

PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA BERSKALA MIKRO/KECIL DI KOMPLEK *SHOPPING CENTRE* JEPARA

Eko Nur Fu'ad

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Email: ekonfuad@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha pada usaha berskala mikro/ kecil di kompleks *Shopping Centre* Jepara. Obyek penelitian adalah seluruh pemilik usaha mikro/kecil yang berada di kompleks SCJ Jepara sejumlah 87 responden. 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. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *adjusted R²* sebesar 68%. Ketiga variabel independen yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kesuksesan usaha yaitu variabel biaya lokasi sebesar 46%. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kondisi lingkungan dan kedekatan dengan infrastruktur masing-masing berpengaruh sebesar 25% dan 24%. Dari hasil penelitian ini, disarankan bahwa dalam pemilihan lokasi usaha, sebaiknya pemilik usaha lebih memperhitungkan biaya yang dikeluarkan.

Kata kunci : Infrastruktur, Lingkungan, Biaya Lokasi, Kesuksesan Usaha

Abstract

This study aimed to examine the effect of the choice of location for the success of the business on a micro-scale enterprises / small Shopping Centre complex Jepara. The object of the research is all micro business owners / small complex at the SCJ Jepara which totally 87 respondents. Data obtained by the census method, the results are processed by multiple regression analysis. This study proves that the factors examined in determining business location (close to the infrastructure, environmental conditions as well as cost locations) have positive and significant effect on business success. The choice of location in order to achieve business success can be explained by the variation of the three independent variables of research that is close to the infrastructure, environmental conditions and location costs. This is evidenced by adjusted R² value of 68%. These three independent variables that have the greatest influence on the success of the business is the variable costs of 46% locations. Meanwhile, two other variables, namely environmental conditions and proximity to infrastructure influential respectively by 25% and 24%. From these results, it is suggested that in selecting a business location, business owners should better take into account the costs incurred.

Keywords: Infrastructure, Environment, Cost Locations, Business Success

PENDAHULUAN

Latar Belakang

“Pemilihan lokasi suatu organisasi (perusahaan) akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Sebagai contoh, biaya transportasi saja bisa mencapai 25% harga jual produk (tergantung kepada produk dan tipe produksi atau jasa yang diberikan). Hal ini berarti bahwa seperempat total pendapatan perusahaan mungkin dibutuhkan hanya untuk menutup biaya pengangkutan bahan mentah yang masuk dan produk jasa yang keluar dari perusahaan.” (Heizer & Render, 2006)

Pemilihan lokasi usaha secara efektif berarti menghindari risiko negatif seminimal mungkin atau dengan kata lain mendapatkan lokasi yang memiliki risiko positif paling maksimal. Pemilihan lokasi juga akan berdampak pada biaya-biaya yang muncul dikemudian hari akibat telah dipilihnya suatu daerah/ lokasi sebagai tempat usaha.

Pertimbangan pemilihan lokasi usaha akan berbeda ketika tipe bisnis yang akan dijalankan juga berbeda. Perusahaan industri biasanya menggunakan *cost minimizing strategy* (strategi minimalisasi biaya). Dilain pihak, usaha jasa biasanya menggunakan *revenue maximizing strategy* (strategi maksimalisasi pendapatan). Sedangkan untuk pemilihan lokasi gudang, biasanya ditentukan dengan meng-kombinasikan faktor biaya dan kecepatan pengiriman. Dari berbagai strategi pemilihan lokasi, semua bertujuan memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai prioritas tersendiri dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Sebagian perusahaan mengutamakan lokasi yang berdekatan dengan pasar, tapi sebagian yang lain lebih memilih berdekatan dengan penyedia bahan dan komponen produknya.

Beberapa perusahaan lain lebih mementingkan ketersediaan tenaga kerja yang dibutuhkan sehingga memilih lokasi usaha dimana para pekerjanya bertempat tinggal.

Bisa dijelaskan bahwa setiap perusahaan mempunyai alasan masing-masing dalam memilih lokasi usaha, akan tetapi semua bermuara pada tujuan yang sama yaitu untuk memaksimalkan laba.

Lokasi usaha yang strategis bersifat individual perusahaan, dimana persoalan tersebut sering disebut pendekatan “situasional” atau “*contingency*” dalam membuat keputusan, bila dinyatakan secara sederhana, “semuanya bergantung”.

