

**STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA
MIKRO-KECIL DIKECAMATAN JEKAN RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi *Syari'ah*



Oleh :

ELSI YULIANSARI
NIM. 1212120197

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
1437 H / 2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMILIHAN LOKASI
TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA
MIKRO-KECIL DI KEC. JEKAN RAYA
NAMA : ELSI YULIANSARI
NIM : 121 212 0197
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDY : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S-1)

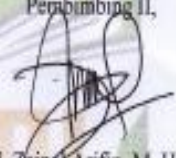
Palangka Raya, November 2016

Menyetujui,

Pembimbing I,


Dr. Syarifuddin, M. Ag
NIP. 19700503 200112 1 002

Pembimbing II,

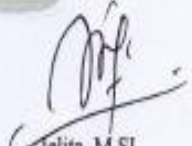

M. Zainal Arifin, M. Hum
NIP. 19750620 200312 1 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam,


Dra. Hj. Rahmawati, M.Si
NIP. 19540630 198103 2 001

Ketua Jurusan Ekonomi Islam,


Zetris, M.Si
NIP. 19830124 200912 2 002

NOTA DINAS

Palangka Raya, November 2016

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Elsi Yuliansari

Kepada yang terhormat,
Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
Di -
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

NAMA : **ELSI YULIANSARI**
NIM : **121 212 0197**
JUDUL : **"STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP
KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL
DI KEC. JEKAN RAYA"**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Syarifuddin, M. Ag
NIP. 19700503 200112 1 002


M. Zamal Arifin, M. Hum
NIP. 19750620 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

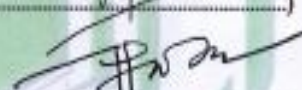
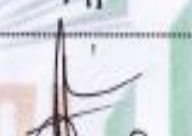
Skripsi yang berjudul, "STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI KEC. JEKAN RAYA" telah dimunaqasyahkan TIM munaqasyah Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari :
Tanggal : 4 November 2016 M
4 Shafar 1437 H

Palangka Raya, November 2016

Tim Penguji:

1. Jelita, M.SI
Pimpinan Sidang/Penguji
2. Ali Sadikin, M.SI
Penguji I
3. Dr. Syarifuddin, M.Ag
Penguji II
4. M. Zainal Arifin, M.Hum
Sekretaris Sidang/Penguji

()
()
()
()

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dra. Hj. Rahmawati, M.SI
NIP. 195406301981032001

STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI KOTA PALANGKA RAYA

Oleh: ELSI YULIANSARI

ABSTRAKSI

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan. Berdasarkan hal tersebut Rumusan masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini: (1) Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa? (2) Apa kendala yang dihadapi pengusaha jasa dalam pemilihan lokasi? (3) Strategi seperti apa yang digunakan pengusaha dalam memilih lokasi usaha jasa? Adapun tujuan penelitian ini (1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa (2) Untuk mengetahui apa kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi (3) Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pengusaha dalam memilih lokasi usaha jasa

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan atau (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek yang diambil dari penelitian ini yaitu strategi dalam memilih lokasi usaha jasa serta kendala yang ditemukan dalam memilih lokasi usaha jasa. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha jasa yang berjumlah 10 orang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi pada kecamatan Jekan Raya adalah faktor-faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah, faktor kedekatan dengan bahan baku, faktor kedekatan dengan perumahan, faktor kemudahan dalam membagi waktu, dan faktor mudah dijangkau. Kendala dalam pemilihan lokasi yaitu kendala listrik yang sering padam, kendala pesaing yang semakin banyak. Strategi dalam pemilihan lokasi yaitu strategi pemilihan lokasi yang strategis dan pemanfaatan lahan kosong.

Kata Kunci: Faktor, Kendala, Strategi

**THE STRATEGY OF SELECTING LOCATION TOWARD SMALL
MICROSERVICE BUSINESS SUCCESSFUL IN PALANGKARAYA CITY
ABSTRACT**

There were many factors that determine the success of a business. One such factor was the accuracy of the election. Based on this formulation of research problems raised in this research: (1) What were the factors that influence the selection of sites for the success of service business? (2) What were the constraints faced by entrepreneurs in the choice of location services? (3) What kind of strategies were used by employers in selecting a business location services? The purpose of this research (1) To determine the factors that influence the choice of location for the success of business services (2) To find out what obstacles faced by entrepreneurs in selecting the location (3) To know what strategy used by employers in selecting a business services location.

This research used fieldwork or (field research) using descriptive qualitative approach. Objects were token of this research were strategic in selecting a business location services as well as problems were found in selecting a service business location . The subjects in this reseach were businessmen services totaling 10 people. This sample research technique was purposive sampling technique. Techniques used in data collections were observation, interviews, and documentation.

The results showed that the factors influencing the location of the Jekan Raya districts were the location near the office and schools, the location near with raw material location, the location near with housing, the easier of sharing time, and easier to found the location. The constraints in the choice of locations: Frequent power outages constraints, constraints that more and more competitors. Strategies in the choice of location were a strategic site selection strategies and the utilization of vacant land.

Keywords: *Factors, Obstacles, Strategies*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Maha Pencipta yaitu Allah Swt., karena dengan limpahan berkah dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Saw, keluarga, sahabat, serta umat yang mengikuti ajaran beliau sepanjang masa. Semoga Allah yang maha pemurah menganugerahkan kesempatan kepada penulis untuk berkumpul dengan Nabi Muhammad Saw kelak di surga-Nya.

Penulis pada akhirnya mampu menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI KEC. JEKAN RAYA”** ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dan sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Yth. Bapak Dr. Ibnu Elmi A.S. Pelu, S.H., M.H, selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Yth. Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, MSI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Yth. Bapak Dr. Syarifuddin, M. Ag, selaku pembimbing I, dan Bapak M. Zainal Arifin, M. Hum selaku pembimbing II semoga Allah membalas kemurahan hati beliau yang dengan penuh kesabaran membimbing peneliti hingga selesainya Skripsi ini.

4. Yth. Ibu Jelita SHI, M.SI selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan dukungan dan motivasinya selama menjalankan perkuliahan hingga tahap skripsi ini.
5. Yth. Seluruh dosen khususnya para dosen Fakultas Syariah dan para Dosen, Karyawan, Kepala Perpustakaan IAIN Palangka Raya.
6. Yth. Seluruh subjek dan informan yang telah mau memberikan keterangan, informasi, dan data sehingga lancarnya proses penelitian.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan yang memberikan dukungan dan memberikan motivasi dalam penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri dan mengucapkan syukur semoga karya sederhana ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis khususnya dan orang lain yang membacanya. Amiiin ya Rabbal Alamiin..

Palangka Raya, November 2016

Penulis,

ELSI YULIANSARI
NIM. 1212120197

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **"STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI KEC. JEKAN RAYA "**, adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, November 2016

Y... ..yataan,

ELSI YULIANSARI
NIM. 121 212 0197

MOTTO

"Strategi lokasi yang tepat akan menghasilkan lokasi yang strategis"

PERSEMBAHAN



**Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah Bacalah, dan
Tuhanmulah yang maha mulia
Yang mengajar manusia dengan pena,
Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-'Alaq 1-5)**

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil'alamin..

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

Tuhan YME, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.

Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatrit di hati.

Suami dan Saudara saya (Kakak dan Adik), yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.

Sahabat dan Teman Tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Aamiinnn.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut daftar huruf Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)

ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘....	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---	Fath}ah	A	A
---	Kasroh	I	I
---	D{hommah	U	U

Contoh:

كَتَبَ : kataba

يَذْهَبُ : yazhabu

ذَكَرَ : zukira

سُئِلَ : su'ila

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ--اَ--	Fath}ah dan ya	Ai	a dan i
وَ--اَ--	Fath}ah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوْلَ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ--اَ--اَ--	Fath}ah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يَ--يَ--	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وَ--وَ--	D{hommah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : qāla

قِيلَ : qīla

رَمَى : ramā

يَقُولُ : yaqūlu

D. *Ta Marbut*ah

Transliterasi untuk *ta marbut*ah ada dua, yaitu:

1. *Ta Marbut*ah hidup

*Ta marbut*ah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan damah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbut*ah mati

*Ta marbut*ah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbut*ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbut*ah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raud}ah al-at}fāl

raud}atul-at}fāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah

al-Madīnatul-Munawwarah

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu:

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

الْبِرَّ : al-birr

نَزَّلَ : nazzala

الْحَجُّ : al-h}ajju

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik yang diikuti huruf *Syamsiah* maupun huruf *Qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu

الْقَلَمُ : al-qalamu

G. Hamzah (ء)

Telah dinyatakan di atas di dalam Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah*(ء)ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di

tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* (ء)itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal:

أَمِرْتُ : umirtu

أَكَلَ : akala

Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuḏūna

تَأْكُلُونَ : ta'kulūna

Hamzah di akhir:

شَيْءٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna

· Fa aufūl-kaila wal-mīzāna

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

· : Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan

untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	: Wa mā Muh}ammadun illā rasūl
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	: Syahru Ramad}āna al-lazī unzila fīhi al-Qur'anū

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	: Nas}rum minallāhi wa fath}un qarīb
لِلَّهِ	: Lillāhi al-amru jamī'an
الْأَمْرُ جَمِيعًا	: Lillāhi amru jamī'an

Sumber : Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya*, Palangka Raya: STAIN Palangka Raya Press, 2007.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUANSKRIPSI.....	ii
NOTADINAS.....	iii
LEMBARPENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATAPENGANTAR.....	vii
PERNYATAANORISINILITAS	ix
MOTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
PEDOMANTRANSLITERASIARAB-LATIN	xii
DAFTARISI.....	xx
DAFTARTABEL	xxiii
DAFTARSINGKATAN.....	xxiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Deskripsi Teori.....	14
1. Definisi Lokasi dan jasa	14
2. Usaha Jasa Mikro-Kecil	19
3. Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan lokasi usaha jasa.....	22
4. Strategi Analisis Lokasi Usaha Jasa.....	26
5. Marketing Mix	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Subjek dan Objek	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Pengabsahan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	35
G. Kerangka Berpikir.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
1. Sejarah Singkat Kota Palangka Raya	39
2. Geografis Kota Palangka Raya.....	40
3. Kecamatan Jekan Raya.....	42
4. Kelurahan dan Data Penduduk	44
5. Rumah Ibadah dan Pemeluk Agama	45
6. Sarana Pendidikan	46
7. Mata Pencaharian	47
B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	
1. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa	48
2. Kendala-kendala yang berpengaruh yang dihadapi terhadap kesuksesan usaha jasa	49
3. Strategi-strategi dalam menjalankan usaha terhadap kesuksesan usaha jasa	50
C. ANALISIS HASIL PENELITIAN	
1. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa	81
2. Kendala-kendala yang berpengaruh yang dihadapi terhadap kesuksesan usaha jasa	87

3. Strategi-strategi dalam menjalankan usaha terhadap kesuksesan usaha jasa	93
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KURIKULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Usaha jasa yang berada di sekitar Kecamatan Jekan Raya	7
Tabel 1.2	Persamaan dan perbedaan peneliti dengan penelitian terdahulu	13
Tabel 1.3	Strategi lokasi organisasi jasa dan manufaktur	24
Tabel 1.4	Suku Mayoritas di kota Palangka Raya	39
Tabel 1.5	Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Jenis Kelamin Kota Palangka Raya	39
Tabel 1.6	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin Kota Palangka Raya	40
Tabel 1.7	Luas Kecamatan Jekan Raya Berdasarkan kelurahan	41
Tabel 1.8	Jumlah Penduduk Kecamatan Jekan Raya Berdasarkan Kelurahan	43
Tabel 1.9	Tempat Ibadah Kecamatan Jekan Raya	43
Tabel 1.10	Jumlah Penduduk Kec.Jekan Raya Berdasarkan Agama	43
Tabel 1.11	Sarana Pendidikan Umum Kec.Jekan Raya	44
Tabel 1.12	Sarana Pendidikan Agama Islam Kec.Jekan Raya 44	
Tabel 1.13	Mata pencaharian Masyarakat sekitar kecamatan Jekan Raya	45

DAFTAR SINGKATAN

Dkk	: Dan Kawan-kawan
Hlm	: Halaman
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
KEC	: Kecamatan
KEL	: Kelurahan
KK	: Kepala Keluarga
MIN	: Madrasah Ibtidaiyah Negeri
MIS	: Madrasah Ibtidaiyah Swasta
MTsN	: Madrasah Tsanawiyah Negeri
MTs	: Madrasah Tsanawiyah
MAN	: Madrasah Aliyah Negeri
MA	: Madrasah Aliyah
No.	: Nomor
PAUD	: Pendidikan Anak Usia Dini
PNS	: Pegawai Negeri Sipil
Ponpes	: Pondok Pesantren
Qs	: Qur'an Surah
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga
RA/BA	: Raudhatul Athfal/ Bustanul Athfal
S1	: Strata 1

SAW	: Sallallahu‘alaihi wasallam
SD	: Sekolah Dasar
SLB	: Sekolah Luar Biasa
SLTP	: Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama
SLTA	: Sekolah Lanjutan Tingkat Atas
SMP	: Sekolah Menengah Pertama
SMA	: Sekolah Menengah Atas
SMK	: sekolah Menengah Kejuruan
SWT	: Subhanahu watā’ala
TK	: Taman Kanak-kanak

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebelum pengusaha menjalankan aktivitasnya, baik usaha industri manufaktur atau usaha industri jasa, hal pertama yang harus dipikirkan adalah di lokasi mana bisnis itu dijalankan. Sebagai contoh bagi pihak yang mau mendirikan pabrik gula, misalnya, di daerah mana sebaiknya pabrik itu didirikan atau bagi mereka yang mau mendirikan restoran, di lokasi mana restoran itu sebaiknya dibangun. Bukankah banyak disaksikan bahwa restoran beralih fungsi menjadi show room mobil dikarenakan lokasinya tidak menguntungkan untuk dibuat restoran, tetapi lebih menguntungkan bila dijadikan show room mobil. Juga banyak cafe yang akhirnya gulung tikar karena kesalahan lokasi dan akhirnya diubah menjadi salon kecantikan.¹

Pemilihan lokasi suatu organisasi atau 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. Adanya perbedaan sukses organisasi-organisasi dan perbedaan kekuatan atau kelemahan organisasi, sering karena faktor-faktor lokasi. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis

¹Mohamad Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, Jakarta:PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2003, h. 187

yang membuatnya sangat penting, agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah dijangkau.²

Memilih lokasi yang tepat berarti menghindari sebanyak mungkin efek-efek negatif yang mungkin timbul dan mendapatkan lokasi yang memiliki paling banyak faktor-faktor positif. Sekali organisasi menentukan letak lokasi usahanya untuk beroperasi di suatu daerah tertentu, maka akan banyak biaya yang timbul dan sulit untuk dikurangi. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan. Walaupun demikian, strategi lokasi pemilihan gudang, dapat ditentukan oleh kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman.

