
PERTIMBANGAN PELAKU USAHA DALAM MEMILIH LOKASI USAHA DI LOOP GRAHA FAMILI

Ronald R Konda Lura
Universitas Widya Kartika

Abstrak

Persaingan di berbagai sektor bisnis saat ini semakin ketat. Untuk memastikan produk yang dihasilkan perusahaan lebih unggul dan menarik, perusahaan perlu meningkatkan kinerja di semua aspek, khususnya dalam bidang operasional. Salah satu kegiatan yang berhubungan langsung dengan kegiatan operasional perusahaan merupakan kegiatan untuk menentukan lokasi usaha. Penentuan lokasi perusahaan tentunya menjadi masalah yang akan dihadapi oleh setiap perusahaan, di mana bisnis atau usaha yang didirikan sebagai tempat operasional. Maka dari itu, Perlu pertimbangan atau informasi pendukung penentuan lokasi usaha sebelum menentukan lokasi usaha yang tepat. Dari penjelasan tersebut, studi ini bertujuan guna mengetahui pertimbangan yang mendasar dalam memilih Loop Graha sebagai lokasi tempat usaha. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Kualitatif Deskriptif, dan teknik analisis data yang digunakan adalah *Content Analysis*, dengan jumlah responden yang digunakan yaitu 8 Pelaku usaha yang beroperasi di Loop Graha Famili. Hasil dari penelitian ini yaitu pelaku usaha yang memiliki usaha di loop graha yang menjadi narasumber dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pemilihan lokasi usaha didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan strategis seperti: pertimbangan lokasi, pertimbangan fasilitas, pertimbangan lingkungan dan pertimbangan Traffic

Kata kunci: *Pertimbangan , lokasi, fasilitas, lingkungan, potensi Traffic*

Abstract

Competition in various business sectors is currently getting tighter. To ensure that the products produced by the company are superior and attractive, the company needs to improve performance in all aspects, especially in the operational field. One of the activities that is directly related to the company's operational activities is the activity to determine the location of the business. Determining the location of the company is certainly a problem that will be faced by every company, where the business or business that is established as an operational place. Therefore, it is necessary to consider or support information for determining the business location before determining the right business location. From this explanation, this study aims to find out the basic considerations in choosing Loop Graha as the location of the business. The research method used in this study is the Descriptive Qualitative method, and the data analysis technique used is Content Analysis, with the number of respondents used being 8 business actors operating in the Graha Famili Loop. The results of this study are business actors who have businesses in the graha loop who are the resource persons in this study, it was found that the selection of business locations is based on strategic considerations such as: location considerations, facility considerations, environmental considerations and traffic considerations

Keywords: *Considerations, location, facilities, environment, traffic potential*

1. PENDAHULUAN

Persaingan di berbagai sektor bisnis saat ini semakin ketat. persaingan itu baik perusahaan yang sama ataupun berbeda. Setiap perusahaan harus lebih kreatif dan bisa memanfaatkan setiap peluang yang ada dan semakin maju, terutama di era globalisasi yang saat ini populer di seluruh dunia. Untuk mengatasi hal ini dunia usaha harus memiliki terobosan baru untuk mendukung dan mencapai keberhasilan produk yang dijual. Seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar, perusahaan harus berupaya keras untuk meningkatkan baik kualitas maupun kuantitas produk mereka.

Untuk membuat produk perusahaan lebih baik dan menarik, perusahaan perlu meningkatkan kinerja di semua aspek, termasuk operasional. Bagian operasional langsung di satu perusahaan, tidak hanya fokus pada pengolahan bahan baku menjadi produk jadi termasuk juga bisnis yang berkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan yaitu tepat mutu, tepat tujuan perencanaan dan realisasinya. Bagian operasi perusahaan berkaitan erat dengan operasional perusahaan, salah satunya kegiatan yang berhubungan langsung dengan kegiatan operasional perusahaan merupakan kegiatan untuk menentukan lokasi usaha. Identifikasi lokasi bisnis yang akan memberikan dukungan kepada konsumen sehingga produk yang ditawarkan mudah didapat atau diperoleh konsumen.

Penentuan lokasi perusahaan tentunya menjadi masalah yang akan dihadapi oleh setiap perusahaan baru, di mana bisnis atau usaha yang didirikan sebagai tempat operasional. Lokasi bisnis pada dasarnya merupakan tempat terjadinya transaksi dilakukan. Pengusaha sangat mementingkan pemilihan lokasi usaha yang tepat karena lokasi berperan besar dalam kesuksesan bisnis. Lokasi yang strategis dapat menarik lebih banyak pelanggan, memudahkan akses logistik, dan mendukung pertumbuhan bisnis. Maka dari itu, Perlu pertimbangan atau informasi pendukung penentuan lokasi usaha sebelum menentukan lokasi usaha yang tepat.

Menentukan lokasi usaha yang tepat adalah langkah krusial karena dapat mengurangi berbagai risiko dan memaksimalkan manfaat. Lokasi yang baik akan menghindarkan perusahaan dari berbagai permasalahan seperti akses yang sulit, kurangnya pelanggan, atau biaya operasional yang tinggi. Namun, keputusan lokasi juga tergantung pada jenis usahanya. Untuk keputusan penempatan lokasi industri, strateginya adalah strategi meminimalkan biaya yang digunakan, sementara untuk usaha kuliner, strategi yang digunakan adalah fokus pada maksimalisasi pendapatan yang di terima. Pada dasarnya, strategi lokasi bertujuan untuk memaksimalkan keunggulan dan keuntungan lokasi bagi pelaku usaha.



