Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya

Tony Wijaya Sutanto
Pendidikan Ekonomi, Program studi manajemen, Universitas Widya Kartika
Jl. Sutorejo Prima Utara II/I, Surabaya 60113
Email : tonz.volt@gmail.com

ABSTRAK

Pembahasan dalam penelitian ini tentang pengaruh pemilihan lokasi dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan 50 responden sebagai sampel. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis (1) pengaruh kedekatan dengan infrastruktur (2) pengaruh lingkungan bisnis dan (3) pengaruh biaya lokasi dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan observasi. Teknik Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kedekatan dengan infrastruktur memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya, (2) Kedekatan dengan lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya, dan (3) Biaya lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya. Implikasi penelitian ini adalah perlunya peningkatan kesadaran bagi para pemilik usaha jasa untuk memperhatikan berbagai faktor dengan jeli sebelum menentukan lokasi usahanya agar tidak menimbulkan kerugian.

Kata kunci: Kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis dan biaya lokasi.

PENDAHULUAN

Dikarenakan pengalaman pribadi dari penulis dan pengalaman dari sekitaran penulis dimana banyak kegagalan usaha dagang dikarenakan faktor-faktor lokasi, sehaingga penulis memutuskan untuk membuat makalah ini, dan diharap dapat mengurangi kegagalan usaha dikarenakan faktor lokasi.

Kesuksesan usaha merupakan suatu hasil dimana target yang dicapai sesuai dengan *forecasting* ataupun melebihi dari *forecasting*. Kesuksesan usaha dapat dilihat dari beberapa faktor, salah satunya adalah faktor lokasi.Para pengusaha menginginkan usaha yang dikelolanya menjadi sukses, beragam cara mereka tempuh demi keberlangsungan hidupnya, mereka memilih investasi yang bermacam-macam pada berbagai sektor. Seperti halnya membuka usaha mikro-kecil sektor jasa, sektor dagang, industru dan lain-lain. Tetapi, mereka terkadang melakukan beberapa kesalahan yang fatal, salah satunya adalah pemilihan lokasi yang tidak *efe/ktif* dan *efisien*

Pemilihan lokasi untuk usaha tidak hanya diperuntukkan untuk usaha yang memiliki skala besar seperti industri, usaha mikro-kecil sektor jasa pun sangat membutuhkan itu karena merupakan salah satu modal awal untuk mengembangkan dan menyukseskan usaha. Azizah (2010) kesempurnaan dalam pemilihan lokasi usaha, karena letak usaha dapat dijadikan salah satu strategi bisnis. Banyak faktor yang dianggap sebagai indikator kesempurnaan dalam pemilihan lokasi usaha. Sebagai contohnya, pemilihan lokasi usaha yang ditentukan sangat strategis di pusat kota, tetapi memiliki kompetitor (pesaing) yang banyak akan berpengaruh juga terhadap pendapatan usaha.

Pemilihan lokasi menjadi masalah serius sebelum mendirikan usaha, terutama usaha mikro-kecil dan menengah karena beberapa faktor. Pertama, mengingat UMKM memiliki modal yang terbatas sehingga sulit mendapatkan lokasi strategis di pinggir jalan raya karena biaya sewa yang tinggi. Kedua, kurangnya peluang mendapatkan lokasi strategis karena sudah diisi oleh beberapa kios pengusaha yang lain. Ketiga, ada beberapa pengusaha mendapatkan lokasi di pinggir jalan tetapi kondisi lingkungan yang buruk membuatnya tidak menarik pelanggan, contohnya daerah yang rawan banjir. Hal ini menyebabkan mereka terpaksa memilih lokasi yang jauh dari akses jalan raya.Adanya perbedaan kesuksesan usahajuga dipengaruhi oleh perbedaan kekuatan serta kelemahan usaha, sering juga terjadi dikarenakan kesalahan pemilihann lokasi di kota Surabaya.