“Faktor-faktor yang secara umum perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, adalah: lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, ketersediaan tenaga kerja, kedekatan dengan bahan mentah dan *supplier*, fasilitas dan biaya transportasi, sumber daya alam lain. Selain faktor-faktor tersebut, berbagai faktor lainnya berikut ini perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi: harga tanah, dominasi masyarakat, peraturan-peraturan tenaga kerja (*labor laws*) dan relokasi, kedekatan dengan pabrik-pabrik dan gudang-gudang lain perusahaan maupun para pesaing, tingkat pajak, kebutuhan untuk ekspansi, cuaca atau iklim, keamanan, serta konsekuensi pelaksanaan peraturan tentang lingkungan hidup.” (Handoko T. H., 2000)

Penelitian mengenai penentuan atau pemilihan lokasi usaha banyak dilakukan dalam memilih lokasi pabrik, bisnis ritel dan gudang. Analisis pemilihan lokasi usaha tidak hanya dilakukan perusahaan berskala besar saja, akan tetapi usaha berskala mikro/ kecil juga memerlukan strategi pemilihan lokasi yang tepat agar usaha dapat terus dijalankan.

Kesuksesan usaha dipengaruhi banyak sekali faktor, salah satunya penentuan lokasi yang tepat sebelum usaha dijalankan. Hal tersebut juga berlaku bagi usaha berskala mikro/ kecil. Berdasarkan penelitian yang ada, usaha mikro/ kecil

lebih mudah mencapai kesuksesan jika memilih lokasi yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga bisa memberikan pelayanan yang maksimal.

Keberadaan kompleks SCJ merupakan daya tarik bagi seseorang untuk memulai usaha. Hal tersebut merupakan dampak terciptanya pasar potensial dengan keberadaan SCJ itu sendiri. Intensitas pengunjung yang tinggi ataupun orang yang melalui jalur di sepanjang SCJ merupakan pasar yang potensial sekali untuk menjadikan SCJ sebagai lokasi menjalankan usaha/ bisnis. Hal tersebut yang menjadi penyebab fenomena menjamurnya usaha yang dijalankan di kompleks SCJ.

Bagi usaha mikro/ kecil, lokasi yang strategis merupakan faktor yang menduduki prioritas utama jika dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain. Hal tersebut berimplikasi terhadap kesediaan para pengusaha untuk membayar biaya yang lebih tinggi demi mendapatkan lokasi usaha yang strategis dengan harapan memperoleh pendapatan yang lebih besar. Hal itu juga terjadi pada usaha mikro/ kecil yang berada di kompleks SCJ, dimana para pengusaha tidak mepedulikan harga sewa yang tinggi dengan alasan keberadaan SCJ yang berada pusat kota dan tempat konsentrasi massa. Mereka rela mengeluarkan dana yang tidak sedikit guna mendapatkan kesempatan membuka usaha di kompleks SCJ dengan harapan bisa memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dari keberadaan pasar potensial akibat adanya konsentrasi masyarakat. Selain faktor biaya, kedekatan lokasi usaha dengan infrastruktur dan kondisi lingkungan merupakan faktor-faktor yang wajib dipertimbangkan pengusaha sebelum memulai usaha.

Dewasa ini, usaha mikro / kecil mengalami peningkatan yang signifikan dibanding dekade sebelumnya. Berbagai macam usaha baru atau pun jenis usaha lama yang sudah dilengkapi dengan peralatan modern banyak bermunculan. Jenis-jenis usaha tersebut diantaranya usaha foto copy, laundry, bengkel, counter HP lengkap dengan jasa service, café lengkap

dengan *hot spot area*, jasa perawatan tubuh, warnet, jasa pencucian motor, dan banyak lagi jenis usaha.

Salah satu strategi bisnis adalah pemilihan lokasi usaha dimana dalam pelaksanaannya pemilik usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi usaha yang berdekatan dengan sasaran/ target pasar bertujuan memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Disamping dekat dengan target pasar, pemilihan lokasi usaha juga perlu mempertimbangkan keberadaan infrastruktur yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha.