Gambar 1

Kisah Warung Yang Nyaris Tutup

<https://digizakat.com/artikel/kisah-ibu-bibit-sepi-pembeli-hingga-nyaris-tutup-warung>

Pemilihan lokasi usaha adalah faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh seorang pengusaha dalam strategi bisnis karena dapat memengaruhi kesuksesan usaha tersebut (Wahyudi, Lau, and Heriyanto, 2014). Alcácer (2006) menyatakan kendati persaingan bisnis berdekatan, pemilik bisnis masih memiliki kesempatan untuk bersaing melalui strategi-strategi seperti penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, pemberian layanan yang berkualitas, pengelolaan lingkungan fisik yang menarik, dan penyempurnaan proses operasional (Kotler and Armstrong, 2016). Lokasi usaha merupakan tempat yang digunakan untuk menjalankan usaha. Keputusan lokasi dapat menentukan proses optimalisasi keuntungan atau meminimalkan biaya. Jarak, lokasi bersama produk

yang ditawarkan. Seorang pengusaha harus mengenali jumlah dan ukuran bisnis lain serta situasi persaingan yang ada di daerah tersebut. Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam melakukan pemilihan lokasi, antara lain : aksesibilitas, visitabilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan yang tidak kalah penting adalah persaingan.

Ashutosh Dixit, Candice Clouse, Nazli Turken (2019) Pemilihan lokasi bisnis adalah keputusan strategis yang kompleks dan dapat mempengaruhi masa depan perusahaan dalam jangka panjang. Sandra Fitriyani, Trisna Murni Sri Warsono (2019). Tempat usaha yang strategis akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi para pebisnis, karena tempat usaha mudah dikenal dan mudah diakses oleh konsumen. Tempat usaha yang strategis, akan mempercepat keberhasilan usaha. Putra W. A. Nawasih N. Widyaningsih M. (2020) Lokasi usaha adalah tempat perusahaan memproduksi barang atau jasa yang jual. Perkembangan suatu perusahaan ditentukan oleh salah satu faktor penting yaitu penentuan lokasi. Maka, sebagai upaya pencapaian maupun peningkatan kesuksesan usaha, para pemilik usaha harus mempertimbangkan kondisi lingkungan bisnis, ketersediaan infrastruktur, dan biaya lokasi ketika dilokasi pemilihan lokasi usaha.

Beberapa penelitian yang membahas terkait lokasi usaha, salah satunya penelitian dari Iksyaniyah dan Soesatyo (2015) yang mengungkapkan bahwasanya lokasi usaha dan keberhasilan usaha berdampak positif terhadap usaha. Dalam penelitian Rismalaningrum (2017) disebutkan bahwa aksesibilitas, tingkat keramaian, lingkungan sekitar, lalu lintas, dan strategi kompetitif juga menjadi faktor penting bagi pemilik bisnis dalam memilih lokasi usaha.



Gambar 2

Ruko Yang Tutup

<https://www.kayongsolidaritas.com/2019/07/sepi-ruko-di-pasar-merdeka-banyak-yang.html>

Maka dari itu, lokasi sangat penting yang menjadi pertimbangan pelaku usaha sebelum memulai usaha. Tanpa ada perencanaan pemilihan lokasi yang tepat, maka perusahaan bisa salah dalam pemilihan lokasi. Misalnya, perusahaan mungkin memilih lokasi tidak memperhitungkan ketersediaan pekerja di daerah itu, dan beberapa bulan kemudian, perusahaan menghadapi masalah tenaga kerja. Perusahaan lain memutuskan untuk membeli tanah dengan harga tertentu sebagai tempat usaha yang murah, tapi kemudian menyadari bahwa kondisi tanah di tempat itu kurang bagus sehingga perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk pembangunannya. Kesalahan yang disebutkan di atas bisa jadi menyebabkan rendahnya efisiensi operasional perusahaan dan hasilnya akan buruk.

Sedangkan Loop Graha Famili sendiri, merupakan salah satu pusat kuliner yang terletak di Surabaya. Ada beragam tenant makanan di Loop Plaza Graha Famili ini, seperti es krim, masakan Indonesia, masakan Barat dan lain sebagainya. Loop Plaza Graha Famili ini juga sering dijadikan sebagai tempat hangout para anak muda di Surabaya dan juga menjadi tujuan tempat makan malam untuk keluarga karena suasananya yang nyaman dan juga dekorasi tempatnya yang unik. Selain harga makanan di Loop Plaza Graha Famili ini juga cukup beragam dan terjangkau, sehingga tidak heran jika Loop Plaza Graha Famili

menjadi salah satu tempat favorit bagi warga Surabaya. Loop Graha Family sendiri seluas + 8.300 m² dan memiliki 20 stand dengan sajian aneka menu makanan jenis western, middle east, chinese food, hingga menu tradisional Indonesia. Lokasi ini juga cukup strategis karena dirancang dengan konsep taman berbentuk melingkar sesuai dengan nama “Loop” yang bermakna melingkar atau putaran.

Meskipun tempat makan ini terbilang baru karena baru dibuka pada Desember 2009, tetapi ternyata mampu menyedot perhatian luas dari para pengunjung yang rata-rata kelas menengah atas. Loop Grha sendiri terbilang cukup strategis. Karena hampir setiap hari banyak pengunjung yang ingin nongkrong atau menjadikannya sebagai tempat Quality time bersama keluarga maupun bersama pasangannya, apalagi pada saat malam minggu, tempat ini sangat ramai pengunjungnya.