Keputusan lokasi biasanya tergantung pada tipe bisnis yang dijalankan Sebagai contoh untuk keputusan lokasi industri, strategi yang harus digunakan biasanya strategi untuk meminimalkan biaya. untuk bisnis eceran strategi yang digunakan biasanya strategi untuk memaksimalkan keuntungan atau pendapatan, dan untuk strategi pemilihan gudang, biasa kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman barang. Secara umum tujuan menentukan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya.

Tanpa perencanaan lokasi yang tepat, perusahaan dapat membuat kesalahan-kesalahan dalam pemilihan suatu lokasi. Seperti contoh suatu perusahaan mungkin memilih lokasi tanpa mempertimbangkan jumlah tenaga kerja di daerah tersebut, dan dalam jangka waktu beberapa bulan, perusahaan tersebut akan mengalami masalah tenaga kerja. Contoh lain adalah jika suatu perusahaan memilih lokasi untuk membangun pabrik, dan dia membeli tanah yang murah, dan pada saat proses pembangunan, disadari bahwa tanah tersebut sangat jelek, di sana pabrik tersebut akan mengeluarkan biaya lagi untuk membangun fondasi. Kesalahan-kesalahan tersebut dapat menyebabkan usaha menjadi tidak efektif dan efisien.

Banyak faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi untuk sebuah usaha baru, seperti dekat dengan pasar, dekat dengan sumber daya, ataupun dekat dengan tenaga kerja. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa perusahaan selalu mempertimbangkan biaya transportasi yang dikeluarkan untuk bahan baku.

Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan pemilihan lokasi dalam membuka usaha adalah perbedaan keuntungan masing-masing perusahaan. Lokasi yang baik adalah soal individual. Hal ini sering disebut pendekatan "situasional" untuk pembuatan suatu keputusan.Penelitian mengenai pemilihan lokasi dapat dilakukan untuk pemilihan lokasi suatu pabrik, gudang, atau sebuah usaha. Namun pemilihan lokasi tidak hanya untuk perusahaan-perusahaan besar saja. Usaha-usaha kecil pun harus memiliki tempat-tempat yang strategis agar usaha tersebut dapat terus berjalan.

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai pemilihan lokasi. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah sebagai berikut: Fu'Ad, E. N. (2016). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen, 30*(1).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha. Data diperoleh dengan metode sensus, hasilnya diolah dengan metode analisis model regresi berganda. Penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor yang diteliti dalam penentuan lokasi usaha (dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya

lokasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Pemilihan lokasi guna mencapai kesuksesan usaha bisa dijelaskan dengan variasi ketiga variabel independen penelitian yaitu dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan dan biaya lokasi.

Swastha (2002: 24) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atauaktivitas usaha itu dilakukan. Sebelum jauh membahas tentang teori-teori lokasi,perlu diketahui dahulu definisi dari lokasi itu sendiri. Jadi Lokasi merupakantempat dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnis. Kedudukan perusahaanberbeda dengan lokasi perusahaan, keputusan yang tidak tepat dapatmengakibatkan kegagalan dalam usaha. Pemilihan lokasi dalam berbisnismenjadi suatu keputusan sangat penting pada bisnis dengan tujuan mengajakpelanggan untuk datang ke tempat usaha dalam memenuhi kebutuhannya. Lokasiusaha menjadi pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnyamemiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuahusaha. Ada baiknya kita mengetahui kaitan tentang teori lokasi dan ilmu ekonomiserta perkembagannya. Teori lokasi berasal dari ekonomi regional. Ilmu ekonomiregional atau ilmu ekonomi wilayah adalah suatu cabang dari ilmu ekonomi yangdalam pembahasannya memasukkan unsur perbedaan potensi satu wilayah denganwilayah yang lain. Ilmu ekonomi wilayah tidak membahas kegiatan individualmelainkan menganalisis suatu wilayah secara keseluruhan atau melihat berbagaiwilayah dengan potensinya yang beragam dan bagaimana mengatur suatukebijakan yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi seluruh wilayah. Ilmuekonomi regional termasuk salah satu cabang yang baru dari ilmu ekonomi.Pemikiran ke arah ekonomi regional dicetuskan oleh Von Thunen. Seperti itulahpersinggungan teori lokasi dengan ilmu ekonomi.