Jenis usaha fotocopy, warnet, service komputer, service HP, ketersediaan listrik merupakan prioritas utama untuk jalannya kegiatan usaha, karena saat listrik padam maka berbagai jenis usaha tersebut akan terhenti. Ketersediaan air juga menjadi kebutuhan utama untuk jenis usaha pencucian motor, akan tetapi untuk jenis usaha jasa pencucian (*laundry*) dan salon kecantikan ketersediaan kedua infrastruktur tersebut (listrik dan air) menjadi hal pokok untuk berjalannya kegiatan usaha. Selain kedekatan dengan target pasar ataupun ketersediaan infrastruktur, ada banyak faktor lain yang dijadikan pertimbangan untuk pemilihan lokasi usaha, tetapi semua memiliki satu tujuan yaitu pencapaian kesuksesan usaha.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

Pemilihan Lokasi Usaha

“Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan

bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut.” (Indarti, 2004) Akan tetapi penelitian tentang pemilihan lokasi usaha sektor manufaktur, perusahaan besar, serta industri teknologi tinggi, dimana pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan biaya transportasi bahan produksi masih sangat dominan.

Lokasi usaha merupakan faktor pemicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga hal tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis atau sebaliknya menghancurkan sebuah usaha. Ketika usaha sudah diputuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka konsekuensinya biaya-biaya yang muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut harus ditanggung pemilik usaha.

Lokasi usaha yang berdekatan dengan target pasar akan memungkinkan sebuah usaha dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dan keunggulan lainnya dapat menghemat biaya pengiriman. Akan tetapi ketika seorang pemilik usaha dihadapkan untuk memilih salah satu dari kedua keunggulan tersebut, biasanya pengusaha akan lebih mementingkan pemberian pelayanan terbaik kepada konsumen.

“Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi antara lain: lingkungan masyarakat, ketersediaan sumber alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, ketersediaan transportasi, pembangkit tenaga serta ketersediaan tanah untuk perluasan usaha. Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat di suatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif didirikannya suatu tempat usaha di daerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha di daerah tersebut. Tingkat kepadatan penduduk dan karakteristik masyarakat menjadi faktor penting dalam mempertimbangkan lokasi usaha. Basis perekonomian yang tersedia seperti: potensi pertumbuhan, industri daerah setempat, fasilitas keuangan dan fluktuasi karena faktor musiman di daerah

sekitar harus diperhatikan juga dalam pemilihan lokasi usaha.” (Harding, 1978)

“Suatu perusahaan juga senang berdekatan dengan pesaingnya. Kecenderungan ini disebut dengan *clustering*, hal tersebut terjadi ketika sumber daya utama ditemukan di suatu wilayah. Sumber daya ini meliputi sumber daya alam, informasi dan juga bakat. Lokasi usaha yang berdekatan dengan pesaing, memungkinkan perusahaan melakukan strategi kompetisi baik dalam kepemimpinan harga ataupun jasa lain yang diberikan kepada konsumen. Pengusaha harus mengenali jumlah dan ukuran usaha pesaing serta situasi persaingan yang ada di wilayah tersebut.” (Alcacer, 2006)

Biaya tanah serta pajak lokal merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha, meskipun sebagian orang menganggap relatif tidak penting. Biaya tempat berikut pajaknya, mungkin hanya kisaran 3% atau kurang dari 10% dari keseluruhan biaya fasilitas.

Pemilihan lokasi usaha juga mempertimbangkan jarak dari para pemasok/ *supplier*. Semakin jauh lokasi suatu perusahaan dari *supplier*-nya, maka semakin tinggi pula biaya distribusi dimana hal tersebut akan berdampak pada harga jual produk tidak dapat bersaing di pasar. *Supplier* mempunyai pengaruh terhadap perusahaan dalam berbagai aspek seperti kecepatan penyediaan, kualitas barang yang tetap terjaga, biaya pengiriman, sehingga lokasi yang dekat dengan *supplier* menjadi hal yang perlu dijadikan pertimbangan sebelum menentukan lokasi usaha.

Ketersediaan tenaga kerja baik yang terdidik maupun terlatih merupakan faktor tak kalah penting. Jika suatu usaha lebih banyak memerlukan tenaga kerja *unskilled*, maka akan lebih baik jika penentuan lokasi usaha mendekati kantong-kantong tenaga kerja yang dibutuhkan tersebut.