Gambar 1.3

Situasi Di Loop

<https://tourism.surabaya.go.id/travel/detail/loop#2><http://kabarsurabaya.blogspot.com/2009/07/loop-graha-family-tempat-makan-berkelas.html>

Fenomena pengkonsentrasian kegiatan ekonomi di suatu area, seperti di sekitar Loop Graha, menarik untuk diteliti karena menunjukkan bagaimana aktivitas ekonomi yang padat dapat mempengaruhi penggunaan ruang dan persaingan bisnis. Konsentrasi tinggi dari aktivitas ini menyebabkan penggunaan ruang yang sangat intensif, dimana setiap jengkal area dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi. Hal ini juga meningkatkan persaingan di antara usaha-usaha di daerah tersebut. Akibatnya, penggunaan ruang publik seperti badan jalan untuk kegiatan ekonomi menjadi hal yang lumrah. Ini mencerminkan bagaimana ruang publik dapat berubah fungsi menjadi area pasar ketika kegiatan ekonomi berkembang pesat di suatu tempat, menandakan adaptasi alami terhadap kebutuhan ekonomi yang meningkat.

Pemilihan lokasi usaha menjadi salah satu keputusan bisnis yang harus dipertimbangkan secara hati-hati dan menjadi perhatian khusus bagi pelaku usaha. Salah satu bisnis yang memerlukan adanya lokasi usaha yang tepat adalah bisnis kuliner (Makanan) atau FnB. Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan tentang usaha rumah makan, setiap tempat bisnis komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Masing-masing jenis bisnis ini memiliki kategori dan karakteristik yang berbeda, baik dilihat dari segi investasi maupun cara pengelolaannya. Ketiga jenis bisnis tersebut, yaitu bisnis kelas ekonomi/kecil, kelas menengah, dan kelas satu/besar.

Bisnis kuliner atau FnB kelas kecil harus aktif berinteraksi dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik. Lokasi usaha menjadi kunci sukses dalam bisnis ini, sehingga pemilik usaha harus mempertimbangkan banyak aspek saat memilihnya. Selain

harus sesuai dengan preferensi pelanggan, keberadaan infrastruktur yang memadai juga menjadi faktor penting dalam menentukan lokasi usaha.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menerapkan Penelitian kualitatif deskriptif. Pada studi ini, peneliti akan menghimpun data terkait berbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha di Loop Graha Famili, kemudian menganalisis data tersebut secara kualitatif untuk mengidentifikasi faktor mana yang paling dominan yang mempengaruhi pengusaha dalam memilih lokasi usaha di kawasan tersebut.

Menurut, Howard S. Becker 1928: "Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang mengarah pada pemahaman mendalam tentang pengalaman, praktik, dan perspektif sosial yang dimiliki oleh individu dalam suatu konteks sosial tertentu." dan Robert K. Merton (2003): juga berpendapat bahwa "Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang mengeksplorasi dan memahami fenomena sosial melalui analisis mendalam terhadap data naratif, observasi, atau wawancara. Tujuannya adalah untuk memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok dalam konteks sosial yang mereka alami."

Penelitian deskriptif dimaksudkan guna menggambarkan suatu fenomena atau kejadian secara yang sistematis dan objektif. Penelitian ini cenderung fokus pada penjelasan "apa adanya" dari suatu kondisi atau situasi. Penelitian deskriptif sering melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, atau kuesioner, dan analisis data untuk memberikan gambaran yang terperinci tentang variabel yang diamati.

Menurut, Sugiyono (2017): Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan atau menganalisis secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai temuan-temuan yang ada di lapangan. Selain itu, Abdul Indra Bastian (2013): berpendapat bahwa Penelitian deskriptif ditujukan untuk menggambarkan secara sistematis objek penelitian dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data yang diperoleh.

2.1 Populasi Dan Sampel

Populasi merujuk kepada seluruh kelompok individu, objek, atau kejadian sebagai fokus kajian. Dalam konteks penelitian, populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki karakteristik yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

Menurut, Donald T. Campbell (1916-1996): Campbell, seorang psikolog sosial dan metodolog, mendefinisikan populasi sebagai "kumpulan semua elemen yang relevan dan berhubungan dengan pertanyaan penelitian yang ingin dijawab." Definisi ini menekankan pentingnya kesesuaian populasi dengan tujuan penelitian. Dan William G. Cochran (1910-1980): Cochran, seorang ahli statistik, juga mendefinisikan populasi sebagai "kumpulan semua individu, objek, atau kejadian yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian statistik." Populasi pada studi ini yaitu pelaku usaha yang memiliki usaha di Loop Graha Family 2023.

Sampel dapat didefinisikan sebagai sebagian kecil atau subset yang diambil dari populasi yang lebih besar. Sampel dipilih untuk mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga data yang diperoleh dari sampel dapat digunakan untuk membuat generalisasi atau inferensi tentang populasi secara umum.

Leslie Kish (1910-2000): Kisah, seorang ahli statistik dan metodologi, mendefinisikan sampel sebagai "sekelompok elemen yang diambil dari populasi untuk memberikan informasi tentang populasi secara keseluruhan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 8 Orang pelaku usaha yang memiliki usaha di sektor perdagangan, jasa, dan kuliner di Loop Graha Famili.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

- **Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap peristiwa, perilaku, atau fenomena yang diamati. Dalam observasi, peneliti secara aktif mengamati dan mencatat apa yang terjadi tanpa melakukan campur tangan atau mengubah situasi yang diamati.

Tujuan utama dari observasi adalah untuk mengumpulkan data secara langsung dari situasi atau konteks yang sebenarnya, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Observasi dapat dilakukan dalam berbagai konteks, termasuk dalam penelitian ilmiah, studi lapangan, pengamatan perilaku manusia atau hewan, dan penelitian sosial.