Tujuan dari strategi lokasi secara garis besar adalah memaksimalkan benefit dari lokasi. Benefit lokasi termasuk efisiensi waktu, biaya yang minimum, citra perusahaan, keuntungan (Profit) dan kredibilitas.

Perlu diingat bahwa ketika memutuskan di lokasi mana bisnis akan dibangun. Seseorang harus berpikir 5 atau 10 tahun yang akan datang, bukan 1-2 tahun mendatang. Masalah lokasi ini, pilihan lokasi tergantung dari sifat bisnisnya. Ada yang lokasi di daerah pinggiran kota hal ini dapat dimaklumi jika yang dibangun adalah pabrik, ada juga yang memilih lokasi

²Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: BPFE, 2000, h.65

didaerah kawasan industri, hal ini bisa dimaklumi karena aksesnya lebih cepat.³

Tidaklah langsung terlihat jelas bahwa lokasi merupakan faktor dominan dalam keberhasilan atau kegagalan suatu usaha. Memang lokasi tidak selalu sama pentingnya untuk berbagai jenis usaha. Desentralisasi dalam industri pastilah membuat ada banyak lokasi yang baik atau bahwa metode penentuan lokasi yang digunakan tidak dapat membedakan berbagai alternatif lokasi. Kriteria untuk memilih lokasi haruslah memaksimalkan laba untuk aktivitas-aktivitas ekonomi. Jika harga produk seragam disemua lokasi , maka kriteria yang digunakan adalah yang meminimalkan biaya-biaya relevan.⁴

Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Bagi suatu perusahaan mungkin faktor terpenting adalah dekat dengan pasar. Tetapi mungkin yang lebih penting bagi perusahaan lain adalah dekat dengan sumber-sumber penyediaan bahan dan komponen. Beberapa perusahaan lainnya mungkin mempertimbangkan faktor lokasi dimana tersedia tenaga kerja, sikap, produktivitas, dan biaya tenaga kerja yang mencukupi kebutuhan perusahaan, ataupun biaya transportasi yang sangat tinggi bila produk berat dan besar. Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan.⁵

³Mohamad Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, h. 188

⁴Elwood S. Buffa dan Rakesh K. Sarin, *Manajemen Operasi dan Produksi Modern*, Tangerang:Binapura Aksara Publisher, h. 146

⁵Mohamad Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, h. 190

Penelitian mengenai pemilihan lokasi lebih sering dilakukan untuk pemilihan lokasi pabrik, gudang, dan bisnis ritel. Namun pemilihan lokasi usaha tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Usaha jasa berskala mikro-kecil pun juga perlu memilih lokasi usaha yang strategis agar dapat terus berjalan.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan lokasi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha. Hal ini juga berlaku untuk usaha jasa karena usaha jasa diharuskan untuk memelihara hubungan yang dekat dengan pelanggan. Karena salah satu kunci kesetiaan pelanggan adalah pada *service* (pelayanan) yang diberikan oleh pengusaha jasa. Pelayanan yang baik, membuat pelanggan betah mengkonsumsi jasa tersebut.⁶

Allah SWT, telah menginstruksikan untuk senantiasa berbuat baik pada orang lain seperti dalam firman Allah QS.Ali Imran Ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

⁶Muhammad Firdaus, DKK, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan Anggota IKPAI, 2005, h. 53

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁷

Tafsir ayat Surah Ali Imran ayat 159:

Menurut Quraish Shihab *Maka disebabkan rahmat Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya engkau berlaku keras, buruk perangai, kasar kata lagi berhati kasar, tidak peka terhadap keadaan orang lain, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, disebabkan oleh antipati terhadapmu. Karena perangaimu tidak seperti itu, maka maafkanlah kesalahan-kesalahan mereka yang kali ini mereka lakukan. Mohonkanlah ampun kepada Allah bagi mereka atas dosa-dosa yang mereka lakukan dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, yakni dalam urusan peperangan dan urusan dunia, bukan urusan syariat dan agama. Kemudian apabila engkau telah melakukan hal-hal diatas dan telah membulatkan tekad, melaksanakan hasil musyawarah kamu, maka laksanakan sambil bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya, dengan demikian Dia akan membantu dan membimbing mereka kearah apa yang mereka harapkan.*⁸

⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, h. 103

⁸M. Quraish Shihab, *Tafsir Al- Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Lentera Hati, 2000, h. 242

Berdasarkan ayat diatas jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan. Bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya, maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima⁹.

Usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekatkan diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Keberadaan kampus-kampus, sekolah, atau kantor-kantor, merupakan magnet bagi seorang pengusaha untuk mendirikan usaha jasa disekitarnya. Banyaknya mahasiswa, pelajar, merupakan pasar yang sangat potensial untuk dijadikan lahan bisnis. Hal inilah yang menyebabkan fenomena menjamurnya usaha jasa yang didirikan termasuk di Kecamatan Jekan Raya. Di wilayah ini terdapat berbagai macam jenis usaha jasa mikro-kecil yang berada disekitar kecamatan Jekan Raya.

⁹Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, h. 67

Tabel 1.1**Jenis Usaha jasa yang berada di sekitar Kecamatan Jekan Raya**

No	Jenis	Jumlah
1	Warnet	11
2	Fotocopy	9
3	Salon	8
4	Bengkel	15
5	Cuci Motor	9
6	Counter	25
7	Jenis Persewaan	18
8	Laundry	16
Total		111

Sumber : Data Primer, diolah

Dari Tabel diatas, dapat dilihat bahwa disekitar kecamatan Jekan Raya telah berkembang berbagai macam usaha jasa baik yang berskala mikro maupun skala kecil.

Dengan latar belakang yang telah disebutkan diatas, mengantarkan peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul:

“STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI KECAMATAN JEKAN RAYA”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa?
2. Apa kendala yang dihadapi pengusaha jasa dalam pemilihan lokasi?
3. Strategi seperti apa yang digunakan pengusaha dalam memilih lokasi usaha jasa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa.
2. Untuk mengetahui apa kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pengusaha dalam memilih lokasi usaha jasa.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan yaitu:

1. Bagi Pengusaha Jasa Mikro-Kecil

Sebagai bahan pemikiran untuk para pengusaha jasa yang ada di wilayah kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya dan di wilayah lainnya, sebelum mendirikan usahanya yang dilakukan terlebih dahulu adalah menganalisa lokasi yang akan dijadikan tempat usaha, karena hal itu akan mempengaruhi perkembangan usaha yang dijalankan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah wawasan informasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapatkan dari bangku kuliah untuk melatih berpikir secara logis dan mengaplikasikan teori yang didapatkan dari bangku kuliah dengan keadaan di lapangan serta mampu mengamati teori-teori pemilihan lokasi, serta mampu menganalisa dampak yang terjadi apabila salah dalam pemilihan lokasi usaha.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun skripsi ini secara penyusunan secara sistematis, maka penulis membaginya dalam beberapa bab yang terdiri dari:

- BAB I Pendahuluan, dalam bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
- Bab II Kajian Pustaka, dalam bab ini berisi tentang Penelitian Terdahulu, Deskripsi Teori, Definisi Lokasi, Pengertian Jasa, Usaha Jasa Mikro-Kecil, Teori Pemilihan Lokasi, Pemilihan Lokasi Usaha Jasa, Strategi Lokasi Usaha Jasa.
- Bab III Metodologi Penelitian, dalam bab ini berisi tentang Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis Penelitian, Obyek dan Subyek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Pengabsahan Data, Teknik Analisis Data, dan Kerangka Berpikir

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk memperjelas wilayah penelitian ini, maka penting bagi penulis untuk mengkaji terlebih dahulu penelitian-penelitian yang sama dan sudah ada sebelumnya. Setelah melakukan beberapa kajian, dapat disimpulkan bahwa perhatian para peneliti terhadap masalah pemilihan lokasi, hal itu terlihat dari sekian hasil penelitian yang ada. Penelitian tersebut adalah Sebagai berikut:

Ifrina Nuritha, melakukan penelitian dengan judul “**Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis**”

Penelitian usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember dengan sistem informasi geografis. Tingkat keberhasilan usaha ditentukan dengan mengelompokkan minimarket waralaba berdasarkan 6 indikator keberhasilan usaha menggunakan 5 metode *hierarchical clustering*. Identifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha dilakukan dengan 4 operasi spasial dalam sistem informasi geografis, yaitu *geocoding*, *measurement*, *query* dan *overlay*. Perancangan SIG berbasis web dalam penelitian ini menerapkan pendekatan *Structured Analysis and Design (SSAD)* yang berbasis model *Rapid Application Development (RAD)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *single linkage* merupakan metode *clustering* terbaik yang mempunyai nilai rasio simpangan baku

dalam kelompok (Sw) dan simpangan baku antar kelompok (Sb) paling kecil dibandingkan keempat metode lainnya. Metode *single linkage* mengelompokkan 29 minimarket waralaba di Kabupaten Jember ke dalam 4 tingkat keberhasilan usaha dengan label yang berbeda-beda berdasarkan hasil interpretasi cluster, yaitu minimarket waralaba dengan tingkat sangat berhasil (4 minimarket), berhasil (11 minimarket), cukup berhasil (10 minimarket) dan kurang berhasil (4 minimarket). Analisis secara spasial menunjukkan bahwa kedekatan lokasi dengan perguruan tinggi serta tingginya kepadatan dan pendapatan per kapita penduduk berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi.¹⁰

Martha A. O'Mara, dengan judul "*Strategic Drivers of location Decisions for information-Age Companies*". Menggunakan penelitian sosiologi mengacu pada "grounded theory" yang menekankan penggunaan *inductive reasoning* yang dapat disejajarkan dengan penelitian empiris.

Hasil penelitian menunjukkan ketersediaan sarana prasarana, ketersediaan tenaga kerja, dan infrastruktur yang memadai mempengaruhi pemilihan lokasi. Penelitian ini juga menyarankan tren dimasa depan dan implikasinya terhadap strategi perusahaan real estate dan perkembangan ekonomi dalam memilih lokasi usaha.¹¹

¹⁰Ifrina Nuritha, Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis, skripsi Universitas Jember (UNEJ) 2006

¹¹<https://core.ac.uk/download/pdf/11722220.pdf> diunduh tgl 05 Oktober 2016

Pradana Jaka Purnama, dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, diperoleh data dari penyebaran kuesioner 100 konsumen Toko Murah di Sukoharjo, yang diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif.

Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,636 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu produk, harga, dan lokasi sebesar 63,6%, dan sisanya yaitu 36,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.¹²

Secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan di mana produk memiliki pengaruh terbesar dibandingkan variabel lain dalam penelitian ini, sedangkan harga memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan

¹²Pradana Jaka Purnama, Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Studi Kasus Pada toko Murah di Sukoharjo, Skripsi: Universitas Di Ponegoro Semarang, 2011

pembelian. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini yaitu produk, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keragaman produk, penetapan harga yang bersaing, dan pemilihan lokasi yang strategis.

Untuk memudahkan dalam melihat persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan peneliti terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan peneliti dengan penelitian terdahulu

No	Judul Penelitian/Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis” oleh Ifrina Nuritha. “penelitian ini menerapkan pendekatan <i>Structured Analysis and Design (SSAD)</i> yang berbasis model <i>Rapid Application Development (RAD)</i> .	Sama-sama bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha.	Lebih merujuk ke usaha minimarket waralaba, juga cara pendekatannya berbeda

2.	Strategic Drivers of location Decisions for information-Age Companies, Martha A. O'Mara, 1999 penelitian Menggunakan penelitian sosiologi mengacu pada "grounded theory" yang menekankan penggunaan induktif reasoning yang dapat disejajarkan dengan penelitian empiris.	Meneliti masalah pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha	Penelitian ini lebih mengarah kepada faktor ketersediaan sarana prasarana, ketersediaan tenaga kerja, dan infrastruktur yang memadai. Penelitian ini juga menyarankan tren dimasa depan dan implikasinya terhadap strategi perusahaan real estate dan perkembangan ekonomi dalam memilih lokasi usaha
3.	.Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Oleh Pradana Jaka Purnama	Sebagian penelitian juga membahas masalah Lokasi usaha	Hasil penelitian lebih fokus kepada pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian
4.	Strategi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil di Kota Palangka Raya	Meneliti pengaruh pemilihan lokasi Usaha	Hasil penelitian lebih mengarah kepada strategi yang digunakan dalam pemilihan lokasi usaha jasa mikro-kecil.