Sedangkan Fandy Tjiptono (2003: 304) menjelaskan pula bahwa lokasi
usaha adalah tempat perusaahaan beroperasi melakukan kegiatan untukmenghasilkan barang dan jaspa yang mementingkan segi ekonominya. Disinidijelaskan bahwa lokasi usaha adalah suatu wadah dalam melakukanpengoperasian usaha dalam menghasilkan barang dan jasa untuk mencapaikeuntungan.

Teori lokasi merupakan konsep ilmiah dengan cakupan analisis yang cukup luas meliputi beberapa sektor kegiatan ekonomi dan sosial. Cakupan utama analisis adalah menyangkut dengan analisis lokasi kegiatan ekonomi, terutama kegiatan industri pengolahan (manufaktur) dan jasa. Faktor lokasi yang dibahas dalam hal ini mencakup ongkos angkut baik untuk bahan baku maupun hasil produksi, perbedaan upah buruh, keuntungan aglomerasi, konsentrasi permintaan dan persaingan antar tempat.

Secara empiris, teori lokasi telah hadir pada awal abad ke 19, karena pada
saat itu dapat dilihat bahwa kota menjadi pusat pengadaan dan pelayanan barang
dan jasa.

1. Teori sistem K = 3

Tarigan (2005: 123) menjelaskan bahwa tokoh pencetus teori sistem K = 3 adalah Walter Christaller pada tahun 1933, ia menulis buku yang kemudian diterjemahkan dalam bahasa inggris yang berjudul Central Place in Southern Germany (diterjemahkan oleh C.W. Baski pada tahun 1966). Christaller kemudianmenjelaskan bagaimana sebenarnya susunan dari besaran kota, jumlah kota, dan distribusinya didalam sebuah wilayah dalam teorinya. Untuk memahami teorisistem K = 3 ini, kita perlu memahami kata kuncinya yaitu range (jarak) danthreshold (luas pasar minimal). Contohnya di Kota Surabaya hanya ada satu perusahaan yang memproduksi mie instan dengan harga pasar Rp2500,00 per bungkus, disaat yang bersamaan pada suatu kondisi sosial tertentu masyarakat di Kota

Surabayasemuanya membutuhkan mie instan dengan menetapkan biaya Rp10000,00 untuk pembelian mie instan.

Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Dari kedua keuntungan tersebut, memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting. Usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekatkan diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa dekat dengan pasar mereka.

Suatu usaha apabila terletak jauh daripada suppliernya maka akan semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang Harga jual barang akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya bahan dasar dan bahan-bahan lainnya yangdiperlukan dalam proses produksi. Harga daripada bahan-bahan dasar dan bahan-bahan pembantu dipengaruhi pula oleh biaya yang harus ditanggung oleh supplier untuk mendistribusikan barang tersebut. Pemasok mempunyai pengaruh pada usaha dalam hal kecepatan penyediaan, kualitas produk yang terjaga, biaya pengiriman, dan lain-lain sehingga kedekatan dengan sumber pemasok perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

Tersedianya tenaga kerja baik tenaga kerja terdidik ataupun tenaga kerja. Terlatih yang cukup banyak merupakan faktor yang terpenting. Di dalam penentuan lokasi usaha harus dipertimbangkan besarnya kebutuhan tenaga kerja baik tenaga kerja *skilled, trained* dan *unskilled*. Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan maka harus dipertimbangkan kemungkinan tersedianya tenaga-tenaga tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya mencoba meneliti pemilihan lokasi pada usaha dagang(Schmenner, 1944). Penelitian-penelitian tersebut mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha dagang. Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan.

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Metode analisis lokasi tidak ada yang dapat dengan tepat menentukan lokasi suatu usaha jasa. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode seoptimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga dapat datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha yang telah dipilih, misalnya peraturan tempat usaha, ketersediaan air, pembuangan limbah, *supply* tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan bisnis.