Observasi dapat memberikan data yang bernilai dalam memahami fenomena atau perilaku yang sedang diteliti, karena memberikan wawasan yang langsung dari situasi yang sebenarnya. Namun, observasi juga memiliki batasan, seperti keterbatasan dalam mengamati fenomena yang jarang terjadi atau sensitivitas subjek terhadap kehadiran peneliti. Oleh karena itu, kombinasi dengan teknik pengumpulan data lainnya seringkali diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

- **Wawancara Mendalam**

Wawancara mendalam adalah suatu jenis wawancara yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan terperinci tentang pengalaman, sikap, pandangan, pengetahuan, atau persepsi individu terkait suatu topik atau masalah tertentu. Wawancara mendalam sering digunakan dalam penelitian kualitatif dan studi yang memerlukan data yang mendalam dan kontekstual.

Karakteristik utama dari wawancara mendalam adalah:

- a. **Kedalaman Penelitian:**

Wawancara mendalam berfokus pada pengumpulan data yang mendalam dan detail tentang perspektif, pengalaman, atau pengetahuan responden. Tujuannya adalah untuk mencapai pemahaman yang lebih kaya dan komprehensif tentang subjek yang sedang diteliti.

- b. **Pertanyaan Terbuka:**

Wawancara mendalam menggunakan pertanyaan terbuka yang memberikan kebebasan kepada responden untuk menjelaskan atau menguraikan pemikiran dan pengalaman mereka dengan lebih bebas. Ini memungkinkan responden untuk menjelaskan secara rinci dan memberikan informasi yang lebih mendalam.

- c. **Fleksibilitas:**

Wawancara mendalam memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengikuti alur percakapan dan memungkinkan adanya eksplorasi lebih lanjut terhadap topik yang sedang dibahas. Peneliti dapat mengeksplorasi sudut pandang yang berbeda, mengajukan pertanyaan tindak lanjut, atau meminta klarifikasi jika dibutuhkan.

- d. **Interaksi dan Hubungan:**

Wawancara mendalam melibatkan interaksi yang intens antara peneliti dan responden. Penting untuk membangun hubungan yang saling percaya dan terbuka agar responden merasa nyaman untuk berbagi pemikiran dan pengalaman mereka.

- e. **Durasi yang Lebih Lama:**

Wawancara mendalam biasanya memiliki durasi yang lebih lama dibandingkan dengan jenis wawancara lainnya. Hal ini memberikan waktu yang cukup bagi peneliti dan responden untuk menjelajahi topik secara mendalam dan memperoleh informasi yang lebih kaya.

Wawancara mendalam dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang perspektif, pengalaman, atau pengetahuan individu. Data yang dihasilkan dari

wawancara mendalam seringkali dalam bentuk transkrip wawancara yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola tematik atau temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

2.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses atau kegiatan mencatat, merekam, dan mengarsipkan informasi dengan tujuan untuk menyimpan data, menyajikan fakta, mengkomunikasikan informasi, atau sebagai bukti. Dokumentasi melibatkan pembuatan dan pengumpulan dokumen, catatan, atau rekaman yang mencerminkan kegiatan, proses, kejadian, atau hasil suatu kegiatan atau peristiwa.

Dokumentasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti mencatat secara tertulis, membuat laporan, mengambil foto atau video, merekam audio, membuat grafik atau diagram, atau membuat presentasi. Tujuan utama dari dokumentasi adalah untuk menciptakan catatan yang akurat, dapat diandalkan, dan dapat diakses, sehingga informasi yang direkam dapat digunakan dan dipertahankan dengan baik.

Dalam konteks penelitian, dokumentasi juga sering melibatkan metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Tujuan utama dari dokumentasi dalam hal ini adalah untuk mendokumentasikan temuan, hasil, atau analisis yang relevan dalam konteks Penelitian

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode dan prosedur yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data mentah dengan tujuan mengungkap informasi yang berguna, mendukung pengambilan keputusan, dan memecahkan masalah. Teknik ini mencakup serangkaian proses mulai dari pengumpulan data, pembersihan data, pengolahan data, hingga interpretasi hasil analisis. Tujuan utama analisis data adalah untuk mengekstraksi wawasan yang dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik, mengidentifikasi tren dan pola, serta memahami fenomena tertentu.

Menurut Sugiyono (2020:131), analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, menguraikannya ke dalam satuan-satuan, mensintesis, menyusun menjadi pola, untuk memilih mana yang penting dan apa yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Content Analysis

Analisis konten adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari dan menganalisis isi teks, dokumen, media, atau sumber informasi lainnya. Tujuan dari analisis konten adalah untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan pola-pola, tematik, atau pesan yang ada dalam materi yang dianalisis.

Analisis konten dapat dilakukan baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Dalam analisis konten kualitatif, peneliti fokus pada makna dan interpretasi yang lebih mendalam, sedangkan dalam analisis konten kuantitatif, peneliti berupaya menggambarkan pola dan hubungan antar variabel dengan menggunakan pendekatan statistik dan perhitungan jumlah atau frekuensi tertentu.

Dengan menggunakan analisis konten, peneliti dapat mengungkapkan temuan atau pola yang tersembunyi, mengidentifikasi trend atau perubahan dalam pemikiran atau pandangan, dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang konten yang dianalisis.

Analisis konten melibatkan proses sistematis pengumpulan data, pengkodean, dan analisis informasi yang terdapat dalam teks atau konten yang diselidiki. Metode ini dapat diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk ilmu sosial, jurnalistik, komunikasi, psikologi, dan bidang lainnya.

Beberapa tahapan dalam analisis konten meliputi:

b. Pengumpulan data.

