan, 2023).

Dengan lokasi yang strategis berada di samping Jl. Raya Panggang dimana jalan tersebut adalah jalan yang ramai dilalui oleh masyarakat serta rutinitas warga sekitar yaitu senam pagi yang diadakan setiap akhir pekan, hal ini dijadikan fokus di kegiatan masyarakat guna pencerminan kemasyarakatan yang makmur sehingga menjadi daya tarik tersendiri dan dapat secara tidak langsung mempengaruhi akan persepsi keterjangkauan lokasi kegiatan usaha ini, terutama mempermudah akses para ibu rumah tangga yang memiliki pola kebiasaan untuk berbelanja ke pasar.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Usaha

Lokasi Kegiatan yang dikenal sebagai "Pasar jurang" telah diresmikan sebagai pusat kegiatan perekonomian masyarakat dalam upaya pemerintah dibidang meningkatkan pemberdayaan masyarakat, Pasar Jurang ini dibuka pada tanggal 3 maret 2020.

Dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini, di empat (4) Hingga lima (5) bulan pertama, para pelaku usaha mulai melakukan kegiatan jual beli dengan menyewa lokasi kegiatan usaha namun, seiring berjalannya waktu, para pelaku usaha dipasar jurang tersebut meninggalkan lokasi usahanya hingga tidak ada yang menyewa lokasi sehingga tidak adanya yang berjualan di pasar tersebut, hal ini terjadi sampai saat ini yaitu saat penelitian ini dilaksanakan. Menurut Hasan yang merupakan salah satu pegawai BUMDES dikecamatan manyar dikabupaten gresik, pasar itu masih membuka peluang untuk penyewaannya lokasi. Akan tetapi berkurangnya hingga tidak adanya pedagang yang berminat untuk menjadikan lokasi tersebut sebagai lokasi kegiatan usaha mereka yang mencerminkan minat pelaku usaha untuk menyewa lokasi dipasar jurang (Syamlan et al., 2023).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengangkat topik penelitian ini dimana merupakan ketertarikan peneliti untuk menelusuri lebih lanjut atas kendala ataupun temuan khusus berdasarkan hasil observasi hingga penelusuran secara kualitatif dan kuantitatif, sehingga

peneliti mengambil judul penelitian yaitu Analisis Impresi Kegiatan Usaha *Micro* Terhadap *Lease Interest* Di Pasar Jurang Desa Suci Gresik. Pada penelitian ini peneliti memiliki batasan penelitian yaitu hanya meneliti di variabel Produk yang ditawarkan, penentuan harga, Lokasi kegiatan usaha dan upaya pelaku usaha dalam kegiatan promosi terhadap minat sewa lokasi di pasar jurang desa suci kabupaten gresik

METODE PENELITIAN

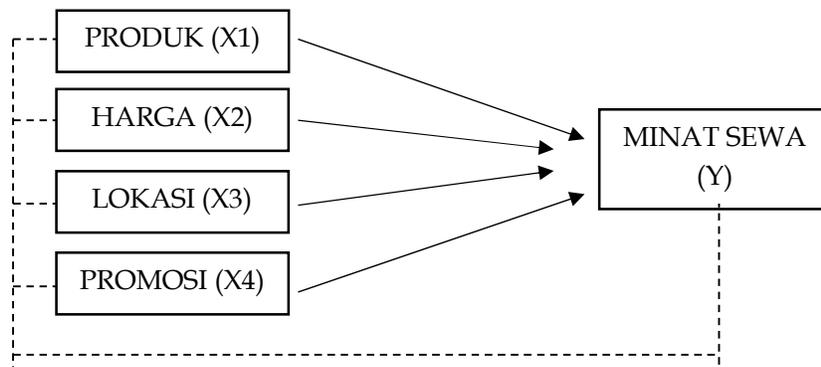
Penelitian ini dilakukan di Pasar Jurang Desa Suci Gresik. Metode penelitian yang digunakan adalah mix method ini adalah penggabungan antara dua metode yaitu kualitatif dan kuantitatif, dimana penelitian ini memiliki konsep dalam perolehan data melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi yang berbentuk angka dan diolah komputer menggunakan program SPSS. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Karena jumlah UMKM yang begitu besar, maka dengan rumus Slovin didapatkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 89 responden. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling (Jonathan, 2011).

