

ANALISIS STRATEGI PEMILIHAN LOKASI STRATEGIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM RUMAH MAKAN LAMUN OMBAK

Agung Putra hermawan¹, Budi Arif², Edwin Adriansyah Damhuri³, Lusiana⁴

Universitas putra Indonesia YPTK padang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah artikel:

Received: 13 Feb 2026

Revised: 5 maret 2026

Accepted: 10 April 2026

Published: 31 Mei 2026

Kata kunci:

Strategi Lokasi;

Daya Saing;

Aksesibilitas;

Visibilitas Bisnis;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penentuan lokasi usaha dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM kuliner di era digital. Permasalahan utama yang dikaji adalah bagaimana faktor aksesibilitas, lingkungan persaingan, ketersediaan fasilitas pendukung, serta kedekatan dengan pasar sasaran memengaruhi kinerja dan keberlanjutan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang strategis tidak hanya ditentukan oleh tingkat keramaian, tetapi juga oleh kemudahan akses, ketersediaan infrastruktur, visibilitas usaha, serta kesesuaian dengan segmen pasar. Selain itu, integrasi antara strategi lokasi dan pemasaran digital terbukti memperkuat daya saing usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi lokasi yang direncanakan secara sistematis berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan dan keunggulan kompetitif UMKM kuliner.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah [lisensi CC BY-SA](#).



Penulis yang sesuai:

Agung Putra Hermawan

Departemen manajemen, Fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Email: AgungP.Hermawan76@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan ketatnya persaingan industri kuliner di Indonesia, khususnya di sektor kuliner tradisional Minang, manajemen operasional menjadi pilar utama dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis. Salah satu keputusan strategis yang paling krusial bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pemilihan lokasi. Pemilihan lokasi bukan sekadar penentuan koordinat geografis, melainkan sebuah instrumen strategis yang memengaruhi biaya logistik, aksesibilitas pasar, hingga visibilitas merek yang secara langsung berkorelasi dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) (Heizer et al., 2020)

RM Lamun Ombak, sebagai salah satu representasi UMKM kuliner yang telah memiliki reputasi kuat, menghadapi tantangan untuk melakukan ekspansi atau optimalisasi aset di tengah dinamika perilaku konsumen dan perubahan tata kota. Fenomena saat ini menunjukkan adanya pergeseran pusat keramaian ekonomi dan perubahan aksesibilitas akibat pembangunan infrastruktur daerah, yang secara langsung berdampak pada fluktuasi jumlah kunjungan pelanggan (Pradana &

Syarifuddin, 2021). Ketidaktepatan dalam menganalisis variabel lokasi dapat mengakibatkan inefisiensi biaya operasional dan penurunan pangsa pasar secara signifikan (Fitriani & Halmawati, 2023).

Penelitian ini memfokuskan analisis pada integrasi beberapa variabel kunci yang menjadi determinan keberhasilan lokasi. Variabel-variabel tersebut meliputi Aksesibilitas (kemudahan keterjangkauan transportasi), Visibilitas (keterlihatan lokasi dari arus lalu lintas utama), Kedekatan dengan Pasar Sasaran, serta Lingkungan Kompetitif di sekitar area operasi (Siregar & others, 2022) Selain itu, aspek Infrastruktur Pendukung seperti ketersediaan lahan parkir yang representative yang menjadi ciri khas kenyamanan di RM Lamun Ombak juga turut diuji pengaruhnya terhadap efektivitas lokasi (Saputra & Wardhani, 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan Analisis Strategi Pemilihan Lokasi Strategis guna merumuskan model penempatan gerai yang mampu memaksimalkan daya saing perusahaan terhadap kompetitor sejenis di wilayah Sumatera Barat. Inti dari penelitian ini terletak pada bagaimana variabel-variabel spasial dan ekonomi tersebut berinteraksi dalam menciptakan efisiensi operasional. Dengan pendekatan analisis yang sistematis, diharapkan RM Lamun Ombak dapat memitigasi risiko kegagalan lokasi dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar dalam industri rumah makan tradisional (Yuliana & Setiawan, 2021).

TINJAUAN LITERATUR

Strategi Lokasi (*Location Strategy*)

Strategi lokasi didefinisikan sebagai keputusan investasi jangka panjang yang krusial dalam manajemen operasional untuk menentukan posisi geografis perusahaan guna meminimalkan biaya operasional dan memaksimalkan potensi pendapatan. Menurut (Heizer et al., 2020), strategi lokasi tidak hanya mencakup pemilihan lahan, tetapi juga pertimbangan terhadap efisiensi rantai pasok dan kedekatan dengan sumber daya. Dalam konteks UMKM, lokasi merupakan aset strategis yang tidak mudah dipindahkan dan menjadi faktor penentu keberlanjutan bisnis di tengah persaingan pasar yang dinamis (Sari & Wahyuddin, 2022).