(Sumber : dibuat oleh penulis)

B. Deskripsi Teori

1. Definisi Lokasi

Definisi dari lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang

biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu *stand* atau *counter* *bark* di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan. Kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat menghambat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan.¹³

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.¹⁴

Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut

¹³Render dan Jay Heizer, *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat, . 2001, h. 33

.html (diunduh 5 november 2015)

¹⁴Nurul Indarti, *Business Location and Success: The Case of Internet Café*, 2004

didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.¹⁵

Menurut Fandy Tjiptono “Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.”¹⁶

Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha telah memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. 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. Beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yakni lingkungan masyarakat, sumber-sumber alam, tenaga kerja, pasar, transport, pembangkit tenaga, dan tanah untuk ekspansi.¹⁷

¹⁵Richard L. Daft, *Management*, Jakarta : Erlangga, 2003, h.304

¹⁶Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009, h. 92

¹⁷H. A. Harding, *Manajemen Produksi*, Jakarta :Balai Aksara, 1978, h. 67

Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif daripada didirikannya suatu tempat usaha didaerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha tersebut didaerah itu. Besarnya populasi, kepadatan penduduk, dan karakteristik masyarakat menjadi faktor dalam mempertimbangkan suatu area perdagangan. Basis ekonomi yang ada seperti industri daerah setempat, potensi pertumbuhan, fluktuasi karena faktor musiman, dan fasilitas keuangan di daerah sekitar juga harus diperhatikan oleh pemilik dalam memilih lokasi usahanya. Suatu perusahaan juga senang berdekatan dengan pesaingnya. Trend ini, disebut sebagai *clustering*, sering terjadi jika sumber daya utama ditemukan diwilayah tersebut. Sumber daya ini meliputi sumber daya alam, informasi, modal proyek, dan juga bakat.¹⁸

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.¹⁹

¹⁸Alcacer , Juan, *Lokasi pilihan di seluruh rantai nilai, Bagaimana aktivitas dan Kemampuan pengaruh aglomerasi dan efek kompetisi* ,New York: Stern, 2003

¹⁹Lovelock, cristopher, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta:PT. Indeks, 2005, h. 50

Biaya tanah dan pajak lokal kadang-kadang merupakan salah satu faktor pemilihan lokasi, meskipun pada umumnya kedua hal tersebut relatif tidak penting. Biaya tempat, termasuk pajak dan lansekap, mungkin hanya 3% dan biasanya kurang dari 10% dari total biaya fasilitas. Pada kenyataannya, kadang-kadang seperti faktor kecil bahwa masyarakat industri menginginkan untuk menyumbangkan tanah (atau menawarkannya dengan harga spesial) untuk suatu organisasi yang mau mencari di daerah tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya suatu usaha di daerah tersebut akan membawa keuntungan bagi masyarakat disekitarnya.

Suatu usaha apabila terletak jauh daripada supliernya maka akan semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang. Harga jual barang akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya bahan dasar dan bahan-bahan lainnya yang diperlukan 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.²⁰

²⁰Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, h. 70

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.

Hampir setiap usaha memerlukan tenaga listrik yang sering di dalam hal ini mempengaruhi pula letak usaha yang ekonomis. Oleh karena itu, kedekatan dengan infrastruktur perlu diperhatikan. Tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor lebar jalan, kondisi jalan, dan juga sarana dan prasarana transportasi akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang dan harus menjadi perhatian penting dalam pemilihan lokasi usaha. Harga tanah dan sewa bangunan di perkotaan harganya lebih mahal dibandingkan di daerah pedesaan. Oleh karena itu, ketersediaan tanah yang luas perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jika dimasa yang akan datang pemilik usaha memiliki rencana untuk melakukan ekspansi.²¹

2. Usaha Jasa Mikro-Kecil

a. Usaha Jasa

Jasa merupakan setiap aktivitas atau pekerjaan jasa yang ditawarkan dari suatu pihak ke pihak yang lain berdasarkan prinsip intangibel. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan

²¹Richard L. Daft, *Management*, Jakarta:Erlangga, 2003, h. 312

biasannya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Dan jasa juga bisa diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.²²

Jasa tidak menimbulkan perpindahan atas kepemilikan apapun. Hasil produksinya sendiri bisa tidak terikat dalam produk fisik ataupun bisa terikat dalam produk fisik. Jasa sendiri tentunya lebih memudahkan banyaknya interaksi di antara pihak penyedia jasa dengan pihak customer atau pelanggannya. Beda halnya dengan benda atau barang, karena saat kita membeli sebuah pakaian atau makanan, maka kita tidak mengetahui siapa saja orang yang telah membuat produk tersebut.

b. Mikro - Kecil

Usaha mikro, kecil, menengah dapat didefinisikan sebagai aktivitas bisnis atau perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, pertanian/perkebunan, servis jasa, baik dimiliki perseorangan, kerja sama, koperasi, maupun korporasi yang didasarkan pada jumlah aset. Aset tersebut tidak termasuk kredit akan tetapi hak-hak kepemilikan seperti kantor, tanah/perkebunan, dan peralatan kerja. Berikut ini adalah karakteristik perusahaan sektor usaha kreatif itu jika dikelompokkan menurut asetnya:

²²Lovelock, cristopher, *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 11

- 1) Mikro - Kecil :Sektor ini memiliki aset sampai dengan Rp. 50 juta dan memiliki pemasukan tahunan sampai dengan Rp.500 juta, sedangkan pemasukan tahunan berkisar antara Rp. 300 juta sampai dengan Rp. 2,5 miliar.
- 2) Menengah :Sektor usaha menengah ini memiliki aset dari kisaran Rp.500 juta sampai dengan Rp. 10 miliar dan pendapatan tahunan penjualan mereka berkisar antara Rp. 2,5 miliar-Rp. 50 miliar.
- 3) Besar :Aset sektor usaha ini diatas Rp. 10 miliar dan pendapatan mereka berada di atas angka Rp. 50 miliar.

Selain faktor aset, jumlah karyawan juga dapat menentukan klasifikasi sebuah perusahaan. Sektor usaha mikro, kecil dan menengah memiliki jumlah pegawai yang beragam, berikut ini adalah ulasan singkatnya:

- | | |
|---------------|----------------------------|
| Mikro - Kecil | : 1-99 karyawan |
| Menengah | : 100-199 karyawan |
| Besar | : lebih dari 200 karyawan. |

Jadi usaha jasa mikro kecil adalah suatu aktivitas bisnis yang bergerak dibidang jasa yang berskala kecil dimana sektor usaha ini memiliki aset dengan kisaran Rp. 50 juta- Rp.500 juta, sedangkan pemasukan tahunan berkisar antara Rp. 300 juta sampai dengan Rp. 2,5 miliar.Jumlah karyawannya hanya 10-99 orang. Contohnya seperti jasafotocopy,salon kecantikan, laundry, persewaan, dan lain-lain. Jasa

sendiri mengharuskan adanya keterlibatan pelanggan pada produksi jasa tersebut.

Sektor usaha ini terbukti menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Terlebih lagi pada saat terjadi krisis moneter lebih dari 10 tahun yang lalu. Sektor usaha ini berkontribusi besar dalam peningkatan kemakmuran dan mengurangi jumlah pengangguran baik di area kota maupun desa.²³

3. Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Jasa

Beberapa penelitian sebelumnya mencoba meneliti pemilihan lokasi pada usaha jasa. Penelitian-penelitian tersebut mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha jasa. 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.²⁴

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum.

²³<http://perbedaanterbaru.blogspot.co.id/2015/07/perbedaan-barang-dan-jasa> berdasarkan

²⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang :Bayumedia Publishing, 2007, h. 123

- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 4) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
- 6) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnya.

- 7) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.²⁵

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Tampak jelas bahwa karakteristik usaha jasa dengan usaha manufaktur berbeda. Perbedaan yang utama adalah pada waktu produksi dan konsumsi. Usaha jasa selalu berusaha untuk memilih lokasi usaha yang dekat dengan pasar, hal ini karena salah satu karakteristik jasa adalah tidak dapat disimpan sehingga jasa harus diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Sedangkan usaha manufaktur memilih lokasi usahanya berdasarkan pertimbangan kedekatan dengan supply bahan mentah produksinya. Bagi usaha jasa lokasi yang strategis seringkali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi usaha jasa seharusnya adalah pada volume bisnis dan pendapatan. Berikut adalah perbandingan strategi lokasi yang digunakan oleh usaha jasa/eceran/profesional dengan usaha manufaktur.

²⁵Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009, hlm. 92-93.

Tabel 2.2
Strategi Lokasi Organisasi Jasa dan Manufaktur

LOKASI JASA/ECERAN/PROFESIONAL	LOKASI MANUFAKTUR
Fokus pada Pendapatan	Fokus pada Biaya
Volume/pendapatan Lokasi ; daya beli Persaingan ; iklan/penentuan harga Kualitas fisik Parkir/akses; keamanan/penerangan; tampilan/citra Penentu sewa Sewa Manajemen yang berkualitas Kebijakan operasional (jam kerja, upah)	Biaya nyata Biaya transportasi bahan mentah Biaya pengiriman produk jadi Biaya energi dan layanan umum; tenaga kerja; bahan mentah; pajak; dll Biaya tidak nyata dan masadatang Sikap terhadap serikat pekerja Kualitas hidup Pengeluaran pemerintah untuk biaya pendidikan Kualitas pemerintahan
Asumsi	Asumsi
Lokasi merupakan penentu utama pendapatan Permasalahan hubungan yang erat dengan pelanggan sangat penting Biaya cenderung konstan pada daerah tertentu; oleh karena itu, fungsi pendapatan sangat penting	Lokasi merupakan penentu utama biaya Hampir semua biaya utama dapat diidentifikasi untuk setiap daerah Hubungan dengan pelanggan yang rendah menjadikan fokus terletak pada biaya yang dapat diidentifikasi Biaya tidak nyata dapat dievaluasi

Sumber : Heizer dan Render, 2006

Dari tabel diatas tampak bahwa pemilihan lokasi usaha jasa lebih memilih lokasi yang dekat dengan konsumen dengan mempertimbangkan adanya akses jalan, tempat parkir, dan lokasi usaha yang aman. Usaha jasa memilih lokasi usaha yang strategis mungkin karena lokasi merupakan penentu utama pendapatan. Berbeda dengan strategi lokasi usaha manufaktur dimana lokasi merupakan penentu utama biaya, karena pemilihan lokasi usaha akan mempengaruhi biaya transportasi bahan mentah dan biaya pengiriman produk jadi.

4. Strategi Analisis Lokasi Usaha Jasa

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, suplay tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan bisnis. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha jasa sebaiknya memilih lokasi yang memiliki resiko lokasi yang paling kecil. Salah satu cara memilih lokasi usaha yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis.²⁶

Analisis lokasi jasa dapat dibedakan dalam dua kategori: layanan menetap (*fixed service*) dan layanan kirim (*delivery service*). Layanan menetap dikonsumsi di fasilitas tempat jasa (layanan) ini disiapkan. Sebaliknya, layanan kirim diberikan di tempat layanan itu dibutuhkan. Seorang pemilik usaha berusaha untuk menentukan tempat yang tepat harus mempertimbangkan faktor-faktor tempat berikut dalam mengambil keputusan area pasar, cakupan pasar, dan tata letak dan desain tempat usaha.²⁷

Lokasi usaha sangatlah penting karena membantu dalam menentukan bauran konsumen dan persaingan. Sekali lokasi usaha dipilih maka akan

²⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, h.124

²⁷Richard L. Daft, *Management*, Jakarta :Erlangga, 2003, h. 313

sulit untuk memindahkannya. Pasar adalah wilayah geografis di mana pembeli dan penjual bertemu untuk menukar uang untuk produk dan jasa. Pasar yang tepat untuk usaha jasa adalah daerah yang mengandung cukup banyak orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada keuntungan. 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.²⁸

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

²⁸Lovelock, cristopher, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Indeks, 2005, h. 48

(lokasi sentral dan utama), maka hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi para pesaing untuk ikut masuk ke pasar.

5. Marketing Mix

Menurut Chaffey *Marketing Mix* adalah sekumpulan alat strategi pemasaran yang terkontrol yang ada di perusahaan untuk mendapatkan respon dari target pasar. *Marketing Mix* meliputi apa saja yang yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan untuk produknya²⁹.

Sedangkan menurut Kartajaya *Marketing Mix* merupakan taktik untuk mengintegrasikan tawaran, logistik dan komunikasi produk atau jasa. Hal ini penting karena *Marketing Mix* merupakan aspek yang paling terlihat (*tangible*) dari sebuah perusahaan dalam aktivitas pemasaran. Menurutnya, terdapat tiga jenis *Marketing Mix*³⁰:

- a. *Destructive Marketing Mix* yaitu *Marketing Mix* yang tidak mendukung strategi pemasaran lain dan cenderung merusaknya. *Marketing Mix* jenis ini selain tidak membangun *value*, juga tidak meningkatkan merk perusahaan sama sekali.
- b. *Me Too Marketing Mix* yaitu *Marketing Mix* yang cenderung meniru taktik yang sudah digunakan oleh pesaing.
- c. *Creative Marketing Mix* yakni *Marketing Mix* yang mendukung strategi pemasaran lainnya dan dapat menguatkan nilai perusahaan.