Pengumpulan data merupakan suatu proses sistematis mengumpulkan dan mengukur informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan akurat tentang suatu fenomena atau masalah tertentu. Data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut, pengambilan keputusan, penelitian, dan berbagai keperluan lainnya. Pengumpulan data merupakan langkah awal dan sangat penting dalam proses analisis data, karena kualitas data yang dikumpulkan akan sangat mempengaruhi hasil analisis. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

c. Penyajian data

Penyajian data adalah proses menyusun, mengorganisasikan, dan menampilkan data dalam bentuk yang mudah dipahami dan diinterpretasikan oleh pengguna. Tujuan penyajian data adalah untuk menyampaikan informasi secara jelas dan efektif sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan, analisis, dan komunikasi. Karena penyajian data yang baik membantu dalam mengidentifikasi pola, tren, dan anomali pada data, serta memudahkan khalayak dalam memahami dan menganalisis informasi yang disajikan.

d. Reduksi Data (*Data Reductio*)

Reduksi data merupakan proses pengurangan volume data tanpa mengorbankan nilai atau informasi penting yang terkandung di dalamnya. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data, mempercepat analisis dan meningkatkan kinerja model analisis. Proses ini sangat penting dalam menangani data besar (*big data*) dan memastikan bahwa analisis dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

e. Abstraksi Data (*Data Abtraction*)

Abstraksi data adalah proses menyederhanakan atau menggeneralisasikan data ke dalam bentuk tingkat yang lebih tinggi, dengan menghilangkan detail yang tidak penting atau tidak relevan. Tujuannya adalah untuk mengurangi kompleksitas data, memfasilitasi analisis, dan meningkatkan pemahaman tentang pola atau tren yang mendasarinya. Proses abstraksi dapat dilakukan dalam berbagai konteks, termasuk dalam analisis data, presentasi data, dan pemodelan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi temuan-temuan yang dihasilkan dari analisis data dan informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam. Pembahasan akan mencakup interpretasi dan pemahaman terhadap temuan tersebut. Berikut ini yang merupakan beberapa pembahasan yang ada dalam penelitian ini.

3.1 Lokasi Usaha

Mendapatkan lokasi yang tepat dan strategis itu adalah keinginan dari setiap pelaku usaha dan disatu pihak, ini juga sangat menguntungkan bagi pelaku usaha. Lokasi yang strategis merupakan salah satu unsur kunci keberhasilan suatu usaha. Setiap pelaku usaha tentunya mendambakan lokasi yang strategis karena berbagai alasan yang berdampak langsung pada profitabilitas dan pertumbuhan usahanya.

Lokasi yang strategis harus memiliki aksesibilitas yang tinggi, baik bagi pelanggan maupun pemasok. Aksesibilitas yang baik berarti tempat usaha mudah dijangkau dengan berbagai moda transportasi, baik pribadi maupun umum. Hal ini memastikan lebih banyak orang dapat menjangkau tempat usaha dengan mudah, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan dan potensi penjualan. *Traffic* pelanggan yang tinggi berarti usaha lebih berpeluang dilihat dan dikunjungi oleh calon pelanggan, sehingga meningkatkan peluang penjualan.

Selain aksesibilitas, tingkat keramaian pengunjung di sekitar lokasi usaha juga dinilai krusial oleh para narasumber. Mereka menyadari bahwa berada di tempat yang ramai, seperti di pusat aktivitas atau di sekitar kawasan perumahan dan pendidikan, membawa keuntungan besar bagi usahanya. Tingginya jumlah pengunjung tidak hanya meningkatkan *brand awareness* tetapi juga meningkatkan peluang interaksi dengan calon pelanggan. Dengan demikian, lokasi yang ramai memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Beberapa narasumber juga menyoroti pentingnya memiliki usaha di tempat-tempat yang menjadi pusat kegiatan sosial atau masyarakat pada umumnya. Mereka menyatakan bahwa lokasi yang menjadi tempat berkumpulnya orang-orang muda serta masyarakat pada umumnya, seperti loop graha, menciptakan peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih kuat dengan pengunjung setempat. Hal ini tidak hanya membantu dalam membangun loyalitas pelanggan tetapi juga meningkatkan citra bisnis mereka di mata pengunjung.

Tidak hanya itu, Lokasi yang strategis seringkali dikaitkan dengan citra dan reputasi yang baik. Memiliki usaha di lokasi yang prestisius memberikan kesan bahwa usaha tersebut sukses dan kredibel. Hal ini penting terutama bagi bisnis yang baru berkembang dan ingin membangun kepercayaan di mata pelanggan. Lokasi yang baik juga dapat menarik lebih banyak pelanggan berkualitas dan meningkatkan persepsi positif terhadap bisnis.

Selain itu, lokasi yang strategis juga berarti berada di tengah-tengah kompetitor. Meski sekilas terkesan merugikan, namun berada di lokasi yang sama dengan kompetitor bisa memberikan beberapa keunggulan kompetitif. Area yang ramai dengan usaha serupa akan menarik pelanggan yang mencari variasi dan perbandingan produk. Dalam konteks ini, bisnis yang berada di lokasi strategis lebih mungkin dilihat dan dipertimbangkan oleh pelanggan.

Lokasi yang strategis juga membuka peluang pertumbuhan dan ekspansi di masa depan. Lokasi yang baik dapat menjadi pusat jaringan bisnis yang lebih besar. Kemudahan akses, citra yang baik, dan potensi peningkatan pelanggan semuanya berkontribusi pada stabilitas bisnis yang lebih baik dan memungkinkan bisnis merencanakan ekspansi dengan lebih percaya diri. Lokasi yang strategis tidak hanya berdampak pada kondisi saat ini, namun juga rencana jangka panjang usaha.