Daya Saing (*Competitive Advantage*)

Daya saing adalah kemampuan sebuah organisasi atau UMKM untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan kompetitornya, yang memungkinkan perusahaan memperoleh posisi pasar yang lebih unggul. (Dess et al., 2021) menekankan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi produk atau kepemimpinan biaya. Dalam industri kuliner tradisional, daya saing sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan keunikan cita rasa dengan ketepatan posisi strategis yang sulit direplikasi oleh pesaing (Pradana & Syarifuddin, 2021)

Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas dalam konteks bisnis ritel dan kuliner merujuk pada tingkat kemudahan pelanggan untuk mencapai atau memasuki lokasi usaha. Menurut (Tjiptono, 2020), aksesibilitas mencakup ketersediaan transportasi publik, kemudahan akses keluar-masuk kendaraan, serta kondisi infrastruktur jalan yang memadai. Aksesibilitas yang tinggi secara signifikan menurunkan hambatan psikologis konsumen untuk berkunjung, sehingga berkorelasi positif terhadap peningkatan volume penjualan dan loyalitas pelanggan (Saputra & Wardhani, 2024).

Visibilitas Bisnis (*Business Visibility*)

Visibilitas bisnis merupakan derajat sejauh mana aset fisik perusahaan, seperti bangunan, papan nama, dan identitas merek, dapat terlihat dengan jelas oleh calon pelanggan dari arus lalu lintas utama tanpa hambatan visual. Menurut (Sugiyono, 2021), visibilitas yang tinggi berfungsi sebagai elemen komunikasi pemasaran pasif yang krusial bagi bisnis ritel dan jasa untuk meminimalkan biaya pencarian pelanggan. Dalam konteks rumah makan strategis, visibilitas yang optimal memastikan bahwa lokasi tersebut menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang sedang dalam perjalanan (*on-the-go*), serta memperkuat kesan kehadiran merek (*brand presence*) di benak masyarakat (Putra & Rahmawati, 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus tunggal yang bersifat holistik (Creswell & Poth, 2023). Lokasi penelitian berfokus pada gerai RM

Lamun Ombak di Sumatra Barat yang dipilih secara *purposive* sebagai representasi UMKM yang berhasil naik kelas ke skala industri besar.

Data primer dihimpun melalui observasi lapangan sistematis guna mengevaluasi variabel visibilitas dan ketersediaan infrastruktur pendukung, serta melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak manajemen RM Lamun Ombak untuk membedah rasionalitas strategi di balik pemilihan lokasi saat ini. Guna menjamin reliabilitas dan validitas temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan mensinergikan hasil observasi fisik, narasi manajerial, dan dokumen sekunder terkait pemetaan wilayah serta data persaingan UMKM kuliner lokal. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model (Miles et al., 2020) yang mencakup tahapan kondensasi data, penyajian data secara tematik berbasis variabel penelitian, serta penarikan kesimpulan kredibel untuk merumuskan strategi lokasi yang mampu meningkatkan daya saing RM Lamun Ombak di tengah dinamisnya pasar Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Variabel Lokasi RM Lamun Ombak

Berdasarkan observasi lapangan dan hasil wawancara dengan manajemen, ditemukan bahwa pemilihan lokasi RM Lamun Ombak di Sumatera Barat (khususnya di titik-titik utama seperti Jl. Khatib Sulaiman dan Jl. S. Parman) didasarkan pada pemetaan pusat gravitasi ekonomi.

- **Aksesibilitas:** Temuan menunjukkan bahwa RM Lamun Ombak memilih lokasi yang berada di jalur arteri utama. Lokasi ini memiliki aksesibilitas tinggi bagi kendaraan pribadi maupun bus pariwisata. Hal ini sejalan dengan teori (Tjiptono, 2020) bahwa aksesibilitas merupakan determinan utama dalam menurunkan hambatan psikologis konsumen untuk berkunjung.
- **Visibilitas:** Secara fisik, unit usaha ini memaksimalkan penggunaan fasad bangunan yang megah dan papan nama yang kontras. Visibilitas yang optimal ini terbukti menjadi media pemasaran pasif yang efektif dalam menarik segmen wisatawan *on-the-go*.
- **Infrastruktur Pendukung:** Salah satu temuan kunci adalah ketersediaan lahan parkir yang luas. Dalam industri kuliner skala besar, infrastruktur parkir bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan bagian integral dari strategi lokasi untuk melayani rombongan besar (grup wisata).