²⁹<http://download.nos.org/srsec319new/319EL20.pdf> diunduh tgl 07 november 2016

³⁰ Kartajaya, Hermawan, *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2006 h.18

Tentu *Marketing Mix* yang ketigalah yang harus diterapkan, karena apabila *Marketing Mix* yang pertama atau kedua diterapkan, *value* yang ada pada produk menjadi tidak berkelanjutan³¹.

³¹*Ibid h.20*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Berkaitan dengan lokasi yang dijadikan sebagai tempat berlangsungnya penelitian dalam hal ini penulis memutuskan untuk memilih kota Palangka Raya tempat penelitian dalam penulisan skripsi ini, yang menjadi sasaran penelitian ini adalah pengusaha jasa di kota Palangka Raya diwilayah Jekan Raya. Alasan penulis memilih lokasi atau tempat di kota Palangka Raya, adalah karena maraknya para pengusaha jasa yang membangun usahanya di wilayah tersebut dan menjalankannya secara sukses. Adapun waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih 2 bulan Mulai Bulan Desember sampai dengan Februari 2016 dengan pembagian waktu sebagai berikut :

1. Pra penelitian dari 1 Desember - 6 Desember
2. Penelitian 6 Desember - 02 Februari
3. Laporan Hasil Penelitian 05 Februari - 13 Februari

B. Jenis Penelitian

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, artinya melalui pendekatan ini dapat diperoleh data deskriptif yang berupa data tertulis maupun lisan dari responden maupun informan yang diamati, baik itu berupa kata-kata, gambar maupun tindakan-tindakan dari pelaku yang diamati.

Penelitian kualitatif deskriptif dimaksudkan supaya dapat diketahui dan menggambarkan apa saja yang terjadi di lapangan dengan lebih jelas serta terperinci, sehingga data dapat dikumpulkan mengenai faktor, kendala, dan strategi dalam pemilihan lokasi.³²

C. Subyek dan Obyek

1. Subyek Penelitian

Subjek Penelitian ini ditentukan berdasarkan tehnik *purposive sampling*, yakni pengambilan data di lapangan berdasarkan pertimbangan peneliti.³³ Mereka adalah para pengusaha jasa seperti fotocopy dan laundry dengan kreteria sebagai berikut:

- a. Pengusaha jasa mikro-kecil muslim dan no muslim.
- b. Khusus pengusaha mikro-kecil dibidang jasa *fotocopy*10 suhjek dan *laundry*10 subjekdi Kecamatan Jekan Raya.
- c. Pengusaha yang sudah menjalani usahanya di atas 5tahun.

2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor dalam pemilihan lokasi, kendala yang ditemukandalam memilih lokasi usaha jasa, serta strategi dalam memilih lokasi usaha jasa tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di lapangan peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, wawancara sebagai alat untuk pengumpul data yang utama, serta dokumentasi sebagai alat pendukung dan pengumpulan data.

³²Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 1988, h. 64.

³³Abdul Qodir, *Metodologi Riset Kualitatif*, (Panduan Dasar Penelitian Kancah), Palangka Raya, P.tp, h. 39.

1. Observasi

Menurut Nawawi & Marini observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.³⁴ Menurut Patton, tujuan observasi adalah mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut.³⁵

Teknik observasi dilakukan untuk memperoleh data di lokasi penelitian yaitu melakukan pengamatan yang dilakukan secara sengaja mengenai tentang gambaran lokasi, keadaan di sekitar lokasi, bagaimana aktivitas- aktivitas pengusaha jasa apa saja yang dilakukan pengusaha jasa dalam menganalisa hambatan dan kendala pemilihan lokasi usahanya .

Observasi ini peneliti berperan juga sebagai konsumen agar mendapatkan data yang diinginkan peneliti, jadi peneliti tidak hanya cukup mengamati tetapi berperan aktif mempraktekkan agar dapat memudahkan peneliti berinteraksi dengan para pengusaha, dari teknik observasi ini penulis dapat menghimpun data secara maksimal yang diperlukan dalam penelitian.

³⁴Nasution, *Metode Reseach (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, h.106.

³⁵Nasution, *Metode Reseach (Penelitian Ilmiah)*, h. 107

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai(*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.³⁶ Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan teknik wawancara terbuka yaitu para subjeknya tahu bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pula apa maksud wawancara tersebut.

Teknik wawancara terbuka yang peneliti lakukan dengan 10 orang pengusaha yang berada di wilayah kecamatan Jekan Raya yaitu mengadakan percakapan langsung dan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada para pedagang dengan bahasa yang mudah mereka pahami yaitu memakai bahasa yang mereka gunakan hari-hari. Dari wawancara tersebut peneliti mendapatkan data atau informasi dari subjek yaitu para pengusaha tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan penelitian.

Adapun rancangan pertanyaan penelitian yang peneliti buat untuk bahan wawancara, yaitu:

- a. Berapa lama usaha jasa itu berdiri?
- b. Apa alasan pengusaha memilih membangun usahanya di lokasi tersebut?
- c. Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi?

³⁶Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung:1990, h. 135-137.

- d. Kendala apa saja yang dihadapi pengusaha dalam memilih dan mendapatkan lokasi tersebut?
- e. Strategi apa yang digunakan pengusaha dalam memilih lokasi?

3. Dokumentasi

Kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dengan bahan-bahan tulisan lainnya. Metode pencarian data ini sangat bermanfaat karena dapat dilakukan dengan tanpa mengganggu obyek atau suasana penelitian. Peneliti dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh obyek yang diteliti.³⁷

Penggunaan dokumen ini berkaitan dengan apa yang disebut analisis isi. Cara menganalisis isi dokumen ialah dengan memeriksa dokumen secara sistematis bentuk-bentuk komunikasi yang dituangkan secara tertulis dalam bentuk dokumen secara resmi.³⁸

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah upaya untuk menjamin bahwa semua data yang diperoleh penulis sesuai atau relevan dengan realitas yang terjadi dan memang sesungguhnya. Hal ini bertujuan untuk menjamin data maupun informasi yang didapatkan dapat terjamin dan memperoleh data yang valid. Data yang valid ialah data yang menunjukkan ketepatan dan

³⁷Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta:Graha Ilmu, 2006, h. 225.

³⁸Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, h. 226.

kesamaan antara data yang telah terjadi dilapangan atau obyek dengan data yang dihimpun atau disusun oleh peneliti.

Untuk memperoleh data yang valid, data yang dihimpun diuji dengan memakai teknik *triangulasi sumber*, yaitu membandingkan sumber data yang satu dengan sumber data yang lainnya. Menurut Patton, yang dikutip oleh Moleong menyatakan bahwa “*Triangulasi* dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat berbeda”. Hal yang dimaksud tersebut dapat dicapai melalui jalan sebagai berikut:³⁹

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam

³⁹Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 178.

periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.⁴⁰

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Miles dan Huberman, yang meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Data Collection* (pengambilan data), yaitu proses pengambilan data sebanyak-banyaknya yang berhubungan dengan perilaku orang tua nelayan dalam motivasi anak berprestasi melalui teknik pengumpulan data.
2. *Data Reduction* (pengumpulan data), yaitu data yang diperoleh dari kaneah penelitian dan setelah dipaparkan apa adanya, maka data yang dianggap lemah dan kurang valid serta tidak relevan dengan objek penelitian dihilangkan.
3. *Data Display* (penyajian data), yaitu langkah pembuatan laporan dari reduksi data untuk ditampilkan dengan cara sistematis yang mudah dibaca dan dipahami sesuai dengan urutan rumusan masalah.

⁴⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2010, h. 91

4. *Conclusion Drawing*, langkah penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh tentang perilaku orang tua nelayan dalam motivasi anak berprestasi, dengan tidak menyimpang dari tujuan dan dapat menjawab permasalahan penelitian.⁴¹

G. Kerangka Pemikiran

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 bahan baku, tenaga pembangkit listrik, dan pasar (konsumen).

Untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis ketiga faktor tersebut juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan berpengaruh terhadap usaha kedepannya. Apabila bahan baku terdapat jauh dari lokasi usaha, maka dapat dipastikan pengusaha akan mengeluarkan biaya lebih untuk membayar transportasi pengangkut bahan baku, sama halnya kedekatan dengan tenaga pembangkit listrik, dan pasar (konsumen) sangat penting dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi, tanpa ada pembangkit tenaga listrik dan pasar (konsumen), maka dapat menghambat pencapaian sukses usaha. Dari faktor-faktor pemilihan lokasi

⁴¹Miles dan Huberman diterjemahkan Tjetjep Rohendi Rohidi, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI, 1992, h. 18-20.

di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti pengaruh pemilihan Lokasi, kendala yang dihadapi pengusaha jasa dalam pemilihan lokasi, serta strategi dalam pemilihan lokasi. Secara sistematis, konsep pemikiran diatas dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ANALISIS

A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Kota Palangka Raya

Kata Palangka Raya memiliki dua suku kata yaitu “Palangka” dan “Raya”. Palangka adalah suatu wadah palangka yang dipercaya sebagai lukisan gambar burung elang yang dipakai oleh *Mahatala Langit* (Tuhan Yang Maha Esa) untuk menurunkan manusia pertama ke Raya (bumi). Kota ini memiliki sebuah lambang yang berbentuk perisai yang memiliki banyak makna dan filosofi. Diantaranya adalah:

Keberanian/kemauan membangun Kota Palangka Raya dari suatu daerah hutan, menjadi kota bersemboyan “*Isen Mulang*“, dengan modal alam dan tenaga demi kejayaan negara pada umumnya dan rakyat Kalimantan pada khususnya. Dilengkapi dengan amal, kegiatan, cita-cita dan tekad kepamongpraajaan bersemboyan “*Tut Wuri Handayani*” untuk membina/membimbing masyarakat kearah kesejahteraan rohaniah dan jasmaniah berpedoman pada falsafah Negara Pancasila.

Di mulai dari kemerdekaan Indonesia yang masih seumur jagung, kota ini sudah terlibat dan tertulis dalam tinta sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia. Pondasi awal Kota Palangka Raya terbentuk pada tahun 1957, melalui undang-undang darurat No. 10/1957 tentang pembentukan Daerah Swatantra Tingkat I Kalimantan Tengah. Wilayah yang dahulunya merupakan hutan belantara, wilayah yang kemudian

berubah menjadi sebuah desa yang bernama Desa Pahandut, yang dalam prosesnya yang panjang kemudian berubah menjadi Kota Palangka Raya, sebuah kota yang termasuk salah satu kota dengan wilayah terluas di Indonesia.

Pada kunjungan Presiden Indonesia pertama yaitu Presiden Ir. Soekarno pernah mengisyaratkan Kota Palangka Raya sebagai Ibu Kota Negara Indonesia karena potensi yang dimiliki kota ini sebagai Pusat Pemerintahan. Namun isu tersebut tidak sejalan siring dengan perkembangan situasi yang terjadi di negara ini.

Kota Palangka Raya menjadi Kota Praja yang otonom terjadi pada tahun 1965 tepatnya pada tanggal 12 Juni 1965. Dengan dihadiri oleh Ketua Komisi B DPRGR, Bapak L.S. Handoko Widjojo dan beberapa pejabat penting Negara Indonesia saat itu berlangsunglah upacara peresmian Kota Palangka Raya sebagai kota yang otonom. Hari jadi Kota Palangka Raya adalah pada tanggal 14 Agustus 1950.

2. Geografis Kota Palangka Raya

Letak Kota Palangka Raya terletak di kordinat $2^{\circ}12'36''\text{LU}$ $113^{\circ}55'12''\text{BT}$ / $2,21^{\circ}\text{LS}$ $113,92^{\circ}\text{BT}$. Dengan luas mencapai 2.400 km². beriklim tropis. Penduduk & mata pencaharian Populasi penduduk Kota Palangka Raya menurut sensus penduduk tahun 2010 berjumlah kurang lebih 220.962 jiwa. Kepadatan penduduk 92 jiwa perkilometer persegi. Mata pencaharian penduduk kebanyakan adalah petani, pedangang dan pekerja industri. Terdapat beberapa suku yang mendiami Kota Palangka

Raya diantaranya adalah penduduk asli Kalimantan yaitu Suku Dayak. Berikut adalah beberapa suku mayoritas yang mendiami Kota Palangka Raya.

Tabel 3.1
Suku Mayoritas di kota Palangka Raya

NO	Nama suku
1	Suku dayak
2	Suku banjar
3	Suku Jawa
4	Suku Madura
5	Suku Sunda
6	Suku Bali
7	Suku Batak

Sumber: BPS Kota Palangka Raya tahun 2014

Agama:

Tabel 3.2
Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Jenis Kelamin Kota Palangka Raya

Agama & Agama & Aliran Kepercayaan	Jumlah Penduduk		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Islam	135.285	125.765	261.050
Kristen	50.186	49.618	99.840
Katolik	3.743	3.356	7.099
Hindu	3.100	2.891	5.991
Budha	371	288	659
Konghucu	10	6	16
Aliran Kepercayaan	993	999	1.992
Jumlah Total	193.688	182.923	376.647

Sumber: Database SIAK, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Palangka Raya tahun 2014

Bahasa sehari-hari yang digunakan oleh masyarakat Kota Palangka Raya selain bahasa Indonesia adalah bahasa Dayak dan Banjar.⁴²

3. Kecamatan Jekan Raya

Dalam rangka peningkatan kelancaran penyelenggaraan program pemerintah kepada masyarakat, dan sebagai perwujudan pelaksanaan pasal 66 dan 67 UU No. 22 tahun 1999 Tentang Pemerintah Daerah, maka pemerintah Kota Palangka Raya mengeluarkan Peraturan Pemerintah Daerah Kota Palangka Raya No. 32 tahun 2002 tentang Pembentukan, Pemecahan, dan Penggabungan Kecamatan dan Kelurahan pada tanggal 19 Nopember 2002. Adapun nama-nama kecamatan dan jumlah penduduk tersebut adalah:

Tabel 3.3
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin Kota Palangka Raya

Kecamatan	Jumlah Penduduk		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Pahandut	45.059	43.245	88.304
Sebangau	8.482	7.880	16.362
Jekan Raya	87.467	74.174	161.641
Bukit Batu	6.840	6.322	13.162
Rakumpit	1.723	1.535	3.258
Palangka Raya	128.949	123.156	282.726

Sumber: BPS Kota Palangka Raya tahun 2014

Kecamatan Jekan Raya dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah No. 32 Tahun 2002 sebagaimana tersebut diatas, dan Kecamatan Jekan Raya

⁴²<http://kuajekanraya.com/profil/potret-singkat> diunduh tanggal 20 november 2015

diresmikan pada tanggal 19 Nopember 2002. Kecamatan Jekan Raya dalam pemerintahan sebagai pelaksana pemerintahan umum yang membawahi 4 kelurahan yang dipimpin oleh seorang Camat yang mempunyai kedudukan sebagai perangkat wilayah yang memimpin penyelenggaraan pemerintah di tingkat Kecamatan, dan bertanggung jawab kepada walikota.