Dengan Demikian, berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis, tingkat kepadatan pengunjung, tempat berkumpul, dan aksesibilitas yang mudah memang memberikan banyak manfaat bagi para pelaku usaha. Aksesibilitas yang mudah memungkinkan mereka menjangkau lebih banyak pelanggan, sementara keramaian pengunjung dan tempat berkumpul meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan calon pelanggan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan usaha dan perlu menjadi perhatian utama setiap pelaku usaha.

Hal ini dapat dibuktikan dari narasumber yang saya wawancarai. Lokasi loop graha yang menjadi salah satu tempat aktifitas orang-orang pada umumnya, tentu membuat pelaku usaha melihat adanya potensi bagi operasional usahanya, di mana disana terjadi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen baik secara langsung maupun online.

Menurut Sandra Fitriyani, & Trisna Murni Sri Warsono (2019). Tempat usaha yang strategis akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi para pebisnis, karena tempat usaha mudah dikenal dan mudah diakses oleh konsumen. Tempat usaha yang strategis, akan mempercepat keberhasilan usaha.

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan.

Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

Penentuan Lokasi, Levy dan Weitz (2007; dalam Afifudin, 2016) mengatakan bahwa pemilihan lokasi sangat penting dalam industri ini dikarenakan: Lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang diinginkan, Pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan, Pemilihan lokasi sangat beresiko

3.2 Fasilitas

Fasilitas adalah Segala hal yang mencakup perlengkapan dan kemudahan yang disediakan. Ketersediaan Fasilitas dapat meningkatkan kualitas pengalaman atau memenuhi kebutuhan pengguna atau pelanggan, baik itu dalam konteks bisnis, atau layanan publik lainnya. Dengan adanya fasilitas yang memadai, dapat meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha.

Fasilitas memang memegang peranan yang sangat penting dalam perkembangan perusahaan pada masa yang akan terus kembang. Selain itu, fasilitas juga dapat menunjang untuk mencapai tingkat kepuasan setiap konsumen, sehingga konsumen akan mau untuk kemabli membeli jasa yang ditawarkan. Dalam konteks penelitian di atas fasilitas yang ada di loop graha dapat memberikan keuntungan juga bagi pelaku usaha. Dalam hal ini sejalan dengan pemikiran yang disampaikan “Wibowo (2010) yang menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen”. Sain itu, Sriyani, N., & Hidayat, A. S. (2017), juga berpendapat bahwa “fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen”

Dalam penelitian ini, kelapan narasumber mempertimbangkan fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola loop graha dan yang tentunya dapat memberikan kepuasan dan keuntungan baik pelaku usaha maupun pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara, salah satu fasilitas yang paling diapresiasi oleh pelaku usaha di Loop Graha adalah tempat parkir yang cukup. Ketersediaan tempat parkir yang memadai sangat penting untuk menjamin pengunjung merasa nyaman pada saat kedatangan dan tidak kesulitan dalam mencari tempat parkir.

Lahan parkir yang cukup tidak hanya meningkatkan kenyamanan bagi pengunjung namun juga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan. Pengunjung yang merasa nyaman dan tidak tertekan untuk mencari tempat parkir cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi, sehingga dapat berdampak positif terhadap pendapatan pelaku usaha di Loop Graha. Maka dari itu, Lahan parkir merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan pelaku usaha. Menurut Tjiptono (2005; dalam Sakdiyah, 2016) pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang cermat. Diantaranya Lahan parkir. Lahan parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Restoran yang memiliki tempat/lahan parkir kecil akan menyebabkan tempat parkir tersebut mudah penuh, hal tersebut akan berdampak pada konsumen, yaitu konsumen tidak bisa parkir di lokasi tujuan atau harus parkir ditempat yang agak jauh.

Selain itu, Pasokan air yang lancar juga merupakan fasilitas penting yang diidentifikasi oleh para narasumber. Air yang tersedia dan mudah dijangkau di seluruh kawasan Loop Graha sangat penting untuk berbagai kebutuhan pokok, baik bagi pelaku usaha untuk keberlangsungan operasional maupun bagi pengunjung.

Kemudia, Kebersihan juga menjadi aspek krusial yang sangat diperhatikan oleh pelaku usaha di Loop Graha. Fasilitas yang bersih membuat lingkungan semakin nyaman dan menyenangkan untuk dikunjungi. Maka tidak heran ketika pelaku usaha mempertimbangkan dan mengapresiasi kebersihan di loop. Selain itu, Pengelolaan kebersihan yang baik juga mencerminkan profesionalisme dan perhatian pengelola terhadap kebutuhan pelaku usaha

hingga pengunjung. Hal ini juga dapat meningkatkan citra Loop Graha di mata pelaku usaha bahkan yang tidak terkecuali adalah pengunjung, yang pada akhirnya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Selain itu yang tidak kalah pentingnya adalah Keamanan. Keamanan merupakan fasilitas yang sangat dihargai oleh narasumber. Perlu disadari bahwa fasilitas keamanan merupakan segala sesuatu yang dirancang dan diterapkan untuk melindungi keamanan fisik, keamanan informasi, dan keselamatan individu serta aset dalam suatu lingkungan, termasuk lingkungan usaha. Maka dari itu, beberapa narasumber mengungkapkan bahwa keamanan merupakan salah satu pertimbangan walaupun itu bukan suatu pertimbangan utama. Dengan adanya petugas keamanan dan sistem keamanan yang baik seperti CCTV memberikan rasa aman bagi pelaku usaha bahkan untuk kenyamanan pengunjung. Keamanan yang baik tidak hanya melindungi pengunjung dan pelaku usaha dari potensi kejahatan, namun juga meningkatkan kepercayaan diri mereka saat berada di lokasi. Rasa aman ini membuat pengunjung dapat menikmati waktunya tanpa rasa khawatir, sehingga dapat mendorong mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan uang di Loop Graha.