Hampir keseluruhan jenis usaha membutuhkan tenaga listrik dimana hal ini akan berpengaruh pula pada proses pemilihan lokasi usaha. Ketersediaan sumber tenaga listrik, saluran air bersih,

kondisi jalan serta sarana transportasi yang ada menjadi faktor penting dalam pemilihan lokasi usaha.

Ketersediaan tanah yang luas juga menjadi pertimbangan pengusaha untuk menentukan lokasi usaha jika di masa mendatang direncanakan melakukan ekspansi usaha.

Berikut adalah faktor-faktor yang dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha:

1. Kedekatan dengan konsumen (Schmenner, 1994);
2. Kedekatan dengan sekolah/ universitas (O'Mara, 1999);
3. Kedekatan dengan perumahan/ pemukiman (Schmenner, 1994);
4. Kedekatan dengan pesaing (Schmenner, 1994), (Alcacer, 2006), (Tjiptono, 2007), (Handoko T. H., 2000);
5. Kemampuan peralatan/ perlengkapan usaha (Schmenner, 1994);
6. Adanya lahan parkir yang memadai (Schmenner, 1994), (Tjiptono, 2007);
7. Infrastruktur yang lengkap (O'Mara, 1999);
8. Kedekatan dengan supplier (Handoko T. H., 2000);
9. Besarnya pajak (Handoko T. H., 2000);
10. Kedekatan dengan jalan (Schmenner, 1994);
11. Tingkat keamanan (Handoko T. H., 2000);
12. Harga sewa tempat usaha (Schmenner, 1994), (Handoko T. H., 2000).

Berdasarkan banyak penelitian yang telah dilakukan terdapat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi usaha, tentunya disesuaikan dengan jenis usaha yang akan dijalankan.

“Dalam pengukuran kesuksesan bisnis dapat berbeda antara satu usaha dengan yang lain atau antara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Namun, kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari data subjektif ataupun objektif atas berbagai aspek, misalnya pertumbuhan penjualan, pangsa pasar yang dimiliki, dan

tingkat keuntungan yang dicapai.” (Indarti, 2004).

Dua metode pengukuran kesuksesan usaha yang biasa digunakan adalah metode finansial dan non-finansial. Metode finansial biasa dikaitkan dengan tingkat profitabilitas usaha/ *Return on Investment (ROI)* dengan jalan membuat perbandingan antara biaya operasional dengan keuntungan. Sedangkan metode non-finansial dilakukan dengan melakukan penilaian kualitas produk yang dihasilkan, produktivitas, tingkat persediaan, fleksibilitas, tingkat kecepatan pengiriman, serta kesejahteraan pegawai.

Selain kedua metode yang telah disebut sebelumnya, kesuksesan usaha dapat diukur dengan melihat tingkat kecepatan pencapaian titik impas usaha/ *Break Event Point (BEP)*. Metode ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi biaya-biaya yang mungkin muncul dari tiap-tiap alternatif lokasi yang akan dipilih.

Pemilihan Lokasi Usaha

“Penelitian tentang pemilihan lokasi usaha telah banyak dilakukan. Pemilihan lokasi usaha dianggap sebagai sebuah keputusan investasi yang mempunyai tujuan strategis, sebagai contoh untuk mempermudah akses pelanggan.” (Schmenner, 1994)

Bagi usaha mikro / kecil, lokasi yang strategis seringkali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi usaha mikro/ kecil seharusnya adalah pada volume bisnis dan pendapatan. Pemilihan lokasi usaha mikro/ kecil lebih memilih lokasi yang dekat dengan konsumen dengan mempertimbangkan adanya akses jalan, tempat parkir, dan lokasi usaha yang aman. Usaha mikro/ kecil memilih lokasi usaha yang sestrategis mungkin karena lokasi merupakan penentu utama pendapatan. Lain halnya dengan strategi pemilihan lokasi usaha manufaktur dimana lokasi sebagai penentu utama biaya, sebab pemilihan lokasi usaha akan berpengaruh besar kecilnya biaya

transportasi bahan mentah maupun produk jadi.

“Keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha mikro/ kecil dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Kriteria pemilihan lokasi usaha tersebut diantaranya adalah iklim bisnis, lingkungan masyarakat, jarak ke pelanggan, infrastruktur, total biaya yang harus dikeluarkan, kualitas tenaga kerja, supplier, dan besar kecilnya pengaruh pajak.” (Chase, Aquilano, & Jacobs, 2004)

“Dalam mempelajari pemilihan lokasi usaha dikembangkan suatu pendekatan, dimana terdiri atas dua tahap, pertama pemilihan area yang akan dijadikan tempat usaha secara umum, dan kedua memilih lokasi usaha dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dimaksud dibedakan menjadi dua yaitu “*Musts*” dan “*Wants*”, dimana pemilik usaha menentukan lokasi usaha yang memenuhi kriteria “*Musts*”, baru kemudian mempertimbangkan kriteria “*Wants*” dari lokasi usaha tersebut.” (Schmenner, 1994)

Strategi Lokasi Usaha

Metode analisis pemilihan lokasi usaha yang ada belum dapat menentukan lokasi suatu usaha secara tepat. Dalam pemilihan lokasi usaha hendaknya pemilik usaha memilih lokasi yang paling minim risiko, karena tidak menutup kemungkinan masalah-masalah dapat terjadi di masa yang akan datang. Kemungkinan masalah yang muncul tersebut antara lain peraturan tempat usaha, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, supply tenaga kerja, ketersediaan air, pembuangan limbah, biaya transportasi.

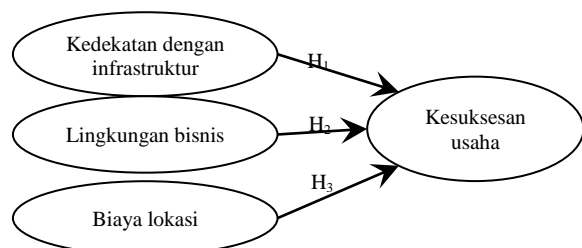
“Beberapa faktor berikut perlu dipertimbangkan secara cermat dalam pemilihan lokasi usaha:

1. Akses
Lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui sarana transportasi umum;
2. Visibilitas
Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;

3. Lalu lintas (*traffic*), dimana terdapat dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang melintasi daerah tersebut bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*;
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulans;
4. Tempat parkir yang luas dan aman;
5. Ekspansi, yaitu tersedia tanah/ tempat yang cukup luas untuk keperluan perluasan usaha dikemudian hari;
6. Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan sekolah, kampus atau perkantoran;
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi warnet, perlu dipertimbangkan apakah daerah yang sama sudah banyak berdiri warnet;
8. Peraturan pemerintah, misalnya adanya larangan untuk berjualan produk makanan di kawasan tertentu, larangan usaha reparasi (bengkel) kendaraan bermotor di daerah pemukiman penduduk, dsb.” (Tjiptono, 2007)

Kerangka Pemikiran

Secara sistematis, alur pikir penelitian ini adalah seperti Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ = Kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

H₂ = Kondisi lingkungan bisnis berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

H₃ = Biaya lokasi berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini ialah kesuksesan usaha dijadikan variabel terikat, dimana dapat diukur dengan melihat tingkat kedatangan pelanggan, kecepatan usaha mencapai *break event point (BEP)*/ titik impas, tingkat pertumbuhan laba bersih, tingginya persentase *return on investment (ROI)*/ tingkat profitabilitas usaha, serta tingkat pencapaian *real profit*.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas penelitian ini adalah faktor-faktor yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha, yaitu:

X1 : Kedekatan dengan Infrastuktur

Kedekatan dengan infrastruktur diartikan sebagai persepsi pemilik usaha terhadap ketersediaan air bersih, pasokan listrik, keberadaan jalan beraspal, ketersediaan lahan parkir di lokasi usaha.

X2 : Kondisi Lingkungan Bisnis

Kondisi lingkungan bisnis diartikan sebagai persepsi pemilik usaha tentang kedekatan lokasi usaha dengan konsumen, pesaing, jenis usaha lain, pemasok (*supplier*).

X3 : Biaya Lokasi

Biaya lokasi diartikan sebagai persepsi pemilik usaha tentang biaya sewa tempat, kebutuhan renovasi/ penataan tempat usaha, tarif pajak yang harus dibayar, serta tingkat suku bunga.

Guna mengukur tingkat kesuksesan usaha serta persepsi, sikap dan pendapat seseorang dalam pemilihan lokasi usaha, digunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5, dimana angka 1 berarti sangat tidak setuju dan angka 5 berarti sangat setuju.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pemilik usaha berskala mikro/ kecil yang berada di komplek *Shopping Centre* Jepara yang berjumlah 73 jenis usaha, dimana seluruh anggota populasi dijadikan responden (metode sensus).