Kecamatan Jekan Raya merupakan salah satu dari 5 (lima) kecamatan yang berada di Kota Palangka Raya. Kalau dilihat dari sejarahnya, Kecamatan Jekan Raya merupakan bagian dari Kecamatan Pahandut. Kecamatan Jekan Raya juga merupakan ibu kota Propinsi Kalimantan Tengah yang juga merupakan pusat pengendalian kegiatan pemerintahan, pembangunan, perekonomian dan kemasyarakatan.

Pada dasarnya Kecamatan Jekan Raya mempunyai luas wilayah 352.62 km² yang terbagi dalam 4 (empat) wilayah kelurahan, yaitu: Kelurahan Palangka, Kelurahan Bukit Tunggal, Kelurahan Menteng, dan Kelurahan Petuk Ketimpun.

Adapun luas masing-masing kelurahan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Luas Kecamatan Jekan Raya Berdasarkan kelurahan

Kelurahan	Luas (Km²)
Kelurahan Palangka	24,75 km ²
Kelurahan Bukit Tunggal	237,12 km ²
Kelurahan Menteng	31,00 km ²
Kelurahan Petuk Ketimpun	59,75 km ²
Luas jekan Raya	352.62 Km ²

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

Batas-batas wilayah Kecamatan Jekan Raya meliputi sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan Bukit Rawi Kab. Pulang Pisau
- b. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kelurahan Tumbang Rungan Kec. Pahandut
- c. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Katingan
- d. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kelurahan Kereng Bangkirai Kec. Sabangau.

4. Kelurahan dan Data Penduduk

Penduduk merupakan salah satu modal dasar pembangunan yang selalu harus ditingkatkan kualitasnya secara terprogram guna menunjang pembangunan. Kepadatan penduduk Kecamatan Jekan Raya 324,88 jiwa / km².

Jumlah kepadatan ini bervariasi diantara 4 kelurahan yang ada dimulai kelurahan Petuk Katimpun yang mempunyai kepadatan terjarang penduduknya, yaitu 35,82 jiwa / km² . Adapun kelurahan yang terpadat adalah kelurahan Palangka dengan jumlah kepadatan penduduk 57.15 jiwa / km².

Berdasarkan data laporan Kecamatan Jekan Raya, jumlah penduduk Kecamatan Jekan Raya tercatat 161.641 jiwa yang tersebar di masing-masing kelurahan.

Urutan Kelurahan dengan penduduk terbanyak adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Jumlah Penduduk Kecamatan Jekan Raya
Berdasarkan Kelurahan

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk
1	Kelurahan Palangka	57.015 Jiwa
2	Kelurahan Menteng	51.027 Jiwa
3	Kelurahan Bukit Tunggal	50.286 Jiwa
4	Kelurahan Petak Ketimpun	2.863 Jiwa
Kecamatan Jekan Raya		161.141 Jiwa

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

5. Rumah Ibadah dan Pemeluk Agama

Kecamatan Jekan Raya dengan jumlah penduduk 161.641 jiwa memiliki tempat ibadah sebanyak 241 buah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Tempat Ibadah Kecamatan Jekan Raya

No	Tempat Ibadah	Jumlah
1	Masjid	60
2	Langgar/Musholla	109
3	Gereja	70
4	Pura	1
5	Kuil/Kelenteng	1
Jumlah		241

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

Jumlah penduduk kec.Jekan Raya Berdasarkan agama sebagai berikut:

Tabel 3.7
Jumlah Penduduk Kec.Jekan Raya
Berdasarkan Agama

No	Agama	Jumlah
1	Islam	99.089
2	Kristen	54.722
3	Katholik	4.720
4	Hindu	2.902
5	Budha	208
Jumlah Penduduk		161.641

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

6. Sarana Pendidikan

Untuk turut serta mensukseskan program pemerintah dibidang pendidikan, Kecamatan Jekan Raya berusaha agar mutu pendidikan paling tidak setarap dengan Kecamatan lainnya, maka salah satu faktor penunjang adanya sarana pendidikan yang memadai yang tersebar di 4 (empat) kelurahan.

Tabel 3.8
Sarana Pendidikan Umum Kec.Jekan Raya

No	Sarana Pendidikan	Jumlah
1	TK	53
2	SD	41
3	SLB	1
4	SLTP	17
5	SLTA	19
6	PERGURUAN TINGGI	12
JUMLAH		143

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

Jumlah Sarana Pendidikan Sebagai berikut :

Tabel 3.9
Sarana Pendidikan Agama Islam Kec.Jekan Raya

No	Sarana Pendidikan	Jumlah
1	MIN	-
2	MIS	3
3	MTsN	1
4	MTs	2
5	MAN	1
6	MA	1
7	RA/BA	7
8	Ponpes	7
JUMLAH		22

Sumber: Profil Kec.Jekan Raya tahun 2015

7. Mata Pencaharian

Penduduk diluar kota Palangka Raya terpencah dan tersebar di berpuluh-puluh Desa kecamatan, adapun mata pencaharian penduduk pada umumnya bertani, nelayan (mencari Ikan), menggali emas, petani karet/rotan, sedangkan mata pencaharian penduduk Kecamatan Jekan Raya sebagian besar adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10

Mata Pencaharian Masyarakat sekitar Kecamatan Jekan Raya

No	Jenis	Jumlah
1	Warnet	11
2	Fotocopy	9
3	Salon	8
4	Bengkel	15
5	Cuci Motor	9
6	Counter	25
7	Jenis Persewaan	18
8	Laundry	16
9	Hotel	11
10	Minimarket	16
Total		138

Sumber data diolah dari observasi sekitar pinggiran jalan kec.Jekan Raya tahun 2016

B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Penelitian penulis langsung melakukan wawancara terhadap subjek yang terkait dengan fokus penelitian. Wawancara tersebut bertujuan untuk menggali data dan fakta secara rinci strategi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa mikro kecil di kota Palangka Raya, mulai dari faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, kendala dalam pemilihan lokasi dan strategi dalam pemilihan lokasi. Adapun mengenai hasil penelitian ini penulis menguraikan sebagai berikut:

1. Subjek I : Pengusaha Jasa *Fotocopy*

Nama	: EH
Umur	: 43 Tahun
Pendidikan Terakhir	: SMK
Alamat Tempat Usaha	: Tjilik Riwut km 4,5
Status	: Menikah
Lama Usaha Berdiri	: 6 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Adapun hasil wawancara terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa antara lain:

“Dalam menjalankan usaha memang faktor utama yang kita perhatikan adalah lokasi, faktor yang mempengaruhi saya memilih lokasi disini, karena wilayah ini banyak perkantoran, diapit dua kantor selain itu dekat dengan jalan raya. selain itu

*faktor para pesaing usaha juga tidak terlalu banyak karena daerah tersebut bukanlah daerah padat penduduk”.*⁴³

Hasil wawancara dengan subjek E.H mengenai faktor dalam pemilihan lokasi dia memilih lokasi di daerah tersebut karena banyak berdirinya perkantoran, secara tidak langsung tempat usahanya juga diapit dua kantor, lokasinya juga dipinggir jalan Raya. Bagi EH wilayah tersebut sangat strategis dijadikan tempat usaha, terutama usaha *fotocopy*, karena kurangnya para pesaing yang mendirikan usaha di daerah tersebut menjadikan usaha EH ramai dikunjungi terutama hari-hari biasa.

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi oleh pengusaha EH di Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor kedekatan dengan perkantoran.
- 2) Faktor kedekatan dengan jalan Raya atau keramaian.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Adapun hasil wawancara terkait dengan kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa antara lain:

“awalnya saya sedikit ragu dalam memilih lokasi ini sebagai tempat usaha fotocopy karena saya terkendala dengan modal yang sedikit terutama biaya sewa ruko yang cukup mahal dan

⁴³ Hasil wawancara dengan EH pengusaha jasa *Fotocopy* di Tjilik Riwut km 4,5, 06 Desember 2015.

*pembelian bahan-bahan usaha seperti mesin fotocopy yang berkisar sekitar 20.000.000-30.000.000, mesin laminating, lemari kaca dan bahan lainnya. Selain itu melihat dari lahan parkir tidak terlalu luas sehingga mengakibatkan mengeluarkan biaya tambahan untuk menyewa tanah disamping untuk lahan parkir”.*⁴⁴

Hasil wawancara dengan subjek E.H mengenai kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa, dia menemukan kendala sebelum memilih lokasi usaha *fotocopy* walaupun niat awalnya itu sedikit ragu. Tetapi setelah melihat dari faktor tempat yang cukup strategis itu memotivasinya untuk tetap lanjut. Kendala yang ditemuinya adalah dalam persoalan permodalan terutama biaya sewa ruko, bahan-bahan mesin usaha yang cukup mahal dan lokasi yang sempit sehingga menghambat dalam proses usaha.

Dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala yang mempengaruhi dalam pemilihan usaha jasa ini oleh pengusaha EH di Kec. Jekan Raya adalah sebagai berikut:

1) Kendala dalam permodalan usaha.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Adapun hasil wawancara terkait dengan Strategi-strategi dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa ini antara lain:

⁴⁴ Hasil wawancara dengan EH pengusaha jasa *Fotocopy* di Tjilik Riwut km 4,5, 06 Desember 2015.

“dari awalnya saya memilih lokasi, saya sudah benar-benar memikirkan jauh-jauh hari. Walaupun sedikit ragu dalam memilih lokasi ini sebagai tempat usaha fotocopy terkait dengan modal yang sedikit. Namun melihat kondisi sekitar lokasi usaha yang dekat dengan perkantoran dan padatnya penduduk disekitar lokasi menjadi pertimbangan dan strategi saya dalam memilih lokasi usaha yang akan saya jalani dan meyakinkan saya bahwa lokasi ini tepat untuk usaha jasa fotocopy”⁴⁵

Hasil wawancara dengan subjek E.H mengenai strategi dalam pemilihan lokasi usaha Jasa, subjek E.H menggunakan Strategi dengan memperhatikan tingkat kepadatan penduduk dan kedekatan dengan area perkantoran. Sehingga dengan pertimbangan tersebut meyakinkan dia bahwa lokasi ini strategis untuk tempat usaha jasa fotocopy .

Dapat disimpulkan bahwa Strategi dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa Subjek EH di Kec. Jekan Raya adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk.
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan kedekatan lokasi dengan area perkantoran, universitas dan sekolah.

2. Subjek II Pengusaha Jasa *Fotocopy*

Nama : AL

Umur : 38 Tahun

⁴⁵ Hasil wawancara dengan EH pengusaha jasa *Fotocopy* di Tjilik Riwut km 4,5, 06 Desember 2015.

Pendidikan Terakhir : SMP

Alamat Tempat Usaha : Tjilik Riwut km 4,5

Status : menikah

Lama Usaha Berdiri : 7 tahun setengah

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam memilih lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AL terkait pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:

*“Sebelum saya membuka usaha fotocopy, dulu hanya ada usaha sembako, usaha sembako saya ini sudah berdiri sekitar 12 tahun, saya mendapat ide membuka usaha fotocopy ini karena banyak karyawan kantor yang sering belanja kesini mengeluh apabila ada keperluan ATK kantor yang harus segera dibeli mereka harus membelinya jauh dari kantor, begitu juga dengan anak-anak sekolah yang membutuhkan alat tulis, kebetulan halaman rumah masih luas bisa ditambah untuk lokasi usaha fotocopy karena itu saya membuka usaha ATK sekaligus fotocopy, lumayan buat penghasilan tambahan, posisi toko saya ini bersebrangan dengan kantor dan juga tidak jauh dari lokasi sekolah disini juga padat penduduk”.*⁴⁶

Hasil wawancara dengan subjek AL faktor dia memilih lokasi di daerah tersebut karena memang lokasinya bersebrangan dengan kantor dan berdekatan dengan lokasi sekolah, daerah tersebut juga padat penduduk, dan dekat jalan Raya. Siswa-siswi atau karyawan yang datang untuk membeli ATK atau *fotocopy* berkas bisa langsung belanja makanan atau minuman, hal itu merupakan peluang untuk mendapatkan keuntungan dari kedua usahanya tersebut.

