

**PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PEMPEK 26 ILIR DAN SEKITARNYA DI KOTA
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

AZWAR MUIQROM

NPM. 1801110082

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDIANANTI

2023

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Azwar Muiqrom
Nomor Pokok/ NIM : 1801110082
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir dan Sekitarnya di Kota Palembang

Pembimbing Skripsi
Tanggal 20/3/23. Pembimbing I


:
Lusiana Nargis, SE., M.Si
NIDN : 0222036101


Tanggal 20/3/23. Pembimbing II


:
Kamariah, SE., MM
NIDN : 0221075802

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 20/3/23.....




Dr. Msy Mikha, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN:0205026401

Ka. Prodi Manajemen
Tanggal 20/3/23.....


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN:0222096301

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Azwar Muiqrom
Nomor Pokok/ NIM : 1801110082
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir dan Sekitarnya di Kota Palembang

Penguji Skripsi
Tanggal 20/3/23. Ketua penguji I

:
Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 20/3/23 Penguji I

:
Kamariah, SE., MM
NIDN : 0221075802

Tanggal 20/3/23. Penguji II

:
Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN:0222096301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 20/3/23.....


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN:0205026401

Ka. Prodi Manajemen
Tanggal 20/3/23.....


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN:0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

**“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, Tapi ketakutan yang membuat kita sulit, Karena itu jangan pernah mencoba untuk menyerah, Dan jangan pernah menyerah untuk mencoba,
Jangan katakan kepada Allah aku punya masalah besar, Tapi katakanlah kepada masalah, bahwa aku mempunyai Allah yang Maha Besar.”**

(Ali bin Abi Thalib R.A)

Kupersembahkan kepada:

- Kedua Orang Tuaku yang Tercinca
- Kepada Saudara-Saudaraku
- Untuk Sahabat-Sahabat Terbaikku
- Dan Alamamaterku


SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Azwar Muiqrom
Nomor Pokok :1801110082
Fakultas/Program Studi :Ekonomi / Manajemen
Judul Skripsi :Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir Dan Sekitarnya Di Kota Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sesungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2023


DE5AKX335638622 Azwar Muiqrom

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, atas berkat dan rahmat karunia-nya yang senantiasa dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat serta salam kita curahkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW yang telah menyampaikan syariat islam kepada seluruh umatnya. Atas izin Allah SWT dan dukungan orang-orang terdekat akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul” Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap keberhasilan usaha pempek di 26 ilir kota Palembang.

Maksud dan tujuan dari pada menyelesaikan skripsi ini untuk syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Dengan ini penulis mengucapkan Syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt dan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si,Ak.CA,CS.RS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Lusia Nargis, SE.M.Si selaku pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Kamariah,SE.,MM. selaku pembimbing II skripsi yang juga telah memberikan bimbingan serta meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan arahan dalam penulisan proposal.
5. Bapak Drs.H.Rustam Effendi,M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan membantu penulis dengan mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas tridinanti Palembang.
6. Seluruh Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen yang telah memberi bimbingan selama masa studi.
7. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerja samanya.

8. Ayahanda (Mahilam) dan Ibunda (Helmawati) yang penulis banggakan dan keluarga besar yang telah memberi dukungan serta do'a hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Kekasih penulis yaitu Sullyati yang sudah memberikan segala dukungan dalam berbagai bentuk selama penulisan skripsi ini berlangsung.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu .

Akhinya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini, yang dikarenakan terbatasnya ilmu pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak, agar penulisan selanjutnya dapat lebih baik.