Sumber Data dan Metode Analisis

Data penelitian berupa data primer, diperoleh langsung dari lapangan baik dengan cara observasi maupun wawancara kepada responden. Observasi dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada seluruh pemilik usaha mikro/ kecil di komplek *Shopping Centre* Jepara.

Peneliti menggunakan Analisis Regresi Berganda untuk menganalisis data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Keseluruhan pertanyaan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid berdasarkan hasil uji validitas sebagaimana Tabel 1.

Berdasarkan uji validitas pada Tabel 1 terbukti bahwa koefisien r-hitung masing-masing indikator lebih besar daripada koefisien r-tabel sebesar 0,230. Demikian juga tingkat kemungkinan kesalahan (*sig*) dari keseluruhan indikator bernilai di bawah 0,05 sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r- hitung	P- value	Keterangan
X1	1	0,752	0,000	Valid
	2	0,488	0,000	Valid
	3	0,663	0,000	Valid
	4	0,765	0,000	Valid
	5	0,768	0,000	Valid
X2	6	0,692	0,000	Valid
	7	0,620	0,000	Valid
	8	0,550	0,000	Valid
	9	0,686	0,000	Valid
	10	0,698	0,000	Valid
X3	11	0,612	0,000	Valid
	12	0,694	0,000	Valid
	13	0,622	0,000	Valid
	14	0,794	0,000	Valid
	15	0,599	0,000	Valid
Y	16	0,565	0,000	Valid
	17	0,677	0,000	Valid
	18	0,670	0,000	Valid
	19	0,594	0,000	Valid
	20	0,664	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

Data dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai alpha lebih dari 0,6. Hasil uji reliabilitas sebagaimana Tabel 2.

Tabel 2. Pengujian Reliabilitas

Variabel	R Hitung	Alpha	Ket.
Kedekatan dengan Infrastruktur (X ₁)	0,722	0,6	Reliabel
Kondisi lingkungan bisnis (X ₂)	0,660	0,6	Reliabel
Biaya Lokasi (X ₃)	0,684	0,6	Reliabel
Kesuksesan Usaha (Y)	0,631	0,6	Reliabel

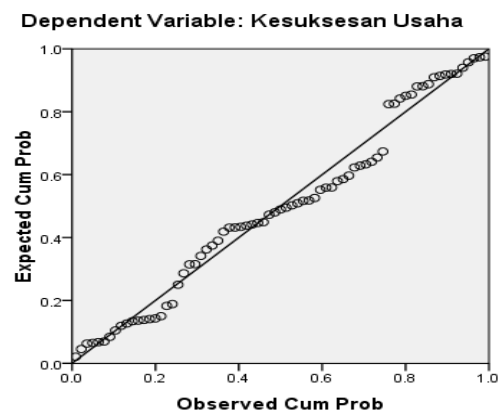
Dari Tabel 2 terbukti bahwa seluruh variabel penelitian bernilai alpha lebih dari 0,6 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui adanya variabel pengganggu dalam model regresi. Jika variabel pengganggu/*residual* berdistribusi normal atau membentuk garis lurus diagonal, maka data penelitian dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Grafik *Scatter Plot* Uji Normalitas

Berdasarkan grafik *scatter plot* dapat dilihat bahwa variabel pengganggu berdistribusi normal, artinya model regresi layak digunakan.

Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan mengetahui adanya multikolinieritas (adanya hubungan antar variabel independen) dalam model regresi. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai statistik *Tolerance* dan VIF. Berikut tabel hasil pengujian multikolinieritas.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kedekatan dengan infrastruktur (X ₁)	0,451	2,219
Kondisi lingkungan bisnis (X ₂)	0,573	1,744
Biaya lokasi (X ₃)	0,493	2,027