⁴⁶ Hasil wawancara dengan AL pengusaha jasa fotocopi di jalan Tjilik Riwut km 4,5 Palangka Raya, 06 Desember 2015.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi AL dalam memilih lokasi usahanya adalah:

- 1) Faktor kedekatan dengan perkantoran juga sekolah.
- 2) Faktor banyaknya yang membutuhkan jasa *fotocopy* karena jauh dari pesaing.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AL terkait dengan kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa sebagai berikut:

“Adabeberapa kendala ketika saya ingin membuka usaha fotocopy ini dikarenakan tempat usaha yang saya jalani sudah terlalu sempit bahkan tidak muat lagi untuk menambah usaha tambahan seperti fotocopy karena sudah penuh dengan bahan-bahan sembako usaha yang saya jalani saat ini. sehingga saya harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menyewa ruko sebelah usaha sembako saya untuk usaha fotocopy yang akan saya jalani dan dalam melayani pelanggan karena harus saya fokus dengan dua toko sedangkan saya belum memiliki karyawan yang tetap kadang anak saya yang sekarang sekolah di bangku SMA hanya bisa membantu saya ketika ia pulang dari sekolah dari saya harus mengeluarkan biaya tambahan lagi untuk mempekerjakan karyawan ditempat usaha fotocopy tersebut. dan yang terakhir daya listrik yang tidak kuat karena harus membebani dua toko yang berdampak Secering listrik sering mati mendadak sehingga saya harus menambah daya guna kelancaran usaha fotocopy yang akan saya jalani ”⁴⁷

Hasil wawancara dengan subjek AL terkait dengan kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa didaerah tersebut ia menemukan beberapa kendala seperti

⁴⁷ Hasil wawancara dengan AL pengusaha jasa fotocopi di jalan Tjilik Riwut km 4,5 Palangka Raya, 06 Desember 2015.

harus mengeluarkan beberapa biaya tambahan untuk menyewa ruko sebelah lokasi usaha sembako yang telah dijalaninya, menambah karyawan untuk menjaga usaha fotocopy yang akan dijalani karena kewalahan dalam melayani pelanggan yang semakin ramai dan anaknya tidak sepenuhnya membantu dalam melayani pelanggan karena ia harus sekolah di SMA dan Selain itu untuk menambah daya listrik guna kelancaran usaha yang akan dijalaninya.

Dapat disimpulkan kendala-kendala yang mempengaruhi AL dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa tersebut adalah:

- 1) Kendala dalam permodalan awal usaha.
- 2) Kendala sarana prasarana yang kurang memadai.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AL terkait Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Fotocopy* sebagai berikut:

“Selain saya berniat hanya menambah penghasilan dan juga saya melihat banyak peluang karena toko sembako saya yang cukup ramai. Nah... strategi saya dalam pemilihan lokasi usaha ini dengan memanfaatkan peluang dari pelanggan yang banyak datang ke toko sembako saya. Selain itu saya juga memanfaatkan peluang belum adanya pesaing dan lokasi yang dekat dengan kantor dan sekolah sehingga banyaknya permintaan ATK dari pelanggan.”⁴⁸

⁴⁸ Hasil wawancara dengan AL pengusaha jasa fotocopi di jalan Tjilik Riwut km 4,5 Palangka Raya, 06 Desember 2015.

Hasil wawancara dengan subjek AL terkait dengan strategi yang digunakannya dalam pemilihan lokasi usaha *Fotocopy* yaitu melihat dari peluang usaha dikarenakan ramainya pelanggan toko sembako yang dijalani subjek AL. Selain itu lokasi yang berdekatan dengan area perkantoran dan belum adanya pesaing sehingga banyaknya permintaan pelanggan yang membeli ATK.

Dapat disimpulkan Strategi yang digunakan AL dalam pemilihan lokasi usahanya terhadap kesuksesan usaha jasa tersebut adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan kedekatan area perkantoran, universitas dan sekolah.
- 2) Strategi pemilihan lokasi dalam memanfaatkan adanya peluang dan banyaknya permintaan pelanggan.

3. Subjek III Pengusaha Jasa *Fotocopy*

Nama	: AN
Umur	: 47 Tahun
Pendidikan Terakhir	: S1 Sospol
Alamat Tempat Usaha	: Jalan Rajawali Km. 2
Status	: Menikah
Lama Usaha Berdiri	: 10 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait masalah pemilihan lokasi hasilnya sebagai berikut:

“Faktor utama yang membuat saya memilih lokasi usaha disini karena memang rumah nya masih luas dijadikan depannya buat usaha, memilih membuka usaha fotocopy karena sudah memahami bagaimana menjalankan usaha ini,sebelum membuka usaha disini dulu usaha saya berada dijalan K.S Tubun, karena disana hanya mengontrak setelah habis kontraknya lalu pindah kesini,berhubung ada yang menawarkan kredit rumah,jadi sekalian kredit rumah saya buka kembali usaha fotocopy ini. membuka usaha disini karena lokasinya ramai atau strategis, kami juga mempertimbangkan kenapa memilih membuka usaha fotocopy,karena tempatnya dekat dengan pasarbahan baku. karena usaha ini tidak terlalu banyak menyita waktu, usaha ini merupakan usaha sampingansaya seorang PNS dengan membuka usaha fotocopy saya lebih mudah mengatur waktu saya”.⁴⁹

Hasil wawancara dengan subjek AN faktor AN memilih lokasi usahanya karena dia mau memanfaatkan kondisi rumah yang memang cocok depannya dijadikan tempat usaha, jadi dia lebih mudah mengontrol usahanya, apabila dia mengontrak tempat untuk membuka usahanya, otomatis dia akan mengeluarkan biaya lebih banyak, dan dia juga akan susah mengontrol perkembangan usahanya tersebut,karena waktunya diluar kantor lebih sedikit. Meskipun tempatnya dulu sepi sangat tidak cocok dijadikan tempat usaha fotocopy, tapi dia tetap membuka usahanya karena dia sudah

⁴⁹ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa fotocopi di Jalan Rajawali Km. 2, 06 Desember 2015.

memahami tentang usaha *fotocopy* dibanding usaha yang lain. Selain itu kedekatan dengan supplier merupakan faktor yang terpenting dalam usaha yang dijalannya.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi AN dalam memilih lokasi usahanya adalah:

- 1) Faktor kedekatan dengan tempat tinggal.
- 2) Faktor kedekatan dengan supplier

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait kendala yang dihadapi selama pemilihan lokasi usaha *Fotocopy* sebagai berikut:

“ketika saya memilih lokasi usaha Fotocopy ini ada beberapa kendala yang saya temukan contohnya pada awal saya membuka usaha ini sering ditempat saya ini mati lampu tetapi hanya rumah saya yang mati karena Watt yang tidak kuat menampung penggunaan listrik yang sangat banyak seperti TV, Mesin cetak, Kulkas dan lain-lain karena toko sekaligus rumah tempat tinggal. Selain itu kendala yang saya rasakan semakin banyak orang yang membuka usaha Fotocopy di daerah ini membuat persaingan semakin banyak dan turunnya pelanggan, apalagi ketimbang dengan yang lain memiliki mesin yang lebih canggih dari toko saya yang hanya menggunakan 2 mesin cetak”⁵⁰

Hasil wawancara dengan subjek AN ia merasakan banyak kendala ketika memilih lokasi usaha fotocopy yang berdampak pada kesuksesan usahanya tersebut yaitu perlu tambahan biaya untuk tambah daya listrik dan tambahan mesin fotocopy yang canggih untuk

⁵⁰ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa fotocopi di Jalan Rajawali Km. 2, 06 Desember 2015.

kepuasan pelanggan dikarenakan persaingan usaha dilokasi tersebut sudah banyak.

Dapat disimpulkan kendala yang mempengaruhi AN dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasaitu adalah:

- 1) Kendala sarana dan prasarana yang kurang memadai.
- 2) Kendala pesaing yang sudah banyak.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait strategi yang digunakan dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa ini sebagai berikut:

“Pertimbangan saya ketika saya memilih lokasi ini karena disini saya pendatang baru didaerah tersebut di karenakan sudah banyak usaha fotocopy yang sudah lama buka dilokasi tersebut. Tapi saya optimis lokasi yang saya pilih sebagai rumah sekaligus tempat usaha fotocopy saya akan ramai didatangi pelanggan.walaupun persaingan usaha fotocopy didaerah ini sudah banyak. Saya mempertimbangkan lokasi ini tingkat keramaian penduduk cukup tinggi dan lokasi yang saya pilih ini dipinggir jalan. Motivasi usaha nya kan "Banyak orang banyak uang" ada barang ada uang"tinggal bagaimana saya memberikan nilai lebih kepada pelanggan ketika menjalani usaha tersebut baik berupa tarif atau harga yang lebih murah daripada toko fotocopy yang lain ”.⁵¹

Hasil wawancara dengan subjek AN strategi AN dalam pemilihan lokasi usaha jasa *Fotocopy* ini, subjek AN mempertimbangkan dan memperhatikan lokasi sekitar usaha yang dipilih tingkat keramaian penduduknya cukup tinggi dan lokasinya

⁵¹ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Bukit Keminting 5, 12 Januari 2016.

dipinggir jalan raya yang menjadi strategi yang digunakan subjek AN dalam pemilihan lokasi usaha yang akan dijalaninya.

Dapat disimpulkan Strategi yang digunakan AN dalam pemilihan lokasi usahanya untuk kesuksesan usaha jasa nya tersebut adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kepadatan penduduk sekitar lokasi
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan jalan raya.

4. Subjek IV Pengusaha Jasa *Fotocopy*

Nama : A.B
 Umur : 37
 Pendidikan Terakhir : SMP
 Alamat Tempat Usaha : Jalan Rajawali
 Status : Menikah
 Lama Usaha Berdiri : 6 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AB terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

“Faktor utama saya memilih lokasi usaha disini karena disini belum banyak pesaing usaha fotocopy, disini juga wilayah padat penduduk, meskipun didaerah ini tidak ada perkantoran ataupun sekolah, tapi tiap hari orang-orang ramai datang kesini, lokasinya dipinggir jalan dan mudah akses untuk

menjangkaunya, kebanyakan orang yang kebetulan lewat mau ke kantor jadi sekalian mampir kesini.”⁵²

Hasil wawancara dengan subjek AB dia memilih lokasi usaha di daerah tersebut karena dia melihat tidak ada pesaing di daerah tersebut, meskipun ada tapi lokasinya berjauhan, di daerah tersebut juga padat penduduk, lokasinya juga berada di pinggir jalan walaupun bukan jalan besar, akan tetapi akses menuju tempatnya sangat mudah dijangkau, karena itu orang-orang yang mau pergi ke kantor bisa sekalian mampir ke tempatnya.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi AB memilih lokasi di daerah tersebut adalah:

- 1) Faktor belum ada pesaing
- 2) Faktor padat penduduk
- 3) Faktor mudah dijangkau

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AB terkait kendala yang dihadapi pengusaha AB dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa Fotocopy sebagai berikut:

”kendala yang saya temukan ketika memilih usaha fotocopy di lokasi ini yaitu modal usaha yang cukup besar seperti membeli alat-alat fotocopy yang cukup mahal selain itu tempat peralatan service alat fotocopy disekitar kota Palangka Raya sangat langka. Khawatir jika mesin fotocopy yang saya

⁵² Hasil wawancara dengan A.B pengusaha jasa Fotocopy, Jalan Rajawali , 10 Desember 2015.

*gunakan rusak tiba-tiba sehingga menghambat proses saya dalam melayani pelanggan yang begitu ramai, ditambah lagi saya baru pertama kali mencoba membuka usaha fotocopy”.*⁵³

Hasil wawancara dengan subjek AB terkait kendala dalam pemilihan lokasi usaha di daerah tersebut walaupun melihat tidak ada pesaing di daerah tersebut, meskipun ada tapi lokasinya berjauhan, di daerah tersebut juga padat penduduk, lokasinya juga berada di pinggir jalan walaupun bukan jalan besar, akan tetapi akses menuju tempatnya sangat mudah dijangkau, karena itu orang-orang yang mau pergi ke kantor bisa sekalian mampir ke tempatnya. Tetapi ada beberapa kendala yang dia rasakan ketika memilih lokasi usaha yaitu Modal yang cukup besar yang dikeluarkan pada saat pertama buka usaha, selain itu mengingat tempat peralatan service disekitar kota Palangka Raya sangat langka.

Dapat disimpulkan kendala yang dihadapi AB dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa itu adalah:

- 1) Kendala pemodal awal usaha.
- 2) Kendala sarana dan prasarana yang kurang memadai.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AB terkait Strategi-strategi yang digunakan dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa sebagai berikut:

⁵³ Hasil wawancara dengan A.B pengusaha jasa *Fotocopy*, Jalan Rajawali , 10 Desember 2015.

*“Strategi saya memilih lokasi usaha jasa Fotocopy ini, saya lihat penduduk sekitar lokasi banyak, lalu lalang kendaraan yang lewat ramai dan juga disini keamanan sekitar lokasi mendukung apalagi lokasi usaha dan tempat tinggal saya berdekatan”.*⁵⁴

Hasil wawancara dengan subjek AB terkait strategi dalam memilih lokasi usaha ini ada beberapa strategi-strategi yang digunakan. Dalam memilih lokasi usaha ini Subjek AB lebih mempertimbangkan kepada tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi yang cukup tinggi, dan memperhatikan tingkat keramaian lalu lalang kendaraan yang lewat cukup padat dan tingkat keamanan sekitar lokasi yang mendukung ditambah lagi lokasi usaha dan tempat tinggal subjek AB berdekatan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan AB dalam memilih lokasi usaha jasa fotocopy tersebut adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan lalu lalang kendaraan cukup ramai
- 3) Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan tingkat keamanan lokasi usaha mendukung

⁵⁴ Hasil wawancara dengan A.B pengusaha jasa *Fotocopy*, Jalan Rajawali , 10 Desember 2015.