Demikianlah skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi langkah kita semua. Aamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, Maret 2023

Azwar Muiqrom

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Pengertian kewirausahaan	8
2.1.2 Pengertian Lokasi Usaha	8
2.1.2.1 Penentuan Lokasi	9
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi daya tarik lokasi.....	10
2.1.2.3 Tipe Lokasi Usaha	11
2.1.2.4 Indikator dan Dimensi Lokasi Usaha	12
2.1.3 Modal Usaha	12
2.1.3.1 Pengertian Modal Usaha	12
2.1.3.2 Sumber-sumber Modal Usaha	14

2.1.3.3 Indikator dan Dimensi Modal Usaha	16
2.1.4 Strategi Pemasaran	17
2.1.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran	17
2.1.4.2 Fungsi Strategi pemasaran	18
2.1.4.3 Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.1.4.4 Unsur-unsur Strategi Pemasaran	21
2.1.4.5 Indikator dan Dimensi Strategi Pemasaran	30
2.1.5 Keberhasilan Usaha	31
2.1.5.1 Pengertian keberhasilan Usaha	31
2.1.5.2 Faktor-faktor Keberhasilan Usaha	32
2.1.5.3 Proses Tercapainya Keberhasilan Usaha	35
2.1.5.4 Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha	37
2.2 Penelitian Lain Yang Revalan	38
2.3 Kerangka Berfikir	40
2.4 Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	42
3.1.1 Tempat Penelitian	42
3.1.2 Waktu Penelitian.....	42
3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.1 Sumber Data	43
3.2.1.1 Data Primer.....	43
3.2.1.2 Data Sekunder.....	44
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3 Populasi, Sampel Dan Sampling	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sample.....	46
3.3.3 Sampling.....	46
3.4 Rancangan Penelitian	47
3.5 Variabel Dan Definisi Operasional	48
3.5.1 Variabel	48

3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.6 Instrumen Penelitian.....	52
3.6.1 Uji Instrumen	53
3.6.1.1 Uji Validitas	53
3.6.1.2 Uji Reabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	55
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial.....	55
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.7.2.2 Analisis Koefisien Korelasi	56
3.7.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	57
3.7.3 Uji Hipotesis	58
3.7.3.1 Uji Simultan (Uji F)	58
3.7.3.2 Uji Fersial (Uji t)	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Sejarah Singkat Pempek 26 Ilir Kota Palembang	61
4.1.2 Visi dan Misi Pempek 26 Ilir Kota Palembang.....	62
4.1.3 Struktur Organisasi	63
4.1.4 Uraian Tugas Dari Setiap Unit Kerja.....	63
4.2 Deskripsi Data	64
4.2.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	65
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	66
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Realibilitas	71
4.3.3 Analisis Statistik Deskriftif.....	72

4.3.4 Analisis Statistik Inferensial	80
4.3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.3.4.2 Analisis Koefisien Korelasi	81
4.3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi	82
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis Statistik.....	83
4.3.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)	83
4.3.5.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

2.1 Unsur-unsur Pokok dalam Strategi Pemasaran	18
2.2 Penelitian Lainnya Yang Relevan	38
3.1 Kegiatan Penelitian	42
3.2 Sampel Pemilik Usaha Pempek 26 Ilir Dan Sekitarnya	46
3.3 Variabel dan Definis Operasional	49
3.4 Skala Likert	52
3.5 Interpretasi Nilai (r)	56
4.1 Karakteristik Resonden Berdasarkan Usia	64
4.2 Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.3 Karakteristik Respoonden Berdasarkan Pendidikan	66
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha (X_1)	67
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Modal Usaha (X_2).....	68
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X_3).....	69
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	70
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	71
4.9 Frekuensi Distribusi Variabel Statistics	73
4.10 Distribusi Frekuensi Data Lokasi Usaha (X_1)	74
4.11 Distribusi Frekuensi Data Modal Usaha (X_2).....	76
4.12 Distribusi Frekuensi dan Variabel Strategi Pemasaran (X_3)	77
4.13 Distribusi Frekuensi dan Variabel Keberhasilan Usaha (Y)	79
4.14 Hasil Koefisiensi Regresi Linear Berganda	80
4.15 Hasil Analisis Korelasi Product Moment.....	81
4.16 Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	82
4.17 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	83
4.18 Hasil Uji t (Parsial).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1. Skema Kerangka Pemikiran	40
4.1 Struktur Organisasi Pengusaha Pempek 26 Ilir Kota Palembang	63
4.2 Histogram Variabel Loksih Usaha	75
4.3 Histogram Variabel Modal Usaha	76
4.4 Histogram Variabel Strategi Pemasaran.....	78
4.5 Histogram Variabel Keberhasilan Usaha	79

ABSTRAK

AZWAR MUIQROM. Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir dan Sekitarnya di Kota Palembang. (Dibawah Bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE.,M.Si dan Ibu Kamariah, SE.,MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir Dan Sekitarnya Di kota Palembang. Penentuan sampel menggunakan metode sensus, yaitu berjumlah 30 orang responden pada parah pelaku usaha pempek 26 ilir dan sekitarnya di kota Palembang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, serta teknik analisis data menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil Penelitian, Pengaruh Lokasi Usaha Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir Dan Sekitarnya Di kota Palembang dimana perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS 17.0 diperoleh dari hasil analisis regresilinier berganda yaitu $Y = 10,481 + 0,338X_1 + 0,31X_2 + 0,403X_3$ diketahui bahwa Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pempek 26 Ilir dan Sekitarnya Di Kota Palembang di peroleh nilai sebesar 0,304 atau 30,4% dengan sisa 0,696 atau 69,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh Faktor lain yang tidak diteliti antara lain seperti orientasi usaha, inovasi dan keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Lokasi Usaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Dan Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Azwar Muiqrom, The Influence Of Business Location, Business Capital And Marketing Strategy On The Success Of Pempek 26 Ilir And Its Surroundings In The City Of Palembang. (Under the Guidance of Mrs Lusia Nargis, SE., M.Si and Mrs. Kamariah, SE., MM)

This research was conducted to determine the Influence of Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of pempek 26 ilir and its surroundings in the city of Palembang. The determination of the sample used the census method, which amounted to 30 respondents to all babershop business actors in Palembang. The data collection method uses questionnaires, as well as data analysis techniques using the multiple linear regression analysis method.

Research result, The Effect of Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of pempek 26 ilir and its surroundings in the city of Palembang., where the calculation is carried out with the help of SPSS version 17.0 obtained from the results of multiple linear regression analysis, namely $Y = 10.481 + 0.338X1 + 0.31X2 + 0.403X3$ it is known that Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of pempek 26 ilir and its surroundings in the city of Palembang. obtained a value of 0.304 or 30.4% with the remaining 0.696 or 69.6% while the rest was influenced by other factors that were not studied, including in this study such as business orientation, innovation and competitive advantage.

Keywords : Business Location, Business Capital, Marketing Strategy And Success Business

RIWAYAT HIDUP

Azwar Muiqrom, dilahirkan di Karang Cahaya pada tanggal 11 September 1999 dari Ayah Mahilam dan Ibu Helmawati. Anak ke-3 dari 3 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 06 Kikim Selatan, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2014 di SMP Negeri 3 Lahat dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2017 di SMK Negeri 1 Lahat. Pada tahun 2018 penulis memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, persaingan semakin kompetitif dalam segala bidang baik teknologi maupun manufaktur untuk itu perusahaan dituntut untuk bekerja secara efisien dan efektif serta mampu mempertahankan keunggulan-keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif yang dimaksud dalam perusahaan adalah kinerja karyawan, pelayanan terhadap konsumen, serta kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tersebut. Bukan hanya persaingan dalam bidang teknologi atau manufaktur yang sangat ketat, melainkan adanya persaingan di bidang kuliner atau makanan yang sangat ketat persaingannya terutama di Indonesia saat ini. Berbagai macam jenis masakan dan makanan yang ditawarkan oleh produsen untuk menarik minat para konsumen untuk mencoba hasil buatan dari mereka, baik makanan ringan ataupun makanan berat (nasi, sayuran, dll).

Di Indonesia sendiri faktor yang dapat mempengaruhi suatu usaha bisnis itu maju atau berhasil adalah seorang wirausaha. Dimana seorang wirausaha harus menunjukkan peran yang sesuai untuk kemajuan bisnis usaha untuk menghasilkan suatu produk yang akan di perkenalkan atau di tawarkan ke masyarakat, apakah produk yang mereka tawarkan dapat diterima dan disukai oleh konsumen atau sebaliknya. Sehingga peran dari kewirausahaan dalam memajukan suatu usaha sangat berpengaruh. Kesuksesan suatu usaha tidak tergantung besar atau kecilnya suatu usaha, tetapi lebih ke arah bagaimana cara mengelolanya serta pelaku usaha

harus pandai melihat peluang usaha yang ada di sekitarnya. Keberhasilan yang diraih tidak begitu saja didapatkan tetapi harus melalui beberapa tahapan yang akan di jalankan oleh seorang wirausaha mereka harus memiliki ide dan visi yang membangun untuk bisnis mereka kedepannya serta berani untuk mengambil risiko yang akan dihadapi dikemudian harinya. Langkah selanjutnya yaitu dengan cara pembuatan perencanaan usaha dan pengorganisasian dan menjalankannya.

Dari peran yang dimiliki oleh wirausaha untuk memajukan suatu bisnis usaha haruslah memiliki motivasi yang kuat karena merupakan pondasi awal untuk membangun suatu bisnis agar dikemudian hari dapat meraih kesuksesan. Selain adanya motivasi perlunya pendidikan yang memadai karena kita tau di era saat ini pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis usaha. Seorang wirausaha juga setidaknya harus memiliki pengalaman yang menjadi sebuah tolak ukur yang dimana pengalaman itu menjadikan seorang wirausaha lebih mengerti dan memahami dunia bisnis yang akan digelutinya. Salah satu hal yang perlu diperhatikan pula adalah usia, usia merupakan kesanggupan seseorang untuk bisa melakukan suatu hal yang diinginkannya. Apabila usia wirausaha masih muda akan sangat gampang untuk melakukan sesuatu dengan fisik yang dimilikinya, tapi apabila usia wirausaha sudah masuk dalam golongan tua akan semakin sulit karena pengaruh dari fisik yang akan mempengaruhi wirausaha tersebut. Lingkungan juga sangat perlu untuk menunjang keberhasilan wirausaha, misalnya saja adanya dorongan yang positif dari keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya.

Menurut (Suryana,2014:42). Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis.

Menurut (Erliah, 2007:49) dalam jurnal Suarmawan, Kadek Agus (2015:3) . Suatu usaha dikatakan berhasil apabila setelah jangka waktu tertentu usahanya mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Dapat penulis simpulkan bahwa kesuksesan usaha yaitu keberhasilan yang mendapatkan laba dengan waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam meningkatkan perusahaan maupun pengelolaannya.

Lokasi yang memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah lokasi yang dapat menjawab sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian. Lokasi yang menarik bagi konsumen adalah lokasi yang paling strategis menyenangkan dan efisien (Suryana, 2017;209).

Lokasi merupakan salah satu elemen yang terkandung dalam *retail mix*. Dalam bisnis retail, lokasi merupakan elemen penting dalam membangun strategi bisnis sejak lama.

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam

menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis.

Menurut Assauri (2014:168), “strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”.

Jaringan usaha menurut (Kotler dan Amstrong, 2008:41) yang dikutip oleh Lestari, dkk (2015) adalah pelibatan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk dan jasa.

Toko Pempek daerah 26 ilir dan sekitarnya ini merupakan salah satu makanan tradisional yang berada di daerah Sumatera Selatan khususnya di kota Palembang. Tepatnya dekat dengan tempat wisata Benteng kuto Besak. Tidak hanya itu toko pempek daerah 26 Ilir dan sekitarnya ini juga salah satu pempek yang sangat diminati wisatawan, karena keberadaannya yang sangat dekat dengan sungai musi, hasil prolehan ikan sungai musi inilah yang membuat konsumen sangat tertarik berkunjung dan mencicipi langsung pempek di daerah 26 Ilir dan sekitarnya tersebut.