Pasar adalah wilayah geografis di mana pembeli dan penjual bertemu untuk menukar uang untuk produk dan jasa. Pasar yang tepat untuk usaha jasa adalahdaerah yang mengandung cukup banyak orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada keuntungan. Layout dan desain tempat adalah dua elemen penting yang harus dipertimbangkan usaha jasa dalam menciptakan suasana belanja yang tepat untuk target pasarnya.

Jasa tidak dipasarkan melalui saluran distribusi tradisional seperti halnya barang fisik, misalnya dari pabrik ke pedagang grosir, kemudian ke pengecer untuk selanjutnya disampaikan kepada konsumen akhir. Akan tetapi dalam pemasaran jasa terdapat dua kemungkinan, yaitu pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa (mahasiswa mendatangi tempat fotocopy). Kemungkinan kedua adalah penyedia

jasa yang mendatangi pelanggan (layanan perawatan wajah door to door).

Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu usaha jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan di masa mendatang. Competitive positioning adalah metode-metode yang digunakan agar suatu usaha dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing. Misalnya jika suatu usaha berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis (lokasi sentral dan utama), maka hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi para pesaing untuk ikut masuk ke pasar.

Kesuksesan suatu usaha jasa sangat dipengaruhi oleh lokasinya. Usaha jasa merupakan usaha yang berfokus pada pendapatan, oleh karenanya lokasi usaha jasa sebisa mungkin mendekat kepada konsumennya. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi. Karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, diantara faktor-faktor tersebut adalah kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi.

Infrastruktur yang lengkap dan memadai dapat menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis. Ketersediaan listrik dan air merupakan hal pokok dalam menjalankan kegiatan suatu usaha, sebagai contoh apabila listrik di area Pleburan padam, maka otomatis kegiatan bisnis usaha fotocopy yang berada disekitar Surabaya akan terhenti.

Lingkungan bisnis yang kondusif bagi jalannya kegiatan usaha perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam memilih lokasi usahanya. Lingkungan bisnis yang kondusif dapat memperlancar kegiatan bisnis. Usaha jasa yang berfokus pada pendapatan sebisa mungkin memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen. Dengan mendekat pada konsumennya, usaha jasa dapat memiliki competitive positioning dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya.

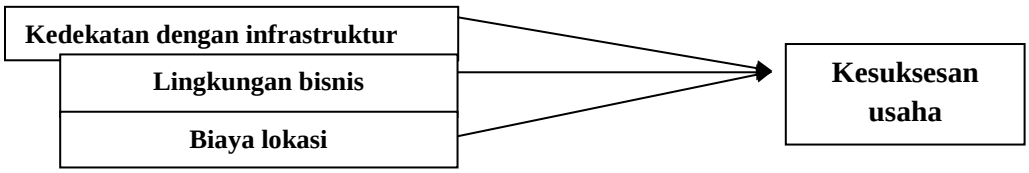
Biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan berpengaruh terhadap investasi awal usaha. Apabila investasi awal usaha terlalu besar dan tidak diperhitungkan secara cermat maka dapat menghambat pencapaian sukses usaha.

Dari faktor-faktor pemilihan lokasi di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti hubungan pemilihan lokasi yang dekat dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha.

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Variabel eksogen, yaitu:
   X_1 = Kedekatan dengan infrastruktur
   X_2 = Lingkungan bisnis
   X_3 = Biaya lokasi
2. Variabel endogen, yaitu:

Y_1 = Kesuksesan usaha



Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1999:152). Definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*)
   Variable terikat pada penelitian ini adalah kesuksesan usaha. Kesuksesan suatu usaha dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu:
   a. Konsumen selalu meningkat setiap bulan
   b. Laba bersih selalu meningkat
   c. Sudah menghasilkan laba yang nyata
2. Variabel bebas (*Independent Variable*)
   Sebagai variabel bebas pada penelitian ini adalah dimensi yang menentukan pemilihan lokasi yang terdiri dari :
   - X1 = Kedekatan dengan infrastruktur
     Kedekatan dengan infrastruktur dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu:
     a. Adanya akses jalan
     b. Mempunyai aliran listrik
     c. Mempunyai ketersediaan air
   - X2 = Lingkungan bisnis
     Lingkungan bisnis adalah persepsi pemilik mengenai pasar yang akan dituju. Lingkungan bisnis dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu :
     a. Pesaing bisnis
     b. Konsumen yang dituju
     c. Harga jual pada konsumen
   - X3 = Biaya lokasi
     Biaya lokasi adalah persepsi pemilik mengenai harga suatu lokasi. Biaya lokasi dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu :
     a. Sewa atau beli tanah dan bangunan
     b. Ijin mendirikan bangunan
     c. Pajak Bumi dan Bangunan

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau suyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2008:115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Surabaya yang memiliki usaha dan berjualan secara offline..