Fokus Indikator Variabel Penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Produk, menurut Kotler dan Keller (2019:10). indikator produk antara lain : bentuk; fitur.
2. Harga, menurut Kotler dan Armstrong.(2018:78). indikator harga antara lain : Keterjangkauan harga; Kompetitifan harga; Kesesuaian harga dengan fasilitas; kesesuaian harga dengan pelayanan.
3. Lokasi, menurut Tjiptono (2017:106). indikator lokasi antara lain : Akses; Lalulintas.
4. Promosi, menurut Kotler dan Armstrong (2019:62). indikator promosi antara lain : Jangkauan; Kuantitas; Kualitas.. (Tjiptono, 2017)
5. Minat Beli, menurut Kotler dan Keller (2021:403). indikator minat beli antara lain : Transaksional; Referensial; Preferensial; Eksploratif.

Uji Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabelitas, adalah pengujian atas kevalidan dan kelayakan atas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalita. Menurut Sugiyono (2015:241), Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah residual yang didapat memiliki distribusi normal.
 - b. Uji Heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018:107) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Ghozali, 2018)
 - c. Uji Multikolinieritas. Menurut Ghozali (2018:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas
 - d. Uji Autokorelasi. Menurut Ghozali (2018:112), dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi
 - e. Uji Linearitas. Menurut Ghozali (2018:167) uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik
3. Uji Hipotesis yaitu Uji t, Menurut Sugiyono (2015:258) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dan Uji F Menurut Ghozali (2016:98) uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan Koefisien Determinasi (R^2) Menurut Silalahi (2017:593) koefisien determinasi adalah satu ukuran dari proporsi dari variasi dalam satu variabel dependen yang dihitung melalui variabel independen.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil proses observasi bahwa lokasi yang disewakan merupakan lokasi yang layak untuk dijadikan lokasi transaksi jual - beli, tetapi menurut hasil wawancara bahwa patokan harga yang ditawarkan tidaklah seimbang dengan *cash flow* dipelaksanaan atas kegiatan usaha ini. Beberapa bulan sejak dibukannya atau diresmikannya lokasi ini sebagai lokasi dukungan pemerintah dalam perekonomian masyarakat dalam bidang penyediaan lokasi untuk pasar tradisional, dalam observasi yang dilakukan hanya terdapat 3 pasar tradisional diseputaran lokasi tempat penelitian ini berlangsung yang tidak dapat dikategorikan sebagai pasar tradisional tetapi lebih kepada tempat berkumpulnya para pedagang, sehingga menjadi pilihan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka (Suryani, 2015).

Diketahui bahwa lokasi tersebut secara tidak langsung diperuntukkan untuk para pelaku usaha UMKM dalam kegiatan usahanya di pagi hari, dan alih fungsi menjadi tempat berkumpulnya pedagang UMK di pagi hari. Peneliti melaksanakan penelusuran lebih dalam atas lokasi ini, dimana peneliti menemukan bahwa penyediaan lokasi tempat penelitian berlangsung di daerah suci kabupaten gresik.



Gambar 3. Kondisi UKM

Hal ini bertentangan dengan budaya dimasyarakat yang sudah pekat dengan pilihan masyarakat yang lebih memilih ke kios dari pada ke pasar tradisional maupun memilih alternatif lain yaitu menunggu UKM yang bersarana transportasi mobil ataupun sepeda montor dimana kelemahan akan usaha ini adalah konsumen tidak dapat dengan mudahnya mencari kebutuhannya tetapi harus menunggu sampai mereka datang, pilihan ini adalah hanyalah pilihan alternatif konsumen dalam hal ini adalah masyarakat.



Gambar 4. Pasar Kaget Gresik Kota Baru

Diketahui kios adalah sejenis toko dimana usaha ini menyediakan produk - produk yang biasa dijual di pasar tradisional, budaya ini pekat dikarenakan dari waktu ke waktu pasar tradisional ini jauh dari lokasi penelitian ini berlangsung, sehingga susah untuk memecahkan budaya yang sangat kental yang diketahui sudah terbentuk sejak kurun waktu yang sangat lama.



Gambar 5. Kios Sayur Gresik Kota Baru

Diketahui juga bahwa budaya masyarakat didaerah ini memiliki kemiripan hingga kesamaan dengan daerah lain, sehingga budaya ini dirasa cukup umum ada di wilayah pinggiran ibu kota. Sehingga penelitian ini akan dilanjutkan ke metode berikutnya yaitu metode kuantitatif yang dalam metode tersebut data yang dipergunakan adalah data hasil wawancara pada penduduk sekitar.

Dari data Kuisiner yang ada bahwa telah disinggung dari uji instrumen yang dilakukan bahwa Uji Validitas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel produk, harga, lokasi, promosi dan minat sewa dikatakan valid, karena nilai-nilai dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis (0.3). Dari pengujian atas Uji Reliabilitas Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Cronbach'a Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

Perolehan atas data yang terkumpul adalah data yang valid sehingga peneliti melanjutkan untuk pengujian tahap berikutnya yaitu asumsi klasik dimana hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut; Pengolahan data atas Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi hingga uji linieritas menyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan tidak terjadi gejala pada masing - masing pengujian, sehingga peneliti dapat diteruskan kepada proses penelitian selanjutnya yaitu uji t.

Tabel 1. hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.160	.701		.228	.820
	Produk	.247	.139	.217	1.772	.080
	Harga	.376	.152	.272	2.467	.016
	Lokasi	.367	.129	.274	2.847	.006
	Promosi	.192	.131	.129	1.459	.148

a. Dependent Variable: Minat Sewa

Sumber : Data diolah peneliti, 2023.

Pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,080 > 0,05$, dan Berdasarkan pengujian t-hitung 1,772 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,667, sehingga variabel produk (X1) berpengaruh terhadap minat sewa (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima. Pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,016 < 0,05$, dan Berdasarkan uji SPSS diperoleh t-hitung 2,467 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,667, sehingga variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat sewa (Y). Hasil tersebut membuktikan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima.

Pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$, dan Berdasarkan uji SPSS diperoleh t-hitung 2,847 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,667, sehingga variabel lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat sewa (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima. Pengaruh X4 terhadap Y adalah sebesar $0,148 > 0,05$, dan Berdasarkan perhitungan diperoleh t-hitung 1,459 lebih kecil dari t-tabel yaitu 1,667, sehingga variabel promosi (X4) tidak berpengaruh terhadap minat sewa (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa Ho diterima dan H1 ditolak.

Uji f

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.608	4	3.152	23.921	.000 ^b
	Residual	11.068	84	.132		
	Total	23.676	88			
a. Dependent Variable: Minat Sewa						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga, Produk						

Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

Dari tabel diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 23,921 dengan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Nilai Fhitung 23,921 > Ftabel 2,01, maka Ho ditolak dan H1 diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat sewa stand di Pasar Jurang Desa Suci Gresik

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.510	.36300
a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga, Produk				

Sumber : Data diolah peneliti, 2023.

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,510 artinya 51% variasi variabel Minat Sewa dapat dijelaskan oleh variasi variabel produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan promosi (X4) sehingga semakin tinggi variabel tersebut memiliki pencerminan atas model prediksi yang baik. Sedangkan 49% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Data pengujian hipotesis diatas membuktikan bahwa produk, harga dan lokasi memiliki pengaruh pada minat sewa pengusaha UKM, dari hasil kuisioner ini pula bahwa pada pernyataan x1.6 bahwa fitur sangat berperan penting dalam hal ini fitur adalah sarana dan prasarana penunjang atas lokasi penyewaan untuk mempermudah kebutuhan pekerja tidak hanya dalam kinerja kerja tetapi dalam kegiatan pribadi keseharian pula, dimana di lokasi pasar jurang ini tidak memiliki fasilitas tersebut, sehingga dapat dijadikan salah satu penyebab akan kurangnya minat pekerja UMK dalam menyewa lokasi, disini lain pada pernyataan X2.6 menyatakan bahwa fasilitas tersebutlah yang paling dicari dan dibutuhkan guna pekerja melaksanakan kegiatan beribadah mereka sesuai dengan kepercayaan masing-masing. Berikutnya adalah pernyataan X3.2 dimana menyatakan bahwa lokasi kegiatan usaha ini adalah lokasi strategis dimana letaknya di jalan raya yang notabene mudah untuk diakses dan terlihat

oleh masyarakat sekitar, sehingga mudah diingat oleh masyarakat untuk menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Pernyataan berikutnya adalah dari variabel Y yaitu bahwa prosedur penyewaan tidaklah sulit, dan memiliki prosedur yang umum digunakan oleh para penyewa namun yang menjadi poin adalah harga yang ditawarkan dengan capaian pada saat dilaksanakannya kegiatan usaha mengalami outcome yang tidak sesuai harapan dan memicu menurunnya minat dari kegiatan usaha ini, dari pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan hingga saat ini telah dilakukan perbaikan untuk menjaga kondisi lokasi namun tidak memicu adanya minat pekerja untuk menyewa, diketahui juga bahwa lokasi pasar jurang ini dekat dengan coffee dimana diketahui kegiatan usaha coffee ini bertahan hingga bertahun-tahun dengan minat konsumen yang stabil dalam melaksanakan transaksi pembelian di lokasi usaha ini, hal ini tidak dapat disamakan dikarenakan kedua kegiatan usaha ini merupakan kegiatan usaha yang berbeda jenisnya, sehingga tidak dapat dijadikan patokan dalam menganalisis topik pada penelitian ini (Amelia, 2017).