2. Strategi Meningkatkan Daya Saing Melalui Lokasi

Pembahasan mengenai daya saing menunjukkan bahwa RM Lamun Ombak menggunakan lokasi sebagai alat **Diferensiasi Spasial**. Di saat banyak UMKM kuliner masuk ke pusat perbelanjaan atau area yang padat (aglomerasi), Lamun Ombak cenderung memilih lokasi mandiri (*freestanding*) yang menawarkan eksklusivitas dan kenyamanan ruang.

Strategi ini terbukti efektif dalam membangun keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sebagaimana didefinisikan oleh (Dess et al., 2021). Dengan menempati lokasi yang sulit direplikasi oleh pesaing (karena keterbatasan lahan di jalur utama), Lamun Ombak berhasil menciptakan "entry barrier" bagi kompetitor baru di area yang sama.

3. Fenomena Persaingan dan Perubahan Tata Ruang

Hasil penelitian mengungkap bahwa dinamika perubahan tata kota di Sumatera Barat memberikan tantangan baru. Adanya regulasi mengenai rekayasa lalu lintas (satu arah) di beberapa titik sempat memengaruhi aksesibilitas. Namun, RM Lamun Ombak memitigasi risiko ini dengan memperkuat visibilitas digital melalui integrasi Google Maps dan kolaborasi dengan platform *delivery*, sehingga keterbatasan fisik dapat dikompensasi dengan kehadiran digital.

Tabel 1.

Matriks Sintesis Hasil Penelitian dan Dampak Strategis Lokasi RM Lamun Ombak.

Variabel	Temuan Lapangan	Dampak terhadap Daya Saing
Aksesibilitas	Lokasi di jalur arteri utama & bebas hambatan satu arah.	Meningkatkan volume kunjungan dari wisatawan luar kota.
Visibilitas	Papan nama besar dan gedung yang mencolok.	Mengurangi biaya pemasaran berbayar (iklan).

Infrastruktur	Lahan parkir luas dan fasilitas sanitasi lengkap.	Memperkuat segmen pasar <i>corporate</i> dan pariwisata.
Kompetisi	Menghindari aglomerasi padat yang bersifat menjenuhkan.	Menciptakan citra restoran yang lebih premium dan eksklusif.

Tabel 1 di atas menyajikan sintesis hubungan kausalitas antara temuan lapangan pada variabel lokasi dengan implikasinya terhadap posisi kompetitif RM Lamun Ombak. Berdasarkan matriks tersebut, dapat dianalisis bahwa strategi lokasi yang diterapkan tidak hanya bersifat taktis-operasional, tetapi merupakan bagian dari Manajemen Strategis untuk memenangkan pasar.

1. Sinergi Aksesibilitas dan Volume Pasar: Penempatan gerai di jalur arteri utama terbukti menjadi faktor determinan dalam menarik segmen konsumen wisatawan. Dalam perspektif manajemen operasional, aksesibilitas yang tinggi meminimalkan "biaya pencarian" bagi konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan probabilitas kunjungan berulang (*repeat visitation*).
2. Visibilitas sebagai Keunggulan Pemasaran Pasif: Temuan pada variabel visibilitas menunjukkan bahwa aspek fisik bangunan dan identitas visual yang mencolok berfungsi sebagai media promosi permanen. Hal ini memungkinkan RM Lamun Ombak untuk mengurangi ketergantungan pada biaya iklan berbayar, karena lokasi itu sendiri telah berfungsi sebagai alat komunikasi merek yang efektif.
3. Infrastruktur sebagai *Value Proposition*: Ketersediaan lahan parkir yang luas merupakan respons strategis terhadap kebutuhan pasar pariwisata Sumatera Barat yang didominasi oleh kendaraan besar dan rombongan keluarga. Keunggulan infrastruktur ini menciptakan kenyamanan (*customer convenience*) yang menjadi pembeda signifikan dibandingkan kompetitor di pusat kota yang umumnya terkendala keterbatasan lahan.
4. Strategi Anti-Aglomerasi: Berbeda dengan teori aglomerasi ekonomi yang menyarankan kedekatan antar pesaing, RM Lamun Ombak cenderung memilih lokasi yang lebih eksklusif. Strategi ini berhasil membangun citra premium dan menghindari perang harga (*price war*) yang sering terjadi di area dengan kepadatan kompetitor yang terlalu tinggi.