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian masyarakat Surabaya yang memiliki toko dan masih eksis sampai saat ini.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 orang responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para pemilik usaha dagang yang berdomisili di Surabaya, dan berusia diatas 17 Tahun. Proses pembagian kuesioner dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Laki-laki	32	64
2	Perempuan	18	36
Total		50	100

2. Usia

Tabel 4.2 Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-25 Tahun	2	4
2	26-35 Tahun	22	44
3	> 35 Tahun	26	52
Total		50	100

3. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Tingkat Pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA	12	24
4	Perguruan tinggi	38	76
Total		50	100

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap suatu variabel yang akan diteliti, digunakan nilai maksimum dan minimum (Durianto, 2001:43). Skala penelitian ini menggunakan skala 1 – 5, maka nilai minimal dan maksimal dapat dikategorikan sebagai berikut:

$$\frac{NilaiMaksimum - NilaiMinimum}{JumlahKelas} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan pada perhitungan tersebut, maka dapat diperoleh kriteria dari variabel yang disajikan pada Tabel 4.10. sebagai berikut:

Tabel 4.4 Interval Rata-rata Skor

Interval Rata–Rata Skor	Kriteria setiap Variabel
1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju
1,8 – 2,6	Tidak Setuju
2,6 – 3,4	Netral
3,4 – 4,2	Setuju
4,2 – 5	Sangat Setuju

Selanjutnya dengan menggunakan klasifikasi tersebut, maka evaluasi terhadap jawaban responden untuk masing-masing variabel dapat dideskripsikan sebagai berikut:

4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel Kedekatan dengan infrastruktur

Tabel 4.5
Statistik Deskriptif Variabel Kedekatan dengan infrastruktur (X_1)

No.	Pernyataan	*Mean*	Keterangan
1.	Saya mempertimbangkan ketersediaan listrik dalam memilih lokasi usaha.	3.30	Netral
2.	Saya mempertimbangkan ketersediaan air dalam memilih lokasi usaha	3.30	Netral
3.	Saya mempertimbangkan adanya akses jalan dan lahan parkir dalam memilih lokasi usaha.	3.32	Netral
Total		3.31	Netral

4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel bisnis Lingkungan

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Bisnis(X_2) Lingkungan

No.	Pernyataan	*Mean*	Keterangan
1.	Saya mempertimbangkan pesaing bisnis di sekitar lokasi usaha	3.88	Setuju
2.	Saya mempertimbangkan konsumen atau pasar yang dituju dalam memilih lokasi	3.74	Setuju
3.	Saya mempertimbangkan harga jual pada konsumen saat memilih lokasi	3.80	Setuju
Total		3.81	Setuju

4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel Biaya Lokasi

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Biaya Lokasi (X_3)

No.	Pernyataan	*Mean*	Keterangan
1.	Saya mempertimbangkan sewa atau beli tanah dan bangunan saat memilih lokasi	3.32	Netral
2.	Saya mempertimbangkan ijin mendirikan bangunan dalam memilih lokasi	3.20	Netral
3.	Saya mempertimbangkan pajak Bumi dan bangunan dalam memilih lokasi	3.30	Netral
Total		3.27	Netral

Statistik Deskriptif Variabel Kesuksesan Usaha

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kesuksesan usaha (Y1)

No.	Pernyataan	*Mean*	Keterangan
1.	Konsumen selalu meningkat setiap bulan	3.72	Setuju
2.	Laba bersih selalu meningkat setiap bulan	3.60	Setuju
3.	Sudah menghasilkan *real profit*	3.64	Setuju
Total		3.65	Setuju