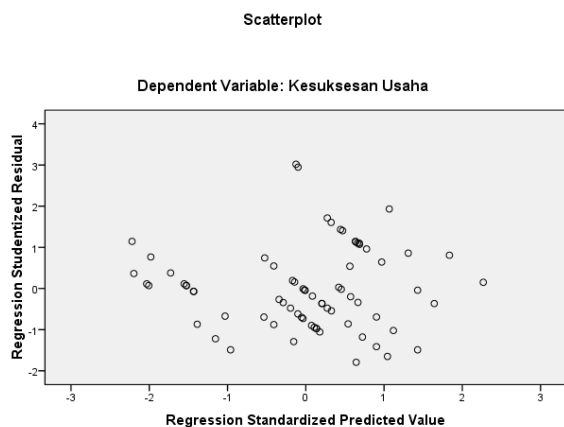
Sumber: data primer diolah (2013)

Dari Tabel 3 terlihat bahwa tidak ada variabel bebas yang mempunyai nilai di bawah 0,10 hal ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji kemungkinan ketidaksamaan varians residual dalam regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan

nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala heterokedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homokedastisitas.



Gambar 3. Grafik Plot Uji Heterokedastisitas

Pada Gambar 3 terlihat bahwa posisi titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah titik nol, dan tidak terdapatnya pola tertentu dari kumpulan titik tersebut, sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dipengaruhi variabel independen digunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil analisis regresi berganda dapat dijelaskan pada Tabel 4.

Selanjutnya dengan menggunakan *Standardized Coefficients*, berdasarkan Tabel 4 hasil analisis regresi berganda dapat ditulis persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,240X_1 + 0,246X_2 + 0,464X_3$$

Berdasarkan persamaan terlihat bahwa semua koefisien variabel independen bernilai positif, hal ini berarti jika terjadi perubahan variabel independen maka variabel dependen juga akan berubah dengan arah yang sama.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.830	1.367		1.339	.185
Kedekatan dengan infrastruktur	.195	.081	.240	2.412	.019
Kondisi lingkungan bisnis	.249	.089	.246	2.789	.007
Biaya lokasi	.451	.092	.464	4.881	.000

a Dependent Variable: Kesuksesan usaha

Dari ketiga variabel independen yang diteliti (kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis dan biaya lokasi), biaya lokasi merupakan variabel paling berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kesuksesan usaha), terbukti dengan nilai koefisien beta sebesar 0,464. Sedangkan kedua variabel lainnya mempunyai pengaruh hampir sama, variabel kedekatan dengan infrastruktur

sebesar 0,240 dan kondisi lingkungan bisnis sebesar 0,46.

Uji Goodness of Fit

Uji F

Guna mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan Uji F dengan kriteria pengujian sebagai berikut: "Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima atau H1 ditolak" dan sebaliknya.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	312.348	3	104.116	51.624	.000 ^a
Residual	139.159	69	2.017		
Total	451.507	72			

a. Predictors: (Constant), kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis, biaya lokasi

b. Dependent Variable: kesuksesan usaha

Berdasarkan Tabel 5 hasil Uji F, nilai F_{hitung} sebesar 51,624 dengan koefisien probabilitas signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1 (satu) dapat diartikan bahwa model semakin kuat dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen, dan sebaliknya. Berikut tabel pengukuran koefisien determinasi.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.678	1.420

a. Predictors: (Constant), kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis, biaya lokasi

b. Dependent Variable: kesuksesan usaha

Koefisien *Adjusted R²* sebesar 0,678 dapat diartikan bahwa kesuksesan usaha sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen (kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis, dan biaya lokasi) sebesar 68%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis (Uji t)

Dengan menggunakan Uji t, pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen dapat dilihat secara parsial.

Berdasarkan Tabel 4 hasil Uji t, masing-masing variabel independen memiliki probabilitas signifikansi kurang dari 5%, terbukti dari nilai koefisien Sig. masing-masing variabel lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dijelaskan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Pengaruh Variabel X_1 (Kedekatan dengan Infrastruktur)

Koefisien regresi variabel X_1 (kedekatan dengan infrastruktur) sebesar 0,240 dengan signifikansi 0,019. Dapat diinterpretasikan bahwa faktor kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha, dapat diartikan bahwa semakin dekat lokasi usaha dengan infrastruktur maka semakin cepat kesuksesan usaha dapat tercapai.

Pengaruh Variabel X_2 (Kondisi Lingkungan)

Koefisien regresi variabel X_2 (kondisi lingkungan bisnis) sebesar 0,246 dengan signifikansi 0,007. Dapat diinterpretasikan bahwa faktor kondisi lingkungan bisnis berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha, dengan kata lain semakin bagus kondisi lingkungan bisnis, maka semakin cepat kesuksesan usaha dapat terwujud.