3.3 Lingkungan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor kunci yang dapat menentukan sukses atau tidaknya sebuah bisnis. Menurut Tjiptono (2005; dan Sakdiyah, 2016), pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang matang terhadap faktor lingkungan. Hal ini dikarenakan lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis. Lingkungan sekitar juga harus disesuaikan dengan target pasar. Misalnya restoran atau rumah makan yang berdekatan dengan tempat kost, asrama, kampus mahasiswa, sekolah, dan perkantoran, cenderung memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan.

Dari penelitian yang dilakukan, delapan narasumber menyatakan mempertimbangkan faktor lingkungan dalam memilih lokasi usaha. Mereka memilih Loop Graha sebagai lokasi usahanya karena berbagai alasan terkait lingkungan sekitar. Loop Graha dikenal sebagai tempat yang tidak pernah sepi pengunjung. Hal ini menjadi faktor penting karena keramaian menandakan potensi pasar yang besar. Tingginya jumlah pengunjung harian memastikan bahwa bisnis yang didirikan di sana memiliki aliran pelanggan yang konsisten. Menurut narasumber, lokasi yang selalu ramai ini dapat membantu mereka menarik pelanggan dengan lebih efektif.

Loop Graha terletak di tengah-tengah aktivitas masyarakat sehingga mudah diakses oleh berbagai kalangan. Lokasi yang menjadi pusat aktivitas masyarakat cenderung lebih mudah dijangkau dan lebih menarik bagi pelanggan yang mencari kemudahan dan aksesibilitas. Hal ini penting terutama bagi bisnis yang membutuhkan interaksi tinggi dengan pelanggan, seperti restoran atau rumah makan dan kafe.

Selain itu, beberapa narasumber juga menyoroti bahwa Loop Graha merupakan tempat yang bagus dan nyaman karena lingkungannya yang ramah dan terawat. Faktor kenyamanan ini tidak hanya menarik pengunjung untuk datang, namun juga membuat mereka betah berlama-lama, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Tempat yang nyaman juga menciptakan citra positif bagi pelaku usaha yang beroperasi di sana.

Kemudian, Lingkungan sekitar loop graha yang dekat dengan sekolah dan universitas menjadi faktor penentu lainnya. Kedekatannya dengan institusi pendidikan memungkinkan pelaku usaha menjangkau segmen pasar yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa. Kelompok ini biasanya mempunyai kebutuhan konsumsi yang tinggi, mulai dari kebutuhan makan hingga kebutuhan rekreasi dan hiburan. Selain itu, pelajar dan mahasiswa seringkali menjadi *trendsetter* yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen lainnya.

Dari hasil wawancara dengan narasumber, peneliti melihat bahwa kelapan narasumber memilih loop graha, dengan alasan karena loop graha memiliki pengunjung yang tidak pernah sepi, lokasi yang berada di tempat aktivitas masyarakat pada umumnya, dekat dengan pusat pendidikan seperti sekolah dan universitas.

Pemilihan lokasi usaha dengan mempertimbangkan faktor lingkungan merupakan langkah strategis yang dapat memberikan banyak manfaat. Dari wawancara dengan delapan narasumber, terlihat bahwa lingkungan sekitar Loop Graha yang mendukung aktivitas masyarakat, keramaian pengunjung, kenyamanan, dan kedekatan dengan institusi pendidikan menjadi alasan utama mereka memilih lokasi tersebut. Dengan memahami pentingnya faktor-faktor ini dan menerapkannya dalam strategi pemasaran, sebuah bisnis dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutannya.

3.4 Traffic

Traffic adalah salah satu faktor kunci yang harus dipertimbangkan oleh setiap pelaku usaha, terutama startup. Traffic dan kualitas yang tinggi dapat menjadi indikator penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Dalam konteks Loop Graha, potensi lalu lintas yang baik menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku usaha khususnya di bidang kuliner. Melalui wawancara mendalam dengan narasumber, peneliti mengidentifikasi beberapa aspek yang menonjol terkait potensi Traffic di Loop Graha.

Loop Graha banyak menawarkan produk kuliner yang beragam sehingga menarik pengunjung yang mencari variasi dan kualitas makanan. Keberagaman inilah yang menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Keberagaman produk kuliner menciptakan ekosistem yang dinamis di Loop Graha. Pengunjung memiliki lebih banyak pilihan dan alasan untuk kembali, yang pada akhirnya meningkatkan retensi pelanggan. Bagi pelaku bisnis, hal ini juga berarti terdapat peluang untuk berinovasi dan menawarkan produk unik agar menonjol dalam persaingan. Variasi kuliner yang ada mendorong kreativitas dan meningkatkan kualitas secara keseluruhan, karena setiap bisnis berupaya melakukan yang terbaik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Letak Loop Graha yang strategis dekat dengan perumahan penduduk dan pusat kegiatan masyarakat menjadikannya tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen. Kedekatan ini tidak hanya mengurangi waktu perjalanan pelanggan tetapi juga meningkatkan frekuensi kunjungan karena konsumen cenderung memilih tempat yang mudah dijangkau. Jadi, para pelaku usaha bisa memanfaatkan kedekatan ini untuk meningkatkan penjualan, terutama pada jam makan siang dan makan malam. Tidak hanya itu, Loop Graha juga memiliki daya tarik yang luas, menjangkau berbagai segmen konsumen. Mulai dari anak sekolah, mahasiswa, hingga generasi muda pada umumnya. Kehadiran segmen yang beragam tersebut menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan berbagai kebutuhan dan preferensi konsumen. Misalnya, bisnis makanan cepat saji dapat menargetkan ke anak-anak sekolah dan mahasiswa, sedangkan kafe yang menawarkan suasana nyaman dapat menarik para profesional muda yang mencari tempat untuk bekerja atau bersantai.

Loop Graha dikenal sebagai tempat yang setiap harinya selalu ramai dikunjungi oleh berbagai kalangan, baik itu karyawan, pelajar, mahasiswa, dan generasi muda lainnya. Salah satu narasumber menyatakan, "Kehadiran banyak usaha di sekitar membuat tempat ini menjadi pusat aktivitas yang sangat potensial." Hal ini menunjukkan bahwa Loop Graha tidak hanya menjadi destinasi berbagai kegiatan namun juga menjadi pusat keramaian yang menarik banyak pengunjung. Ramainya pengunjung di Loop Graha memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Volume Traffic yang tinggi memungkinkan bisnis kuliner mencapai skala ekonomi yang menguntungkan dengan lebih cepat. Selain itu, keramaian ini menciptakan lingkungan

yang kompetitif namun sehat, di mana bisnis baru dapat belajar dan beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan pasar.

4. KESIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertimbangan pelakau usaha dalam memilih Loop Graha sebagai tempat usaha adalah pertimbangan lokasi, pertimbangan fasilitas, pertimbangan lingkungan dan pertimbangan Traffic.

Saran

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melaksanakan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini tentu belum sempurna. Jadi masih terdapat hal-hal yang perlu dilakukan selanjutnya, dan saya sebagai penulis menyarankan untuk:

1. **Perkara Lokasi:** Pemilihan lokasi usaha yang strategis penting untuk dilakukan dengan memperhatikan aksesibilitas, tingkat keramaian, dan karakteristik pasar sekitar. Perlu juga untuk memperhatikan faktor-faktor seperti persaingan, fasilitas pendukung, serta risiko dan peraturan yang berlaku. Dengan mempertimbangkan semua ini, maka dapat memberikan keputusan yang lebih baik demi kesuksesan suatu usaha.
2. **Perkara Fasilitas:** Guna meningkatkan kualitas pelayanan di Loop Graha, beberapa saran terkait fasilitas dapat menjadi pertimbangan. Pertama, memperhatikan ketersediaan lahan parkir yang memadai. Kedua, perlu menjaga kebersihan lingkungan dengan sistem pengelolaan sampah yang baik. Ketiga, menjamin kelancaran pasokan air untuk operasional usaha yang berkelanjutan. Kemudian, perkuat sistem keamanan dengan pemasangan CCTV dan peningkatan penjagaan.
3. **Perkara Lingkungan:** Penting untuk memperhatikan lingkungan sekitar ketika memilih lokasi usaha. Faktor-faktor seperti kepadatan penduduk, keragaman demografi, dan potensi pertumbuhan lingkungan merupakan kunci dalam menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan. Dengan memahami lingkungan sekitar dengan baik. Maka, dapat memaksimalkan peluang pasar dan mengurangi risiko dalam menjalankan usahanya.
4. **Perkara Traffic:** Terus berinovasi dan menambah variasi produk untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, Meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.
5. **Untuk peneliti selanjutnya:** Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya. Dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan metode yang lebih detail dan sampel yang lebih representatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika bisnis dalam pemilihan lokasi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi tren jangka panjang dalam perilaku konsumen dan perekonomian lokal yang dapat mempengaruhi keberlanjutan bisnis di suatu lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashutosh Dixit, Candice Close, Nazli Turken (2019) "Pemilihan Lokasi Bisnis: Implikasi Strategis dan Pengaruhnya pada Kesuksesan Perusahaan."
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Alcacer, J. (2006). Location Choices Across the Value Chain: How Activity and Capability Influence Collocation. *Management Science*, 52, 1457-1471
- Adli Lazuardi, & Elly Purnamasari. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Industri Amplang di Kota Samarinda. *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis*, 8(1), 1–18.

- Chase, R. B., Aquilano, N. J., & Jacobs, F.R. (2004). Operations Management MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN Vol. 30 No. 1 Januari 2015
- Fitriani, F., & Bafadal, A. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI RITEL MODERN DI KOTA KENDARI. *Jurnal Perencanaan Wilayah*, 1(1).
- Indarti, N. (2004). Business Location and Success: The Case of Internet Cafe Business in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171-192.
- Ikhsaniyah dan Soesatyo (2015) "Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Bisnis: Studi Kasus pada Usaha Mikro dan Kecil di Yogyakarta."
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Macpal, H. L., & Novi, C. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha Pada Bisnis Chicken Tong. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 163-169.
- Nanda, Y., & Fikriah. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 1(1), 270–281.
- Putra W. A. Nawasiah N. Widyaningsih M. (2020) "Peran Lokasi Usaha dalam Perkembangan Perusahaan."
- Rismaningrum (2017) "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha dan Dampaknya terhadap Keberhasilan Bisnis: Studi Kasus pada Usaha Restoran di Semarang."
- Sandra Fitriyani, Trisna Murni Sri Warsono (2019) "Strategi Pemilihan Lokasi Usaha yang Strategis untuk Mempercepat Keberhasilan Bisnis."
- Sutanto, T. W., & Kartika, U. W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 1(1), 1–14.
- Schmenner, R. W. (1994). Service Firm Location Decisions: Some Midwestern Evidence. *International Journal of Service Industry*, 35-56.
- Tarigan, R. 2006. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksa