

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan beranekaragam suku, bangsa, ras, agama, kesenian, dan adat istiadat setiap daerahnya. Banyak sejarah maupun peninggalan nenek moyang yang menjadi daya tarik dan aset utama dalam mengembangkan pariwisata dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Fenomena tersebut membuat masing-masing pemerintah daerah berupaya membenahi objek-objek yang berpotensi dikembangkan sebagai tujuan wisata baik dari segi estetika maupun historisnya. Sektor pariwisata saat ini merupakan industri yang baik bagi pembangunan skala regional maupun nasional. Pariwisata banyak memberikan dampak positif seperti mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan peluang kerja serta memperkenalkan kekayaan alam dan budaya bangsa (Juliarnur, 2022). Dampak positif tersebut membuat pemerintah menaruh harapan tinggi pada sektor pariwisata dimasa depan. Untuk itu, pembangunan sektor pariwisata terus ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan potensi kepariwisataan nasional yang ada menjadi sumber kegiatan ekonomi yang semakin dapat diandalkan (Lestari, 2020).

Sektor pariwisata di Bali memiliki peranan penting terhadap perekonomian masyarakat Bali (Utama, 2016). Oleh karena itu, kunjungan wisatawan menjadi

faktor penting dalam menunjang kegiatan perekonomian masyarakat Bali. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara dari tahun 2019 sampai tahun 2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Secara kumulatif, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Bali sebanyak 51 kunjungan pada periode Januari hingga November 2021. Angka ini turun 99,99% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 1.069.473 kunjungan. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan membuat sektor perekonomian di Bali mulai goyah dan berangsur-angsur mengalami kemerosotan.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2019-2021

Tahun	Bandara Ngurah Rai, Bali	Pelabuhan Benoa	Jumlah Kunjungan
2019	6.239.543 orang	35.667 orang	6.275.210 orang
2020	1.059.198 orang	10.275 orang	1.069.473 orang
2021	43 orang	8 orang	51 orang

(Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2022)

Seiring dengan perkembangan zaman yang pesat, kemajuan dalam sektor perekonomian semakin meningkat dan penuh persaingan membuat dunia bisnis wisata perdagangan pada saat ini dituntut untuk melakukan langkah strategis agar dapat bersaing khususnya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Marfuah & Hartiyah, 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian seperti supplier, customer, dan pesaing (Prasetyo dan Wijaya 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mendapat perhatian dan keistimewaan lebih seperti dilindungi oleh Undang-Undang, mendapat bantuan kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan persyaratan izin usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, serta beberapa kemudahan lainnya (Sundari, 2017). UU

No. 20 Tahun 2008 merupakan peraturan yang mengatur mengenai kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Wimboh Santoso, mengatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung ekonomi Negara Indonesia.

Kabupaten Gianyar sebagai salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Bali dengan jumlah UMKM terbanyak dan memiliki potensi tinggi pada sektor pariwisata, perdagangan, industri pengolahan serta memiliki prospek yang baik dalam jangka panjang (Anggraini, 2019). Hasil produksi dari industri kecil pada bidang kerajinan di Kabupaten Gianyar sebagian besar terserap dan ditampung di pasar seni tradisional dan pasar oleh-oleh modern (*art shop*). Oleh karena itu, Gianyar terkenal dengan basis cenderamata (Muliani & Suresmiathi, 2015). Hal ini memberikan peluang bagi sektor industri kecil di bidang kerajinan untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan meningkatkan ekspor industri sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengerajin. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali, Kabupaten Gianyar setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah UMKM namun pada pandemi mengalami sedikit penurunan. Berikut data perkembangan UMKM di Provinsi Bali tahun 2016 hingga 2020.

Tabel 1.2
Perkembangan UMKM Provinsi Bali

No.	Kabupaten	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1.	Jembrana	20.512	10.071	10.525	27.654	23.346
2.	Tabanan	20.032	38.690	38.980	41.459	42.744
3.	Badung	26.863	26.863	17.754	19.688	19.261
4.	Gianyar	91.511	91.511	91.511	75.412	75.482
5.	Klungkung	9.712	9.712	9.712	11.761	14.584
6.	Buleleng	11.196	11.196	31.563	34.552	34.374

No.	Kabupaten	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
7.	Bangli	35.263	42.924	43.948	44.068	44.068
8.	Karangasem	38.954	28.989	38.954	39.551	40.468
		11.515	30.694	30.694	31.826	32.026
	JUMLAH	265.558	290.650	313.787	325.971	327.353

(Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali, 2020)

Kabupaten Gianyar dikenal sebagai gudangnya seni di Bali. Hal ini didukung oleh masing-masing desa di Gianyar yang telah memiliki keunggulan tersendiri untuk pengembangan usaha kreatifnya. Daerah Celuk terkenal sebagai pusat kerajinan emas dan perak, Singapadu sebagai pusat seni ukir batu paras, Batubulan dengan atraksi barong dan kris *dance*, Ubud sebagai pusat seni lukis, Sukawati sebagai pusat seni ukir kayu, Tegalalang sebagai pusat kerajinan tangan, Keramas sebagai pusat seni lukis tradisional, Bona dikenal sebagai sentra kerajinan dari bambu dan hampir semua desa di Gianyar memiliki ciri khas seni tersendiri. Oleh karena itu, Kabupaten Gianyar dijuluki sebagai “Kota Seni”. Salah satu tempat yang menampung segala jenis kerajinan yang terdapat pada Kabupaten Gianyar adalah Pasar Seni Sukawati yang terletak di Kecamatan Sukawati.

Pasar seni merupakan bentuk fenomena geografi sosial yang mencirikan adanya interaksi antar manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup berbagai kepentingan sehingga terjadi kesepakatan harga. Pasar Seni Sukawati merupakan pasar tertua yang berdiri sejak tahun 1985 silam sebagai Pusat Perdagangan Rakyat, dan salah satu penunjang perekonomian di Kabupaten Gianyar bagian selatan. Tempat ini banyak diminati oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing karena menjual segala jenis oleh-oleh khas Bali mulai dari *souvenir*, lukisan, pakaian, tas, patung, sandal dan lain sebagainya dengan harga

yang miring dan dapat ditawarkan. Kondisi parameter objek wisata Pasar Seni Sukawati dapat dilihat dari aspek daya tarik, kunjungan wisatawan, akomodasi, aksesibilitas, informasi pariwisata, infrastruktur dan suprastruktur yang terbilang tinggi dan bagus. Pasar Seni Sukawati diusahakan dipadukan dengan potensi yang dimiliki untuk dijadikan sebagai objek wisata. Pasar Seni Sukawati memiliki tiga lokasi yang berbeda-beda yaitu Pasar Seni Sukawati 1, Pasar Seni Sukawati 2, dan Pasar Seni Sukawati 3.

Seiring perkembangan globalisasi dan persaingan dalam perekonomian, potensi ekonomi Pasar Seni Sukawati berangsur-angsur mengalami penurunan dan mulai ditinggalkan oleh pelanggannya (Chunyou, 2011). Keadaan Pasar Seni Sukawati yang sederhana dan masih bersifat tradisional menjadi kurang diminati sehingga pemerintah melakukan *revitalisasi* dengan tujuan menarik wisatawan lokal maupun domestik. Pada November tahun 2019 hingga Desember tahun 2020 Pasar Seni Sukawati mengalami *revitalisasi* pasar yang dilakukan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). *Revitalisasi* ini dilakukan untuk Blok A dan Blok B dengan biaya APBN sebesar 81,10 Miliar. Kemudian pada tahun 2021 dilanjutkan *revitalisasi* untuk Blok C dengan biaya 105 Miliar. Selesai *revitalisasi* pada Blok A dan Blok B diharapkan dapat meningkatkan fungsi pasar sebagai sarana perdagangan rakyat yang aman, nyaman, bersih, tertata, dan lebih estetik (tidak kumuh), serta menjadi pendorong percepatan pemulihan ekonomi lokal dampak pandemi (Hariyanto, 2021). Selama proses *revitalisasi*, Pasar Seni Sukawati berpindah lokasi ke Lapangan Sutasoma untuk sementara waktu pada tahun 2019. Pada 10 Februari 2021 Pasar Seni

Sukawati resmi dibuka dan pedagang menempati gedung baru dengan sistem pengundian dan penggolongan sebagai berikut.

Tabel 1.3
Jumlah Pedagang Pasar Seni Sukawati

BLOK A / GEDUNG A	BLOK B / GEDUNG B
Basement / Tempat Parkir	Basement / Tempat Parkir
Lantai Dasar Jumlah Pedagang = 167 pedagang Jenis dagangan = lukisan dan souvenir	Lantai Dasar Khusus Kantor seperti LPD Sukawati, KUD Sukawati
Lantai I Jumlah Pedagang = 183 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Lantai I Jumlah Pedagang = 12 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali
Lantai II Jumlah Pedagang = 211 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Lantai II Jumlah Pedagang = 12 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali
Lantai III Jumlah Pedagang = 217 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Tidak ada
Kios di Luar Gedung = 59 pedagang	

(Sumber: Kepala Pengelola Pasar Seni Sukawati, 2022)

Menteri PUPR, Basuki Hadimuljono, mengatakan bahwa *revitalisasi* Pasar Seni Sukawati tetap mengedepankan arsitektur kearifan lokal Pulau Bali. Dengan begitu, selain sebagai pusat kegiatan ekonomi, Pasar Seni Sukawati juga diharapkan dapat menjadi objek wisata di Gianyar, terlebih lokasinya berada di jalur pariwisata menuju Kintamani dan Goalawah (Hariyanto, 2021). Lokasi yang strategis dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi di mana banyak ada calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, gampang dilihat konsumen, dan lokasi yang banyak dilalui target konsumen (Fadhilani & Husani, 2017). Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka bisnisnya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat

penjualan suatu usaha (Marfuah & Hartiyah, 2019). Lokasi usaha yang berbeda akan memiliki profitabilitas yang berbeda pula. Profitabilitas merupakan salah satu jenis rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan dengan mengukur tingkat laba yang diperoleh pada suatu periode (Jumriani, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fadhilani & Husani, 2017) menunjukkan bahwa modal kerja dan lokasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan Pedagang Monza di Pasar Simalingkar, artinya semakin besar modal yang digunakan maka semakin besar pula pendapatan yang akan dihasilkan dan semakin strategis lokasi dalam berusaha maka semakin besar pula pendapatan yang akan dihasilkan. Namun, hasil penelitian oleh (Muliani & Suresmiathi, 2015) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha wisata Pantai Romantis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan variabel lokasi usaha dengan variabel pendapatan sehingga lokasi usaha tidak memiliki masalah yang berpengaruh pada pendapatan usaha. Selain lokasi usaha, faktor lama usaha dapat mempengaruhi profitabilitas pedagang. Setelah mengalami *revitalisasi*, pedagang Pasar Seni Sukawati berjualan sesuai dengan penggolongan jenis dagangannya. Hal ini membuat persaingan antar pedagang menjadi semakin sulit, pedagang harus mempunyai strategi untuk menarik para pelanggannya (Rosadi, 2021).

Faktor lama berusaha secara teoretis tidak ada yang membahas bahwa lama berusaha merupakan fungsi dari pendapatan (Lestari, 2020). Namun dalam aktifitas sektor informal, dengan semakin berpengalamannya seorang pedagang maka tidak menutup kemungkinan para pedagang tersebut memiliki pelanggan tetap tersendiri dan dapat memahami kebutuhan para konsumennya. Jadi, dengan

semakin berpengalamannya seorang pedagang maka semakin meningkatkan pendapatan usaha (Fadhlan & Husani, 2017). Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan inovasi dan peluang usaha yang ada. Keterampilan berdagang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil diambil (Widamurti, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Vijayanti & Yasa, 2016) menunjukkan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh (Fadhlan & Husani, 2017) variabel lama usaha dan jam kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang monza di Pasar Simalingkar, artinya semakin lama usaha seorang dalam berdagang tidak mempengaruhi tingkat pendapatan yang diterima dan semakin tinggi jam kerja yang digunakan seorang dalam berdagang tidak mempengaruhi tingkat pendapatan yang diterima.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu terdapat inkonsistensi hasil penelitian pada variabel lokasi usaha dan lama usaha sehingga peneliti tertarik untuk meneliti kembali variabel tersebut pada Pasar Seni Sukawati. Variabel ini sangat sesuai dengan keadaan Pasar Seni Sukawati *pasca revitalisasi*, pemilihan lokasi seperti dekat maupun jauh dengan pintu masuk menjadi hal yang perlu dipertimbangkan. Pasar Seni Sukawati sudah memiliki jam operasional yaitu pukul 08.00 hingga 17.00 sehingga tidak ada perbedaan jam kerja antar pedagang Pasar Seni Sukawati karena setelah pukul tersebut pasar sudah ditutup. Perbedaan lamanya pedagang dalam berjualan dapat menjadi faktor

yang diperhitungkan ketika konsumen ingin berbelanja. Peneliti ingin meneliti terkait dengan lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan UMKM di Pasar Seni Sukawati.

Kebaruan dari penelitian sebelumnya oleh Husani dan Ayu Fadhlani dengan judul “*Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan*” yaitu peneliti menambahkan variabel tingkat penjualan. Tingkat penjualan yang berbeda akan mempengaruhi profitabilitas usaha. Tingkat penjualan setiap jenis produk menghasilkan keuntungan berbeda, pedagang harus mengetahui produk yang menghasilkan keuntungan maksimal sehingga dapat mengambil keputusan (Atun, 2016). Jenis produk yang dijual oleh pedagang Pasar Seni Sukawati hampir sama antara satu pedagang dengan lainnya, namun varian serta motifnya berbeda. Seperti halnya pakaian barong, hampir setiap pedagang menjual pakaian tersebut namun setiap pedagang memiliki varian yang berbeda seperti pakaian barong dengan lengan panjang maupun pendek, perbedaan warna, perbedaan ketebalan kain, perbedaan size dan lain sebagainya. Pedagang Pasar Seni Sukawati harus mengetahui jenis varian atau motif yang paling banyak diminati oleh konsumen karena tingkat penjualan setiap produk berbeda sehingga keuntungan yang diperoleh pun berbeda. Tingkat penjualan bersih perusahaan yang diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* yang merupakan penjualan potensial selama jangka waktu tertentu (Swastha, 2002).

Apabila *Teori Market Area* dikaitkan dengan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa pentingnya UMKM mengetahui serta mempertimbangkan hal-hal yang

mepengaruhi kenaikan pendapatannya. *Teori Market Area* mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh lokasi tempat penjual, maka konsumen makin enggan membeli sehingga disarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar. Pedagang Pasar Seni Sukawati diharapkan memilih lokasi yang strategis yang dekat dengan pintu masuk atau dekat dengan *elevator* hal ini didasari karena lokasi tersebut mudah dijangkau dan dilihat oleh konsumen. Pada bagian *market area* dan skala ekonomi pedagang diharapkan melakukan penambahan skala ekonomi dan menambah *output* per toko sehingga setiap toko tetap membutuhkan *market area* yang lebih luas. Hal ini berkaitan dengan variabel lama usaha, semakin lama seseorang dalam menekuni bisnisnya maka semakin banyak relasi serta pelanggan yang didapat. Selain itu semakin lama usaha seseorang maka lebih berpengalaman dan mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

Teori market area mengatakan bahwa permintaan produk/*output* akan meningkat seiring meningkatnya permintaan per kapita. Jika *output* per toko tetap sementara permintaan per kapita bertambah, maka setiap toko memiliki *market area* yang lebih kecil dan berakibat pada bertambahnya jumlah toko. Sebaliknya, *market area* akan bertambah luas jika permintaan per kapita mengalami penurunan. Pedagang Pasar Seni Sukawati harus memahami serta mengetahui tingkat penjualan setiap produk. Setiap produk pasti memiliki tingkat penjualan yang berbeda. Oleh karena itu, pedagang harus mengetahui potensi produk yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi agar profitabilitas yang diperoleh meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada Pasar Seni Sukawati, peneliti ingin mengetahui **“Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Tingkat Penjualan terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas yang diterima oleh UMKM Pasar Seni Sukawati setelah adanya *revitalisasi* yang dilakukan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Kunjungan wisatawan merupakan faktor penting untuk menunjang keberlangsungan usaha sehingga penurunan jumlah kunjungan wisatawan sangat mempengaruhi UMKM di Bali.
2. Pasca *revitalisasi* pasar, pedagang menempati gedung baru dengan sistem penggolongan berdasarkan jenis dagangannya. Hal ini menyebabkan pedagang harus memperhatikan beberapa hal seperti pemilihan lokasi, lama usaha dan tingkat penjualan.
3. Lokasi yang strategis seperti dekat dengan elevator maupun pintu masuk serta lokasi yang mudah dilihat oleh konsumen menjadi keuntungan pedagang agar lebih banyak mendapatkan konsumen, namun, tidak semua pedagang memahami hal tersebut.
4. Pengaruh lamanya seorang pedagang berjualan dapat dijadikan kelebihan dalam menarik konsumen. Semakin lamanya seorang pedagang dalam berjualan tidak menutup kemungkinan pedagang telah memiliki banyak

pelanggan serta memiliki pengalaman dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga memengaruhi profitabilitas yang diterima.

5. Pedagang Pasar Seni Sukawati harus mengetahui jenis varian atau motif yang paling banyak diminati oleh konsumen karena tingkat penjualan setiap produk berbeda sehingga keuntungan yang diperoleh pun berbeda. Memaksimalkan produk yang memiliki keuntungan lebih besar dapat mempengaruhi pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus, sempurna, dan mendalam pada masalah yang akan diteliti, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabel dan ruang lingkungannya. Ruang lingkup yang akan diteliti dalam penelitian ini dibatasi hanya lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan. Peneliti membatasi penelitian hanya berkaitan dengan pedagang di Pasar Seni Sukawati yang terkena dampak *revitalisasi*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi usaha berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati?
2. Apakah lama usaha berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati?

3. Apakah tingkat penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati?
4. Apakah lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.
2. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan secara simultan terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, adapun manfaat pada penelitian ini diantaranya:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini mampu memberikan informasi kepada para UMKM tentang pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM. Memberikan informasi mengenai strategi

mempertahankan usaha di masa pandemi. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan tambahan referensi pustaka pada perpustakaan dan dipakai sebagai acuan pada penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada para UMKM agar mengetahui pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM sehingga penting memperhatikan hal tersebut agar usaha memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal.

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk para UMKM tentang pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas. Mengetahui cara atau strategi yang digunakan untuk mempertahankan usaha. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi pustaka pada perpustakaan dan dipakai sebagai acuan pada peneliti selanjutnya.

b. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membantu pelaku UMKM untuk mengetahui gambaran laba atau profit yang diterima dari tingkat penjualan setiap produk. Selain itu, pemilihan lokasi usaha dan memperbanyak relasi dan pelanggan juga dapat diperhatikan untuk mendapatkan laba yang maksimal.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan informasi tambahan mengenai pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM.

d. Bagi Masyarakat atau Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu menambah informasi dan wawasan masyarakat luas atau pembaca mengenai pengaruh lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM.