Pengaruh Variabel X_3 (Biaya Lokasi)

Koefisien regresi variabel X_3 (biaya lokasi) sebesar 0,464 dengan signifikansi 0,000. Dapat diinterpretasikan bahwa faktor biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha, dengan kata lain semakin tinggi biaya

lokasi, maka semakin cepat kesuksesan usaha dapat terwujud.

Dalam penelitian ini, variabel biaya lokasi mempunyai pengaruh paling besar terhadap kesuksesan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa kesuksesan usaha dapat dilihat dari tingginya biaya lokasi usaha tersebut, karena dengan tingginya biaya lokasi menandakan bahwa tempat tersebut sangat strategis dan diminati banyak pemilik usaha.

Pengaruh Kedekatan dengan Infrastruktur, Kondisi lingkungan bisnis, dan Biaya Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha

Besarnya pengaruh dari ketiga variabel independen (kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis, dan biaya lokasi) terhadap variabel dependen (kesuksesan usaha) adalah sebesar 0,678 atau 68%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa faktor kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis maupun biaya lokasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam pencapaian kesuksesan usaha mikro / kecil di kompleks Shopping Centre Jepara. Adapun 32% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini telah membuktikan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien variabel independen (kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis dan biaya lokasi) seluruhnya bernilai positif, artinya perubahan yang terjadi pada variabel-variabel tersebut akan diikuti perubahan searah pada variabel dependen (kesuksesan usaha).
- b. Variabel independen dalam penelitian ini (kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan bisnis dan biaya lokasi) baik secara parsial maupun

bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha.

- c. Variasi kesuksesan usaha dapat dijelaskan dengan ketiga variabel independen dalam penelitian ini, terbukti dengan besarnya koefisien Adjusted R^2 sebesar 68%.
- d. Dari ketiga variabel independen yang diteliti berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, variabel biaya lokasi mempunyai pengaruh paling tinggi, artinya semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan pemilik usaha untuk memperoleh lokasi, maka semakin tinggi kemungkinan memperoleh kesuksesan.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Dalam penelitian ini variabel kedekatan dengan infrastruktur memiliki pengaruh paling kecil terhadap kesuksesan usaha terbukti, meskipun demikian hendaknya pemilik usaha tetap memperhatikan/mempertimbangkan dalam proses pemilihan lokasi usaha.
- b. Dalam penelitian ini terbukti bahwa variabel biaya lokasi memiliki pengaruh paling tinggi terhadap kesuksesan usaha. Pemilik usaha tidak perlu terlalu takut ketika menghadapi tingginya biaya untuk mendapatkan lokasi usaha, karena dengan tingginya harga mengindikasikan bahwa lokasi tersebut sangat strategis untuk kegiatan usaha sehingga banyaknya peminat yang menjadikan penyebab tingginya harga sebuah lokasi usaha.

Daftar Pustaka

- Alcacer, J. (2006). Location Choices Across the Value Chain: How Activity and Capability Influence Collocation. *Management Science*, 52, 1457-1471.
- Chase, R. B., Aquilano, N. J., & Jacobs, F. R. (2004). *Operations Management*

for Competitive Advantage. China:
McGraw-Hill.

Handoko, T. H. (2000). *Dasar-dasar
Manajemen Produksi dan Operasi.*
Yogyakarta: BPFE.

Handoko, T. H. (2000). *Dasar-dasar
Manajemen Produksi dan Operasi.*
Yogyakarta: BPFE.

Harding, H. A. (1978). *Manajemen
Produksi.* Jakarta: Balai Aksara.

Heizer, J., & Render, B. (2006).
Manajemen Produksi. Jakarta:
Salemba Empat.

Indarti, N. (2004). Business Location and
Success: The Case of Internet Café
Business in Indonesia. *Gadjah
Mada International Journal of
Business* , 6, 171-192.

O'Mara, M. A. (1999). Strategic Drivers of
Location Decisions for Information-
Age Companies. *Journal of Real
Estate Research* , 365-386.

Schmenner, R. W. (1994). Service Firm
Location Decisions: Some
Midwestern Evidence. *International
Journal of Service Industry* , 35-56.

Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa.*
Malang: Bayumedia Publishing.