DISKUSI

Diskusi dalam penelitian ini menggarisbawahi bahwa strategi pemilihan lokasi RM Lamun Ombak melampaui sekadar pemilihan titik koordinat, melainkan sebuah manifestasi dari Strategi Diferensiasi Spasial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel Visibilitas dan Infrastruktur Pendukung (lahan parkir) memiliki bobot pengaruh yang lebih dominan dalam menarik pangsa pasar wisatawan dibandingkan variabel harga sewa lahan. Hal ini memberikan kontribusi pada literatur manajemen operasional bahwa bagi UMKM yang telah mencapai tahap *mature* (mapan), efisiensi biaya lokasi seringkali dikorbankan demi mengejar visibilitas yang mampu memperkuat *brand equity*.

Diskusi ini menyoroti adanya tantangan dari fenomena digitalisasi. Meskipun RM Lamun Ombak memiliki lokasi fisik yang sangat kuat, dinamika perilaku konsumen yang mulai beralih ke layanan pengiriman daring (*online delivery*) menuntut adanya adaptasi pada tata letak operasional (misalnya penyediaan akses khusus pengemudi ojek online agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan *dine-in*). Interaksi antara lokasi fisik yang strategis dengan kehadiran ekosistem digital inilah yang menjadi kunci utama daya saing UMKM kuliner di era kontemporer.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif RM Lamun Ombak di Sumatera Barat secara signifikan didorong oleh ketepatan strategi pemilihan lokasi yang mengintegrasikan empat elemen kunci: Aksesibilitas, Visibilitas, Kedekatan dengan Pasar, dan Infrastruktur Pendukung.

1. Strategi Lokasi: RM Lamun Ombak berhasil mengamankan lokasi di jalur arteri utama yang berfungsi sebagai media pemasaran pasif melalui visibilitas bangunan yang tinggi.

2. Daya Saing: Penguasaan lokasi strategis yang sulit direplikasi oleh pesaing menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) yang kuat bagi kompetitor sejenis.
3. Implikasi Manajerial: Keberhasilan ini menunjukkan bahwa bagi UMKM sektor kuliner, investasi besar pada aset lokasi yang memiliki aksesibilitas tinggi dan fasilitas parkir luas merupakan keputusan yang rasional untuk menjamin keberlanjutan bisnis jangka panjang.

BATASAN

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat menjadi peluang bagi penelitian mendatang:

- Ruang Lingkup Geografis: Penelitian ini terbatas pada unit usaha RM Lamun Ombak di wilayah Sumatera Barat, sehingga generalisasi temuan untuk wilayah dengan karakteristik demografi dan tata ruang yang berbeda mungkin memerlukan penyesuaian.
- Metodologi: Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini memberikan kedalaman informasi namun terbatas pada subjektivitas informan. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode kuantitatif (seperti *Spatial Econometrics* atau *Analytic Hierarchy Process*) untuk mengukur bobot pengaruh masing-masing variabel secara matematis.
- Variabel Eksternal: Penelitian ini belum secara mendalam menyertakan variabel regulasi pemerintah terkait zonasi tata ruang terbaru yang mungkin berubah di masa depan.

REFERENSI

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dess, G., McNamara, G., Eisner, A., & Lee, S.-H. (2021). *Strategic Management: Text and Cases* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Fitriani, R., & Halmawati. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Kuliner melalui Analisis Lokasi dan Kualitas Pelayanan di Sumatera Barat. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(2), 45–58.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pradana, A., & Syarifuddin. (2021). Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Infrastruktur terhadap Keberhasilan Lokasi Bisnis Kuliner Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 26(1), 12–25.
- Saputra, D., & Wardhani, K. (2024). Peran Fasilitas Pendukung dalam Meningkatkan Keputusan Kunjungan Pelanggan pada Rumah Makan Tradisional. *Journal of Applied Management and Business*, 5(1), 89–102.
- Sari, P. N., & Wahyuddin, W. (2022). Analisis Strategi Lokasi terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Operasional Dan Produksi*, 3(1), 15–28.
- Siregar, H., & others. (2022). Strategi Penentuan Lokasi Usaha dan Dampaknya terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 210–225.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Yuliana, T., & Setiawan, B. (2021). Analisis Persaingan Spasial pada Industri Rumah Makan di Wilayah Urban. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(2), 34–47.