Lokasi tersebut merupakan pencerminan dari kegagalan lokasi usaha, dimana pastinya adalah adanya penyebab khusus mengapa lokasi tersebut tidak bisa mengalami kenaikan akan kegiatan usaha sehingga peneliti hendak menelusuri kejadian di lokasi tempat penelitian ini berlangsung, dari hasil penelusuran bahwa pada wilayah lokasi kegiatan usaha pasar jurang ini merupakan salah satu wilayah yang memiliki tingkat kriminalitas yang tinggi, sehingga merupakan poin utama yang tidak disinggung sebelumnya, dan menurut komunikasi yang peneliti lakukan kepada warga yang tinggal dipemukiman seputaran pasar jurang bahwa jalan Raya Panggang dimana jalan tersebut adalah jalan yang diketahui ramai dilalui oleh warga sekitar namun kenyataannya merupakan akses jalan yang tidak terlalu ramai, adapun warga yang lewat adalah warga yang tinggal di wilayah tersebut yang notabene merupakan warga perumahan dimana pada masing-masing perumahan tersebut memiliki kios maupun pasar kaget yang lebih diminati oleh masyarakat sekitar, dari data yang sudah terkumpul ini menunjukkan bahwa kegagalan akan usaha ini memiliki penyebab yang jelas sehingga adapaun program pengembangan wilayah yang dilakukan akan berdasarkan dari pemikiran dan temuan tersebut (Amelia & Iriyani, 2020).

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah bahwa dalam suatu perencanaan atas ekspansi maupun pelebaran suatu kegiatan usaha diperlukan suatu studi kelayakan akan lingkup manajemen, kebutuhan sarana prasarana sebagai suatu faktor pendukung atas kegiatan tersebut, dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang didasari atas dasar perolehan data melalui kuisioner yang menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel produk, harga, lokasi pada minat menyewa, tetapi tidak ada pengaruh dari promosi kepada minat menyewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, Marantika. Hasan, Samsurijal. Apriani, E. (2021). *Pendampingan Peningkatan Pemasaran Usaha UMKM Melalui Media Online di Kabupaten Kampar : Strategi*. 1(1).
- Amelia, T. N. (2017). Pengendalian Internal Bisnis Startup Indonesia: Sebuah Konsep. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(1), 59-67. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i1.18>
- Amelia, S., & Iriyani. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 267-280. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2328>
- Anam, M. S. (2023). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Sewa Stand Di Pasar Jurang Desa Suci Gresik*.
- Anom, L., Adiputra, E., Murtini, M., Safii, A. A., & Bisri, H. (2023). Product Innovation And Marketing Assistance To Eco Green Handcraft MSMEs. *TGO Journal of*

- Community Development*, 1(2), 39–44.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56070/jcd.2023.007>
- Anom, L., & Safii, A. A. (2022). Enhancing MSME Performance through Market Sensing Capability, Innovation Capability, and Iconic Ethnic Product Development. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.30741/adv.v6i1.778>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan penerbit universitas Diponegoro.
- Jonathan, S. (2011). *Mixed Methods Kualitatif and Kuantitatif* (1st ed.). Pt. Elex Media Komputindo.
- Kristianada, V., Simanjuntak, C. M., Frittandi, F., Nugroho, D. K., Wardana, A., Pasaribu, P., Caroline, C., & Christina, C. (2021). Pendampingan Pengelolaan Bidang Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Toko Irma Jenong, Bandung. *Surya Abdimas*, 5(3), 302–311. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v5i3.1261>
- Mubaraq, Husni. Syamlan, A. F. (2023). *Peran Lokasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang*. 1(1), 27–40.
- Murtini, M., Safii, A. A., & Anom, L. (2024). Exploring The Relationship Between Entrepreneurial Networking, Entrepreneur Leadership, Innovation capability, and MSMEs Performance. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 3(1), 37–47. <https://doi.org/10.56070/ibmaj.2024.005>
- Safii, A. A., & Anom, L. (2021). Peran Moderasi Financial Access Pada Pengaruh Human Capital dan Social Capital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(1), 40–54.
- Safii, A. A., & Rahayu, S. (2020). The Role Of Social Capital And Owner Cosmopolitanism On Marketing Performance of Jonegoroan Batik MSMEs. *Proceeding 1st International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, 1–10.
- Safii, A. A., & Rahayu, S. (2021). Human Capital and Social Capital as Determining Factors of The MSMEs Surviving Ability. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 5(1), 1–9. <https://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/adv/article/view/659>
- Suad, H. (2019). *Manajemen Keuangan* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Suryani, Y. (2015). *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur)*. c.
- Syamlan, A. F., Soelistya, D., & Ilham, R. (2023). *Analisis Kendala Pengembangan Pertumbuhan Produksi Perusahaan Semen dan Struktur Keuangan terhadap Kinerja SCM di Periode Pandemi*. 6(2), 1–19.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi.