

## **Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas, Promosi, Teknologi serta Layout terhadap Pertumbuhan Usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang**

Joko Mulyono<sup>1</sup>, Halipi Hazizan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimalang, Cibatu, Kec. Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat  
[joko.mulyono@pelitabangsa.ac.id](mailto:joko.mulyono@pelitabangsa.ac.id)

### **Abstract**

This study aims to determine the partial and simultaneous influence between Price, Location, Quality, Promotion, Technology and Layout on the Business Growth of Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi Store. The research method used in this study is using quantitative research methods. The sampling used in this study is using the Probability Sampling method and the type of sampling uses simple random sampling. The results showed that prices and promotions had a significant and partial positive effect on the business growth of Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Location, product quality, technology and layout do not have a partial effect on the business growth of Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Independent variables have a positive and significant effect simultaneously on the business growth of Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi.

**Keywords:** Business Growth

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara Harga, Lokasi, Kualitas, Promosi, Teknologi serta Layout terhadap Pertumbuhan Usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Probability Sampling* dan jenis pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap pertumbuhan usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Lokasi, kualitas produk, teknologi dan tata letak tidak berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Variabel independen berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pertumbuhan usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi.

**Kata Kunci:** Pertumbuhan Usaha

Copyright (c) 2023 Joko Mulyono, Halipi Hazizan

Corresponding author: Joko Mulyono

Email Address: [joko.mulyono@pelitabangsa.ac.id](mailto:joko.mulyono@pelitabangsa.ac.id) (Jl. Inspeksi Kalimalang, Cikarang Pusat, Kab. Bekasi, Jabar)

Received 1 April 2023, Accepted 7 April 2023, Published 10 April 2023

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi merupakan peningkatan nilai serta jumlah produksi barang dan jasa yang dihitung suatu negara dalam suatu kurun waktu tertentu berdasarkan kepada beberapa indikator misalnya saja naiknya pendapatan nasional, pendapatan perkapita, jumlah tenaga kerja yang lebih besar dari jumlah pengangguran, serta berkurangnya tingkat kemiskinan. Ekonomi suatu negara sendiri dapat dikatakan bertumbuh jika kegiatan ekonomi masyarakatnya berdampak langsung kepada kenaikan produksi barang dan jasanya.

Industri mebel merupakan industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi yang meliputi kayu, rotan, dan bahan alami lainnya menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan mebel yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri Meubel di Indonesia didominasi oleh usaha kecil dan menengah (UKM). Sentral – sentral industri meubel berkembang

pesat di Indonesia terutama di Pulau Jawa, antara lain: Jabotabek, Semarang, Jepara, Solo, Surabaya, Yogyakarta, Cirebon dan lain – lain.

Toko Fajar Furniture kayu jati adalah sebuah toko yang bergerak di bidang furniture seperti lemari baju, meja makan, sofa, dan lain-lain. Toko furniture ini berdiri sejak tahun 2008, pemiliknya bernama Hj. Ebad Jubaedah, beliau mengembangkan bisnisnya ini secara bertahap. Berkat dukungan keluarga dan kerabat bisnisnya bisa bertahan sampai saat ini.

Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti, penetapan harga jual ditoko ini sangatlah tidak stabil dengan harga jual di pembelian berikutnya. Toko ini cenderung tidak mengikuti harga jual pasaran pada umumnya. Dan cenderung mengambil keuntungan yang sangat sedikit. Sehingga dengan begitu strategi ini dapat membuat toko ini menjadi banyak pelanggan.

Lokasi toko sangatlah strategis, banyak orang-orang lalu lalang di depan toko. Bersebrangan dengan Sekolah Menengah Keatas, berada di samping jalan raya. Jalan raya yang cukup ramai, sehingga membuat Toko ini menjadi perhatian banyak orang yang melintasinya. Bahkan seringkali orang yang melintasi jalan raya ini ada saja yang mampir untuk menanyakan beberapa macam produk yang ada di toko ini.

Kualitas yang dijanjikan toko ini, amat sangat memuaskan hati pelanggan. Toko ini sangat mengutamakan kepuasan pelanggan akan kualitas barang yang dipesanya. Bahkan jika ada komplek, toko ini bersedia memperbaikinya. Sehingga banyak pelanggan yang tetap stay di toko furniture ini.

Promosi dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui sosmed, dari mulut kemulut, dan spanduk yang dipasang diberbagai tempat. Toko ini sangat memperhatikan setiap proses promosi yang dilakukan, sehingga menghasilkan hasil yang sangat memuaskan disetiap promosinya. Bahkan para karyawan hingga keluarga saling membantu meramaikan dalam mempromosikan produk-produk yang ada ditoko ini.

Teknologi sangat penting untuk para pembisnis, begitupun ditoko ini. Dengan adanya teknologi yang makin maju, toko ini dengan mudah ngexplor berbagaimacam ide yang seiring berkembangnya jaman itu semakin banyak contoh-contoh yang bisa dijadikan gambaran untuk model pengukiran toko ini.

Layout dalam toko ini sangat terartur, sesuai dengan standarisasi pada umumnya. Tempat yang disediakan sangat rapih, sesuai dengan tahapan-tahapan proses produksinya. Fasilitas toko ini sangat efisien, sehingga layout disini bisa terkoordinir dengan baik.

Dalam penelitian (Kusumawati, 2018), menunjukkan bahwa, Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar berpengaruh secara simultan terhadap Omzet Penjualan Pedagang setelah revitalisasi sebesar 71,7%, lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pedagang sebesar 28,94%.

Arif Adi Satria dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 46.8% keputusan pembelian memiliki hubungan dengan merek dan kualitas produk (Satria, 2017).

Bagus Handoko dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel penetapan harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada PSA Mihin Lanka Airlines (Handoko, 2017).

Dalam penelitian (Dewi & Yani, 2018), menunjukkan bahwa layout pasar tradisional berpengaruh signifikan terhadap saluran distribusi sayur mayur.

Hasil observasi diperoleh data penetapan harga di Toko Fajar Furniture Kayu Jati yang kurang stabil. Lokasi toko amat sangat strategis, dan pastinya mampu menarik banyak pelanggan. Kualitas sangat menjanjikan, sehingga banyak pelanggan yang melakukan transaksi berulang kali. Banyak berbagai macam promosi yang dilakukan untuk menarik pelanggan. Toko ini sangat mengandalkan teknologi untuk selalu mengeksplor berbagai macam ide. Layout disini sangat tersusun rapih, sesuai dengan tahapan-tahapan pada umumnya. Keenam variabel yang peneliti ajukan dalam bentuk wawancara diperoleh hasil positif, karena sesuai dengan standarisasi pada umumnya.

## **METODE**

Jenis penelitian secara garis besar digolongkan menjadi dua macam yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Penelitian merupakan proses pemecahan masalah dengan melakukan pendekatan menggunakan metode ilmiah untuk menyelesaikan masalah yang ada secara sistematis. Hasil dari penelitian yang dilakukan, selanjutnya akan menjadi teori baru yang berkaitan dengan masalah yang sedang dikaji atau kesimpulan dari dugaan-dugaan yang dibuat sebelumnya. Teknik penentuan pengambilan sample adalah dengan menggunakan metode simple random sampling, yaitu metode penarikan sample non probabilities dengan cara acak sedarhana dan setiap responden memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih sebagai responden. Menurut Sugiyono, ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai 500 (Saib, 2019).

### ***Analisis Data***

Analisis data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif ialah metode yang menggunakan angka dalam pengumpulan data. Analisis tersebut digunakan peneliti untuk mengetahui apakah variabel independent memiliki pengaruh terhadap variable. Dalam teknik mencari regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS (*statistical package for social sciences*) pada tabel *coefficients*. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan model regresi linier berganda (*multiple linier regression method*), yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Pertumbuhan Usaha

a = Nilai konstanta

$\beta_1$  s/d  $\beta_6$  = Koefisien Regresi Variabel

X1	= Harga
X2	= Lokasi
X3	= Kualitas
X4	= Promosi
X5	= Teknologi
X6	= Layout
e	= Standart Error

### Uji F

Menurut Ghozali uji pengaruh bersama-sama (*joint*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau *joint* mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar 0,05. Jika di dalam penelitian terdapat tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau F hitung dinyatakan lebih besar daripada F tabel maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil

#### Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	8,642	4,634	1,865	0,065
Harga	0,486	0,090	5,408	0,000
Lokasi	-0,046	0,081	-0,573	0,568
Kualitas Produk	0,039	0,059	0,666	0,507
Promosi	0,306	0,069	4,411	0,000
Teknologi	0,043	0,060	0,708	0,481
Tata Letak	-0,048	0,075	-0,645	0,520

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda pada tabel 1 terdapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,642 + 0,486X_1 + (-0,046)X_2 + 0,039X_3 + 0,306X_4 + 0,043X_5 + (-0,048)X_6 + 0,05$$

1. Koefisiensi variabel harga (X1) sebesar 0,486 satuan berarti setiap terjadi kenaikan nilai harga sebesar 0,486 satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami penurunan sebesar 0,486 satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
2. Koefisiensi variabel lokasi (X2) sebesar (-0,046) satuan berarti setiap terjadi penurunan nilai lokasi sebesar (-0,046) satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami kenaikan sebesar (-0,046) satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami kenaikan atau konstan.

3. Koefisiensi variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,039 satuan berarti setiap terjadi kenaikan nilai kualitas produk sebesar 0,039 satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,258 satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami kenaikan atau konstan.
4. Koefisiensi variabel promosi (X4) sebesar 0,306 satuan berarti setiap terjadi kenaikan nilai Promosi sebesar 0,306 satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,306 satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
5. Koefisiensi variabel teknologi (X5) sebesar 0,043 satuan berarti setiap terjadi kenaikan nilai teknologi sebesar 0,043 satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,043 satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami kenaikan atau konstan
6. Koefisiensi variabel tata letak (X6) sebesar -0,048 satuan berarti setiap terjadi penurunan nilai tata letak sebesar -0,048 satuan, maka pertumbuhan usaha akan mengalami penurunan sebesar -0,048 satuan dengan asumsi variabel yang lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

### Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	1467,944	6	26,379	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1159,351	125		
	Total	2627,295	131		

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

b. Predictors: (Constant), Tata Letak, Teknologi, Promosi, Lokasi, Kualitas Produk, Harga

Hasil analisis diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 26,379 > F_{tabel} 2,171$  sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama (simultan) variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

### Uji Hipotesis

Variabel harga dan promosi secara parsial atau individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Dan variabel lokasi, kualitas, teknologi serta tata letak belum mampu memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan usaha

### Diskusi

Hasil penelitian diperoleh dan terbukti hipotesis pertama variabel harga dan hipotesis keempat variabel promosi secara parsial atau individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Selanjutnya hasil penelitian diperoleh dan terbukti hipotesis kedua, ketiga, kelima dan keenam Variabel lokasi, kualitas, teknologi dan tata letak belum mampu memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan usaha.

Hasil analisis diketahui hipotesis ke tujuh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 26,379 > F_{tabel} 2,171$  sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama (simultan) variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

**KESIMPULAN**

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap pertumbuhan usaha usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Sedangkan lokasi, kualitas produk, teknologi dan tata letak tidak berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan usaha Toko Fajar Furniture Kayu Jati Cikarang Bekasi. Artinya bahwa konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dengan harga terjangkau dan juga dengan promo yang menarik.

**REFERENSI**

- Asmara Oloan & suri amalia. (2017) Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan: Sniversitas Samudra*.
- Dewi, R. S., & Yani, A. S. (2018). PENGARUH PLANT LAYOUT DAN STRATEGI LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA PADA PT. TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL JAKARTA. *Jurnal Online Internasional & Nasional Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 6(2), 30–44.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 18(1), 61–72.
- Kusumawati, Y. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA TOKO PERHIASAN MAS MASDOEKI GRINGGING KEDIRI. *Kolegial*, 6(2), 123–135.
- Saib, K. (2019). *STRATEGI KESUKSESAN PERTUMBUHAN PASAR SWALAYAN STUDI KASUS: TOKO MINI MARKET DI KOTA PEKANBARU*.
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147.