1) Uji Validitas Biaya Lokasi

Hasil pengujian validitas setiap butir pertanyaaan pada biaya lokasiditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Biaya Lokasi

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q1	0,858	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q2	0,884	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q3	0,813	0,451	r tabel < r hit	Valid

2) Uji Validitas Ketersediaan Infrastruktur

Hasil pengujian validitas pada 3 pertanyaaan variabel ketersediaan infrasturktur ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Ketersediaan infrastruktur

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q4	0,863	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q5	0,782	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q6	0,871	0,451	r tabel < r hit	Valid

3) Uji Validitas Lingkungan Bisnis

Hasil pengujian validitas pada 3 pertanyaaan variabel kedekatan dengan konsumen ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas lingkungan bisnis

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q7	0,741	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q8	0,838	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q9	0,804	0,451	r tabel < r hit	Valid

4) Uji Validitas Kesuksesan Usaha

Hasil pengujian validitas pada 3 pertanyaaan variabel kesuksesan usaha ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kesuksesan Usaha

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q10	0,822	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q11	0,861	0,451	r tabel < r hit	Valid
Q12	0,838	0,451	r tabel < r hit	Valid

5) Uji Realibilitas

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa instrumen dikatakan *reliabel* jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji realibilitas variabel ditunjukkan oleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas

NO	Variabel	Nilai Cronbach	Cronbach Alpha>0,6	Keputusan
1	Biaya Lokasi	0,708	0,708>0,60	Reliabel
2	Ketersediaan infrasruktur	0,811	0,811>0,60	Reliabel
3	Lingkungan bisnis	0,789	0,789>0,60	Reliabel
4	Kesuksesan usaha	0,790	0,790>0,60	Reliabel

Uji T

Hasil dalam penelitian ini yang terdapat pada tabel 4.15 yang menentukan bahwa:

a) Variabel biaya lokasi menunjukkan nilai B -0,129 dengan tanda negatif menunjukkan arah hubungan yang berlawanan, apabila biaya lokasi ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 12,9% diperkuat dengan hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung > T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 0,909 lebih kecil dibandingkan dengan nilai T tabel (df = 1,661) yang diperkuat dengan nilai signifikasi sebesar 0,368yang lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "Biaya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha dagang di Kota Surabaya" ditolak. Maka Ha ditolak dan Ho diterima.

b) Variabel ketersediaan infrastruktur menunjukkan nilai B 0,586 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah, apabila ketersediaan infrastruktur ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 58,6%. Hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung > T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 4,733 lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel (df = 1,661) yang diperkuat dengan nilai signifikasi sebesar 0,000 tidak lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "Ketersediaan infrastruktur berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha dagang di Kota Surabaya" diterima. Maka Ha diterima dan Ho ditolak.

c) Variabel kedekatan konsumen menunjukkan nilai B 0,227 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah, apabila kedekatan konsumen ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 22,7%. Hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung > T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 1,878 lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel (df = 1,661) yang diperkuat dengan nilai signifikasi sebesar 0,006 tidak lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "Kedekatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha-usahadagang di Kota Surabaya" diterima. Maka Ha diterima dan Ho ditolak.

2) Uji F

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen yang terdepat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Adapun hasil uji simultan ditunjukkan oleh hasil olah data sebagai berikut:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.150	3	21.717	10.114	.000[b]
	Residual	98.770	46	2.147		
	Total	163.920	49			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2019

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 10,114 sedangkanF tabel 2,70. Dimana nilai F hitung lebih besar yang berarti dengan signifikasi0,000 lebih kecil dari nilai α = 0,05 hal ini menunjukkan bahwa semua variabelindependen (biaya lokasi, ketersediaan fasilitas, dan kedekatan dengan konsumen)dalam pemilihan lokasi berpengaruh secara simultan dalam kesuksesan usaha dagang di Surabaya**.**

3) Uji Determinasi

Determinasi bertujuan untuk mengetahui perbandingan variasi Y yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika R2 semakin besar atau mendekati 1, maka model semakin tepat. Berikut ini hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630[a]	.397	.358	1.46532

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang di kota Surabaya" dapat ditarikkesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Dagang di kota Surabaya.

2. Ketersediaan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Dagang di kota Surabaya.
3. Kedekatan Konsumnen berpengaruh positif dan signifikan terhadapKesuksesan Usaha Dagang di kota Surabaya

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan padapenelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitianini, yaitu:

1. Bagi Pengusaha

   Hasil penelitian ini dapat diimplikasikan oleh pengusaha yang hendak membuka usaha pada sektor dagang agar lebih hati-hati dalam pemilihan lokasi.Berdasarkan hasil penelitian, faktor ketersediaan fasilitas memiliki pengaruhpaling besar 50,2 %, dan faktor kedekatan dengan konsumen memiliki pengaruhpaling rendah 18,2 %. Disarankan kepada pengusaha yang akan memilih lokasi,supaya lebih memperhatikan fasilitas yang tersedia di tempat yang akan didirikanlokasi usaha berdasarkan hasil penelitian ini.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang akanmengambil variabel yang sama, diharapkan agar menambah beberapa variabel.

   Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai R square 72,6% yang berarti variabelbiaya lokasi, ketersediaan fasilitas, dan kedekatan konsumen memiliki pengaruhsebesar 72,6% terhadap kesuksesan usaha. Masih ada 27,4% dipengaruhi olehfaktor-faktor lain diluar model. Hal inilah yang harus diketahui untuk penelitiselanjutnya**.**

DAFTAR PUSTAKA

Alcacer. 2003. *Lokasi Pilihan Di Seluruh Rantai Nilai : Bagaimana Aktivitas. Dan Kemampuan Pengaruh Aglomerasi Dan Efek Kompetisi*. New York: Stern.

Arikunto. 2012. Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Citra.

Ashari. 2005 *Analisis Statistic dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset

Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.

Chase dkk. 2006 *Operations Management For Competitive Advantage* . China: Mcgraw-Hill Irwin.

Erliah. 2007. *Pengaruh Perssaingan, Promosi, Keunikan Usaha*. Skripsi. FPIPS UPI Bandung.

Fathoni. 2016. *Analisa Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di kabupaten Lamongan* Vol 1, No. 1.

Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Handoko. 2000. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Bpfe.

Harding. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta: Balai Aksara.

Heizer. 2001 *Prinsip-Prinsip Manajemen Koperasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Indarti. 2004. *Bussiness Location And Succes: The Case Of Internet Café.*

Kottler. 1996. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Erlangga..

Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.

Marwoto. 2014. *Pengantar Ilmu Bisnis. Yogyakarta*: Parama Publishing.

Monks. 1987. *Production/Operations Management Ed.8.* USA.

Munawir. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta. Liberty.

Nazir. 1983. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noor. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS.* Yogyakarta:Andi Offset.

Pratiwi. 2010 *Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Terhadap KesuksesanUsaha Jasa Mikro-kecil di Sekitar Kampus Universitas DiponegoroPleburan.* Skripsi.

Priyanto. 2009. *Mandiri Belajar dengan SPSS*. Jakarta Selatan: Buku Kita.

Purnama. 2011. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*.

Roger. 1994. Service Firm Location Decisions : Somemidwestern Evidence. *International Jurnal Of Service Industry Management*, Vol 5 No 3, Pp.35-36. Mcb University Press, 0956-4233.

SjafrizaL. 2012. *Ekonomi Wilayah Dan Perkotaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi.* Bandung: Alfabeta.

-------,. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Suryani. 2015. *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur).*

Tantri. 2009. *Pengatar Bisnis.* Jakarta : Gajagrafindo Persada.

Tarigan. 2005. *Ekonomi Regional.* Jakarta : Bumi Aksara.

Tjiptono. 2009. *Manajemen Operasional.* Yogyakarta: Andi Offset.

-------,. 2007. *Pemasaran Jasa,* Malang : Bayumedia Publishing.

-------,. 2003. *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta :Andi Offset.

-------,. 2002. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.

Zimmerer. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Salemba Empat.