Kendala yang dihadapi para pemilik usaha pempek di 26 Ilir dan sekitarnya kota Palembang yaitu dalam membuka usaha kurang pertimbangan yang matang dan lokasi yang sulit diakses banyak yang membuka usaha hanya sebatas usaha saja karena rata-rata mereka hanya tamatan sekolah dasar (SD) dan sulit untuk

mencari pekerjaan lain. Selain itu, cara mereka memasarkan secara langsung karena kurang memahami penggunaan media sosial.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai keinginan perusahaan. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Disisi lain karena persaingan usaha yang semakin kompetitif dan bervariasi, perusahaan harus memiliki strategi yang handal untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mempelajari dan meneliti tentang lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan keberhasilan usaha. Sehingga dalam proposal ini penulis mengambil judul **“PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PEMPEK 26 ILIR DAN SEKITARNYA DI KOTA PALEMBANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi inti pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang ?

2. Apakah lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang ?
3. Apakah modal usaha berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang ?
4. Apakah strategi pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran secara parsial terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian dapat menambah pengetahuan mengenai kewirausahaan yang diterima dan dipelajari selama mengikuti mata kuliah, dan memberikan pemahaman mengenai lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha pempek 26 Ilir dan sekitarnya di kota Palembang.

2. Bagi Pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bermanfaat bagi para pelaku usaha untuk mencapai keberhasilan usaha yang maksimal melalui lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini dapat menambah hasil karya ilmiah yang di letakkan di perpustakaan Universitas Tridinanti Palembang. Dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi yang membacanya serta dapat dijadikan acuan dan informasi bagi penulis selanjutnya mengenai masalah yang berhubungan dengan lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Wahyudi, "Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja ukm kota Makasar. "Jurnal Minds : Manajemen Ide dan Inspirasi 5.1 (2018) : 95-112.
- Anwar, M. Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap keberhasilan usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kuliner di kota Jambi. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019.
- Ardi Nugroho, listyawan. "pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha berskala mikro kecil di komplek Shopping Center Jepara. "Media Ekonomi dan Manajemen" 30.1 (2016).
- Assauari Safjan. "Pengaruh Modal Kerja, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan monza di pasar Simalingkar Medan. "Jurnal Visioner & Strategis" 6.2 (2017).
- Basu swastha, "pengaruh modal usaha dan penjualan terhadap laba usaha pada perusahaan penggilingan padi UD. Sari tani tenggerejo kendungpring lamongan. "Julnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi" (JPENSI) 1.2 (2016):8-Halaman.
- Basu swastha & Irawan, 2016, Manajemen Pemasaran Modern, edisi ke 2. Yogyakarta, Liberty
- Chistina Whidya Utami, 2015. Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel. Publishing Bayu Media, Malang.
- Chistina Whidya Utami, 2017. Manajemen ritel : Strategi dan Implementasi ritel modern, Jakarta :Salembah Empat.
- Dr. Ir. Hj. Manisah DKK. 2021. Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir Fakultas Ekonomi : Universitas Tridinanti Palembang.
- Fandy Tjiptono. Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, jakarta 2017
- Husein, Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Amstrong. 2015. prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Munandar, Utami. (2014). Pengembangan kreativitas Anak Berbakat. jakarta: Rineka Cipta

Purwati, Dewi ; PURWA ,Edward Gagah; PAMARIMITA, Patricia Dhiana. pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan usaha dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). *Journal of Management*, 2021, 7.1.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV.

Suryana. 2017. *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta : selemba empat

Tjiptono & Chandra, G. (2014). *Pemasaran strategi*. Edisi kedua. Yogyakarta: ANDI