5. Subjek V Pengusaha Jasa *Fotocopy*

Nama : SR
 Umur : 33
 Pendidikan Terakhir : SMA
 Alamat Tempat Usaha : Jalan Bukit Keminting
 Status : Menikah
 Lama Berdirinya Usaha : 7 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek SR terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

“Saya memilih lokasi disini karena awalnya saya membeli tanah disini untuk tempat tinggal, melihat disini daerahnya cukup ramai, jadi sekalian saya membuka usaha fotocopy, saya memilih membuka usaha fotocopy kebetulan berdekatan dengan toko ATK punya teman saya jadi saya lebih mudah membeli keperluan usaha saya.”⁵⁵

Hasil wawancara dengan subjek SR mengenai faktor pemilihan lokasi, dia memilih lokasi di daerah tersebut karena langsung tempat tinggalnya, melihat peluang usaha *fotocopy* masih sangat besar, daerahnya tempat tinggalnya cukup ramai dilalui orang banyak, membeli keperluan usahanya juga sangat dekat dan murah karena tempatnya tidak jauh dari toko yang menjual bahan-bahan usahanya.”

⁵⁵ Hasil wawancara dengan SR pengusaha jasa *fotocopy* di Jalan Bukit Keminting, 11 Desember 2015.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi subjek SR dalam memilih lokasi di daerah tersebut adalah:

- 1) Faktor kedekatan dengan tempat tinggal.
- 2) Faktor kedekatan dengan bahan baku.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek SR terkait kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha jasa terhadap kesuksesan usaha jasa ini sebagai berikut:

“ketika memilih lokasi disini menurut saya sangat strategis karena daerahnya yang cukup ramai dan juga dekat dengan toko ATK. tetapi kendala ketika memilih lokasi ini saya merasa khawatir dikarenakan lokasi usaha yang menurut saya tingkat keamanannya kurang memadai ditambah jalan raya didepan lokasi usaha tidak ada lampu penerangan jalan ditambah lagi tempat tinggal saya lumayan jauh dari lokasi usaha yang saya jalani”⁵⁶

Hasil wawancara dengan subjek SR mengenai kendala ketika memilih usahaini yaitu subjek SR merasa khawatir terkait keamanan tempat lokasi usaha yang dipilih kurang memadai ditambah lagi subjek SR tidak tinggal di lokasi usaha tersebut. Selain dari itu jalan raya di lokasi usaha tersebut tidak dilengkapi dengan lampu penerangan jalan.

Dapat disimpulkan kendala yang dihadapi SR dalam memilih usaha terhadap kesuksesan usaha jasa di daerah tersebut adalah:

⁵⁶ Hasil wawancara dengan SR pengusaha jasa *fotocopy* di Jalan Bukit Keminting, 11 Desember 2015.

- 1) Kendala keamanan yang kurang memadai
- 2) Kendala infrastruktur jalan raya kurang memadai.

c. Strategi-strategi dalam memilih lokasi usaha jasa terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek SR terkait Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasaSR sebagai berikut:

“ketika saya memilih lokasi sudah menjadi strategi saya dalam mensukseskan usaha ini,saya pikir tempat ini cocok untuk usaha Fotocopy karena ramai penduduk dan juga tidak jauh dengan toko ATK. jadi kalo kehabisan alat-alat terkait perlengkapan Fotocopy saya tidak jauh-jauh membeli dan meminimalisir pengeluaran biaya pembelian bahan-bahan fotocopy”⁵⁷

Hasil wawancara dengan subjek SR mengenai strategi yang digunakannya ketika memilih lokasi usaha ini sudah memang betul-betul direncanakan oleh SR dari ketika ia memilih lokasi pun ia tidak sembarangan dalam memilih. Strategi yang ia gunakan ketika memilih lokasi tentu ia melihat peluang yang dikarenakan lokasi yang ramai dilewati orang, selain itu juga tokonya dekat dengan toko penjual ATK sehingga mempermudah dan memperkecil pengeluaran biaya dalam membeli bahan-bahan fotocopy .”

Dapat disimpulkan strategi yang digunakan subjek SR dalam memilih lokasi usaha jasa untuk kesuksesan usaha jasa tersebut adalah:

⁵⁷ Hasil wawancara dengan SR pengusaha jasa *fotocopy* di Jalan Bukit Keminting, 11 Desember 2015.

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan tingkat kepadatan penduduk.
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan bahan baku.

6. Subjek VI Pengusaha *Laundry*

Nama : AN

Umur : 45 tahun

Pendidikan Terakhir : S1 Ekonomi

Alamat Tempat Usaha : Jalan Bukit Keminting 5

Status : Menikah

Lama Berdiri Usaha : 8 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

*“Saya memilih lokasi disini karena dulu didaerah sini belum ada usaha laundry, infrastrukturnya juga menjadi pertimbangan saya terutama lahan parkirnya luas, didaerah sini juga dekat dengan kampus”.*⁵⁸

Hasil wawancara dengan subjek AN mengenai faktor dia memilih lokasi didaerah tersebut karena dulunya sewaktu mau membuka usaha dia melihat didaerah tersebut peluang usaha untuk *laundry* sangat cocok, selain didaerah tersebut tidak ada

⁵⁸ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Bukit Keminting 5, 12 Januari 2016.

pesaing,infrastrukturnya bagus,juga lokasi berdekatan dengan kampus/Universitas, karena itulah AN tertarik untuk membuka usaha *laundry* didaerah tersebut.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi AN dalam memilih lokasi didaerah tersebut adalah:

- 1) Faktor tidak ada pesaing.
- 2) Faktor infrastruktur.
- 3) Faktor kedekatan dengan kampus/Universitas.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Laundy* sebagai berikut:

*“biaya sewa lokasi usaha yang saya tempati ini terjangkau. Namun saya mengalami kendala dalam pemilihan lokasi ini, lokasi / ruko yang saya sewa awalnya terkendala dengan air karena dulu belum ada sumur atau PDAM yang terpasang”*⁵⁹

Hasil wawancara dengan subjek AN mengenai kendala yang dihadapi pengusaha dalam memilih lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Laundy* didaerah tersebut yaitu Subjek AN Cuma terkendal dengan masalah Air yang belum terpasang.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Bukit Keminting 5, 12 Januari 2016.

Dapat disimpulkan kendala yang dihadapi AN dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Laundry* di daerah tersebut adalah:

1) Kendala sarana dan prasarana yang kurang memadai.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa AN sebagai berikut:

*“Walaupun akses air ditempat lokasi usaha saya belum terpasang. Namun strategi saya memilih lokasi usaha disini lebih kepada kedekatan lokasi dengan kantor dan Universitas, jadi sasaran saya karyawan kantor dan mahasiswa disekitar ditambah lagi lokasi usaha yang saya tempati disini memiliki tempat parkir yang luas dan belum banyak jasa laundry yang buka disekitar lokasi tersebut”.*⁶⁰

Hasil wawancara dengan subjek AN terkait Strategi yang digunakan dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa, subjek AN memilih lokasi usaha dengan mempertimbangkan lokasi tersebut dekat dengan area perkantoran dan universitas sehingga sasaran utama pelanggan usahanya tersebut adalah para karyawan kantor dan mahasiswa selain itu Subjek AN juga mempertimbangkan masih belum banyak pesaing di lokasi usaha tersebut

⁶⁰ Hasil wawancara dengan AN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Bukit Kemuning 5, 12 Januari 2016.

Dapat disimpulkan strategi yang digunakan AN dalam memilih lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasanya itu adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan perkantoran dan Universitas.
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan daya saing usaha yang masih rendah.

7. Subjek VII Pengusaha *Laundry*

Nama : VN
 Umur : 30 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMA
 Alamat Tempat Usaha : Jalan Bikotin
 Status : Menikah
 Lama Berdirinya Usaha : 6 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek VN terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

“Saya memilih lokasi disini karena saya melihat peluangnya cukup bagus untuk membangun usaha laundry karena lokasinya pinggir jalan, meskipun bukan merupakan jalan raya, akan tetapi jalan ini sering dilalui orang-orang yang bekerja di perkantoran, didaerah ini juga dekat dengan kampus banyak kos-kosan mahasiswa, termasuk daerah padat penduduk.”⁶¹

⁶¹ Hasil wawancara dengan VN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Dikotin, 15 Januari 2016.

Hasil wawancara dengan subjek VN mengenai faktor dia memilih lokasi didaerah tersebut karena dia melihat daerahnya padat penduduk, lokasinya dipinggir jalan yang sering dilalui orang-orang yang bekerja diperkantoran, keberadaan kampus dan banyaknya kos-kosan mahasiswa didaerah itu jugamenjadi pertimbangannya dalam memilih lokasi.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi VN dalam memilih lokasi didaerah tersebut adalah:

- 1) Faktor kepadatan penduduk.
- 2) Faktor dekat dengan jalan.
- 3) Faktor kedekatan dengan UNIVERSITAS.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara terkait kendala yang dihadapi oleh subjek VN dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa tersebut sebagai berikut:

“Sebelum saya memutuskan membuka lokasi usaha saya, Cuma ada kendala diharga sewa ruko ini sangat mahal. Akan tetapi dengan beberapa pertimbangan saya tetap memilih lokasi disini
 „⁶²

Hasil wawancara dengan subjek VN mengenai kendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa tersebut. Subjek VN mengalami kendala dibiaya sewa ruko yang

⁶² Hasil wawancara dengan VN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Dikotin, 15 Januari 2016.

mahal, karena itu subjek VN harus menambah pengeluaran untuk biaya sewa ruko yang tidak sesuai dengan perkiraan.

Dapat disimpulkan kendala yang dihadapi VN dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Laundry*nya di daerah tersebut adalah:

1) Kendala biaya sewa ruko yang sangat mahal

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek VN terkait dengan Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa sebagai berikut:

*“Meskipun harga sewa ruko ini sangat mahal, tetapi strategi saya dalam memilih lokasi, saya mempertimbangkan melihat dari sarana dan prasarannya sangat cocok untuk usaha laundry. Kedekatan dengan Universitas juga menjadi bagian dari strategi saya dalam memajukan usaha saya nantinya.”*⁶³

Dari hasil wawancara dengan subjek VN mengenai strategi-strategi yang digunakannya pada saat pemilihan lokasi usaha yaitu. Mempertimbangkan sarana prasarannya yang memadai juga kedekatan dengan Universitas sebagai strategi dalam memilih lokasi yang nantinya akan memajukan usahanya.

⁶³ Hasil wawancara dengan VN pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Dikotin, 15 Januari 2016.

Dapat disimpulkan strategi yang digunakan VN dalam pemilihan lokasi usaha di daerah terhadap kesuksesan usaha jasa dari Subjek VN tersebut adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan sarana prasarannya
- 2) Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan Universitas

8. Subjek VIII Pengusaha Laundry

Nama : HD

Umur : 37 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMK

Alamat Tempat Usaha : Jalan Sisingamaraja

Status : Menikah

Lama Berdirinya Usaha : 7 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek HD terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

“Aku memilih lokasi disini nh karena daerah sini banyak perumahan, lagian wadahnya dipinggir jalan walaupun lain jalan raya, dulu daerah sini kada serami wayah ini pang, tapi aku melihat banyak kerangka-kerangka perumahan, jalan sini jalan tambusan jua, jadi berpikir ae aku membuka usaha laundry, aku yakin pang daerah sisni kena rami, terbukti pang wayah ini rami sudah”⁶⁴

⁶⁴ Hasil wawancara dengan HD pengusaha jasa Laundry di Sisingamaraja, 15 Januari 2016.

Hasil wawancara dengan subjek HD mengenai faktor dia memilih lokasi di daerah tersebut karena dia melihat banyaknya perumahan-perumahan yang akan berdiri di daerah tersebut, jalan di daerah tersebut juga merupakan jalan tembusan, pasti akan ramai dilalui orang-orang.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi HD dalam memilih lokasi di daerah tersebut adalah:

- 1) Faktor kedekatan dengan perumahan.
- 2) Faktor kedekatan dengan jalan.

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara terkait kendala yang dihadapi subjek HD dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa tersebut adalah:

“kendalaku memilih lokasinya ni Cuma di listrik dengan banyunya ja, soalnya aku memilih lokasi ini listrik dengan banyunya belum terpasang. Karena itu aku menumpang listrik di rumah tetangga”⁶⁵

Hasil wawancara dengan subjek HD mengenai kendala yang dihadapinya adalah kendala listrik dan air belum terpasang, membuat subjek HD harus menumpang listrik di rumah tetangga. Dapat

⁶⁵ Hasil wawancara dengan HD pengusaha jasa *Laundry* di Sisingamaraja, 15 Januari 2016.

disimpulkan kendala yang dihadapi oleh subjek HD dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa di daerah tersebut adalah:

- 1) Kendala sarana dan prasarana yang kurang memadai.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek HD terkait dengan Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa oleh subjek HD antara lain:

*“strategi yang digunakan dalam memilih lokasi, melihat banyak banar bangunan perumahan, jadi aku kepikiran memilih lokasi disini gasan usaha laundry, karena daerah sini banyak orang kantor yang sibuk jadi kada sempat mengurus rumah apalagi betapas baju, jadi strategiku melihat peluang banyaknya pekerja kantor di daerah sini”.*⁶⁶

Hasil wawancara dengan subjek HD mengenai strategi yang ia gunakan ketika pemilihan lokasi usaha Laundry, subjek HD melihat dari lokasi yang banyak perumahan dengan orang-orangnya banyak pekerja kantor.

Dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh HD dalam memilih lokasi usaha tersebut adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan melihat kondisi sekitar lokasi

⁶⁶ Hasil wawancara dengan HD pengusaha jasa Laundry di Sisingamaraja , 15 Januari 2016.

9. Subjek IX Pengusaha *Laundry*

Nama : WR
 Umur : 52 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP
 Alamat Tempat Usaha : Jalan Pangeran Samudra
 Status : Menikah
 Lama Berdirinya Usaha : 9 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek WR terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

“Awal eh yaku memilih mambuka usaha si hituh nah, karena daerah hituh bihin masih jatun usaha karen laundry, selain ite sawang ku bihin nh buruh cuci,manapas karen baju pakaian tetangga te,makanya aku kepikiran membuka usaha laundry, beken wadah eh mangat injangkau kakawalan sawangku ji rancak jadi manapas baju pakaian awen”⁶⁷

Hasil wawancara subjek WR mengenai faktor dia memilih lokasi didaerah tersebut karena dulu memang belum ada usaha laundry, tempatnya juga nyaman dan mudah dijangkau oleh teman-temannya yang dulu pernah menjadi pelanggan istrinya sewaktu jadi buruh cuci.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi WR dalam pemilihan lokasi adalah:

⁶⁷ Hasil wawancara dengan WR pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Pangeran Samudra , 15 Januari 2016.

- 1) Faktor tidak ada pesaing
- 2) Faktor kemudahan dan kedekatan dengan konsumen

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek WR terkait kendala yang dihadapi sebagai berikut:

“Masalah kendala memilih lokasi tuh, kendala ji utama eh, masalah lokasi dapur eh terlalu sempit, jadi diya muat maandakan barang-barang kare mesin cuci. Jite beh pang ji kendala ku andau te nh. Utuh te kan jadi lebar ku likut eh kanih, awi petak eh ganal beh kan likut.”⁶⁸

Terjemahan: Masalah kendala dalam memilih lokasi, kendala yang utama masalah lokasi tempat menaruh mesin cuci, barang-barang laundry terlalu sempit, tpi sekarang sudah saya rombak dan diperlebar, karena tanah dibelakang masih banyak yang kosong.

Hasil wawancara subjek WR kendala yang dihadapi subjek ini dapat di analisa ada beberapa kendala dalam memilih lokasi, subjek WR terkendala dengan rumah bagian belakangnya sempit, subjek WR pasti akan kesulitan menata barang-barang laundry seperti mesin cuci dll. Setelah beberapa pertimbangan subjek WR akhirnya memutuskan untuk merobak dan memperlebar bangunan belakang rumahnya. Dapat disimpulkan kendala yang dihadapi oleh subjek WR dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa ini adalah:

- 1) Kendala infrastruktur yang kurang memadai

⁶⁸ Hasil wawancara dengan WR pengusaha jasa Laundry di Jalan Pangeran Samudra, 15 Januari 2016.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek WR terkait dengan Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa oleh subjek WR sebagai berikut:

*“amun masalah strategi pemilihan lokasi tuh yaku jida terlalu memperhatikan atau memikirkan eh. Ji pasti strategiku mananture bi uluh sekitar tuh te,awi sekitar tuh te are penjabat eh,jarang ji tau betapas, pasti yanter kan laundry. Pas hindai hituh bihin dada karen laundry,rancak sawanku nyuhu awen betapas,makanya berpikir memilih membuka usaha laundry”.*⁶⁹

Terjemahan: masalah strategi pemilihan lokasi saya tidak terlalu memikirkan dan memperhatikannya, yang pasti strategi saya Cuma melihat dari situasi orang- orang sekitar sini, karena daerah sini rata-rata penjabat semua, pasti jarang memperhatikan pekerjaan rumah, terutama masalah cucian, kebetulan dulu disini sama sekali tidak ada laundry, terkadang istri saya dulu sering disuruh mencuci pakaian mereka,istri saya dulu sebagai buruh cuci untuk orang-orang didaerah sisni,karena itulah saya kepikiran membuka usaha laundry.

Hasil wawancara subjek WR mengenai strategi yang digunakan ketika memilih lokasi usaha *Laundry*, subjek WR menggunakan strategi dengan mengamati kondisi sekitar lokasi, juga orang-orang disekitar lokasi tempat subjek WR tinggal. Karena didaerahnya tersebut belum ada laundry dan orang didaerah tersebut rata-rata penjabat yang sibuk.

Dapat disimpulkan strategi-strategi yang dipakai WR dalam memilih lokasi usaha adalah:

⁶⁹ Hasil wawancara dengan WR pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Pangeran Samudra , 15 Januari 2016.

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan melihat infrastruktur yang menguntungkan.

10. Subjek X Pengusaha *Laundry*

Nama : MT

Umur : 38 tahun

Pendidikan Terakhir : SMA

Alamat Tempat Usaha : Jalan Tingang

Status : Menikah

Lama Berdirinya Usaha : 6 tahun

a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek MT terkait pemilihan lokasi sebagai berikut:

*“Memilih lokasi disini karena daerahnya merupakan daerah padat penduduk, infrastrukturnya juga sangat baik, didaerah ini juga mudah dijangkau, dekat dengan dua kampus”*⁷⁰

Hasil wawancara subjek MT mengenai faktor dia memilih lokasi didaerah tersebut karena merupakan padat penduduk, infrastrukturnya juga baik, mudah dijangkau, dekat dengan dua kampus.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi MT dalam pemilihan lokasi adalah:

- 1) Faktor kepadatan penduduk

⁷⁰ Hasil wawancara dengan MT pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Tingang , 2 Februari 2016.

2) Faktor infrastruktur

3) Faktor kedekatan dengan kampus/ Universitas

b. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek MT terkait kendala yang dihadapi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa *Laundry* di lokasi ini sebagai berikut:

“Kendala ketika memilih lokasi usaha ini, kendala modal yang cukup besar yang saya keluarkan untuk menyewa ruko dan kendala lahan parkir yang perlu perluasan”.⁷¹

Hasil wawancara subjek MT kendala terkait pemililahn lokasi ada beberapa seperti kendala biaya sewa ruko yang cukup besar juga kendala lahan parkir yang sempit dan perlu perluasaan lagi.

Dapat disimpulkan terkait kendala yang dihadapi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa ini, MT merasa ada beberapa kendala seperti:

1) Kendala biaya sewa ruko yang cukup besar

2) Kendala infrastruktur bangunan yang kurang memadai.

⁷¹ Hasil wawancara dengan MT pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Tingang , 2 Februari 2016.

c. Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Hasil wawancara dengan subjek MT terkait dengan Strategi-strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa sebagai berikut:

*“Strategi yang saya gunakan dalam pemilihan lokasi, saya melihat dari infrastrukturnya, menurut pemikiran saya dengan infrastruktur yang baik, maka akan memudahkan saya dalam menjalani dan memajukan usaha saya kedepannya, itu strategi menurut saya dan terbukti sekarang usaha saya alhamdulillah maju pesat”.*⁷²

Hasil wawancara subjek MT mengenai strategi-strategi yang digunakan oleh MT dalam pemilihan lokasi usaha *Laundry*, subjek MT melihat dari segi infrastrukturnya, karena menurut subjek MT dengan melihat infrastruktur yang baik maka akan memudahkan subjek MT dalam memajukan usahanya kedepan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan MT dalam pemilihan lokasi usaha itu adalah:

- 1) Strategi pemilihan lokasi dengan melihat dari segi infrastrukturnya bagus.

⁷² Hasil wawancara dengan MT pengusaha jasa *Laundry* di Jalan Tingang , 2 Februari 2016.

C. ANALISIS HASIL PENELITIAN

1. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha miko kecil menengah.

Berdasarkan analisis hasil wawancara dengan 10 subjek yang diteliti, terlihat ada beberapa subjek yang mempunyai faktor yang sama dan ada juga yang berbeda. Adapun beberapa subjek yang mempunyai faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu:

a. Faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa faktor terbanyak yang muncul yaitu 5 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa adalah faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah.

b. Faktor belum ada pesaing

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa ada 4 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor belum ada pesaing.

c. Faktor kedekatan dengan jalan atau keramaian

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 3 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kedekatan dengan jalan atau keramaian.

d. Faktor kepadatan penduduk

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 3 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kepadatan penduduk.

e. Faktor Infrastruktur

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 2 subjek juga yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor Infrastruktur.

f. Faktor kedekatan dengan tempat tinggal

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 2 subjek juga yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kedekatan dengan tempat tinggal.

g. Faktor kedekatan bahan baku

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kedekatan bahan baku.

h. Faktor kedekatan dengan perumahan

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi

terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kedekatan dengan perumahan.

i. Faktor kemudahan dan kedekatan dengan konsumen

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kedekatan kemudahan dan kedekatan dengan konsumen.

j. Faktor kemudahan dalam membagi waktu

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor kemudahan dalam membagi waktu.

k. Faktor mudah dijangkau

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh faktor mudah dijangkau.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa faktor terbanyak faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa dengan jumlah subjek 5 orang subjek yang memilih faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah. Sedangkan penyebab faktor terkecil yang berpengaruh dalam

pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu faktor kedekatan bahan baku, Faktor kedekatan dengan perumahan, Faktor kedekatan dengan perumahan, Faktor kemudahan dalam membagi waktu dan Faktor mudah dijangkau.

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus di buat secara hati-hati. Penelitian-penelitian menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.

Analisis lokasi disektor industri terfokus pada minimalisasi biaya, sementara fokus pada sektor jasa ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan. Hal ini disebabkan perusahaan manufaktur mendapati biaya cenderung sangat berbeda diantar lokasi-lokasi yang berbeda, sementara perusahaan jasa mendapati lokasi sering lebih berdampak terhadap pendapatan daripada biaya.

Bagi usaha jasa, lokasi yang strategis sering kali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi usaha jasa seharusnya adalah pada volume bisnis dan pendapatan.

Menurut Fandy Tjiptono ” Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk

menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.”⁷³

Menurut Zimmerer Kesuksesan usaha adalah : sebuah hasil yang dicapai dari kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang dan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang.⁷⁴

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - c) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - d) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 2) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.

⁷³Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009, hlm. 92.

⁷⁴ Thomas W Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta:Salemba Empat, 2008. Hlm. 57.

- 3) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
- 4) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnya.
- 5) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.⁷⁵

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi Strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan fakto-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, diantara faktor-faktor tersebut adalah kedekatan dengan

⁷⁵Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009, hlm. 92-93.

infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi. Infrastruktur yang lengkap dan memadai dapat menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis.

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.

Biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan mempengaruhi investasi awal usaha.

Kedekatan dengan infrastruktur merupakan salah satu pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usaha. Kedekatan dengan infrastruktur penting dipertimbangkan oleh pengusaha dalam memilih lokasi usahanya, karena infrastruktur tersebut merupakan penunjang jalannya kegiatan bisnis. Selain itu, kedekatan dengan infrastruktur juga berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.⁷⁶

2. Kendala-kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Berdasarkan analisis hasil wawancara dengan 10 subjek yang diteliti, terlihat ada beberapa subjek yang mempunyai kendala-kendala yang sama dan ada juga yang berbeda. Adapun beberapa subjek yang menemukan kendala yang berpengaruh dalam membuka serta pemilihan usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu:

⁷⁶ Agus Ahyari, *Manajemen Produksi*, Yogyakarta:BPFE, 2004, h. 29.

a. Kendala dalam permodalan awal usaha.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa kendala terbanyak yang muncul yaitu 3 subjek yang mengatakan bahwa kendala yang dihadapi dalam pemilihan lokasi usaha yang menunjang terhadap kesuksesan usaha jasa adalah kendala permodalan awal usaha.

b. Kendala sarana dan prasarana yang belum memadai

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa ada 5 subjek yang mengatakan bahwa kendala yang ditemui ketika pemilihan lokasi usaha yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh kendalasarana dan prasarana yang belum memadai.

c. Kendala pesaing yang sudah banyak.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 1 subjek yang mengatakan bahwa kendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh Kendala pesaing yang sudah banyak

d. Kendala sewa ruko yang cukup besar

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 2 subjek yang mengatakan bahwakendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh Kendala sewa ruko yang cukup besar .

e. Kendala infrastruktur bangunan kurang memadai.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 2 subjek juga yang mengatakan bahwa kendala yang dirasakan oleh subjek ketika menjalani usah tersebut yang berdampak terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh Kendala infrastruktur bangunan kurang memadai.

f. Kendala infrastruktur Jalan disekitar lokasi usaha kurang memadai.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 2 subjek juga yang mengatakan bahwa kendala yang dirasakan ketika pemilihan lokasi usaha yaitu kurangnya area parkir yang berdampak terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh Kendala infrastruktur Jalan disekitar lokasi usaha kurang memadai.

g. Kendala keamanan yang kurang memadai

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa kendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha yaitu terhadap kesuksesan usaha jasa disebabkan oleh Kendala keamanan yang kurang memadai

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa kendala terbanyak yang dihadapi ketika Pemilihan lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasadengan jumlah subjek 5 orang subjek yang memilih kendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha itu terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Kendala sarana dan prasarana yang belum memadai.

Sedangkan kendala terkecil yang ditemukan ketika pemilihan lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Kendala pesaing yang sudah banyak dan Kendala keamanan yang kurang memadai.

Dalam pemilihan lokasi usaha, Pencarian lokasi yang tepat merupakan hal yang sangat penting. Sebuah bisnis *usaha fotocopy dan laundry* membutuhkan pelanggan yang akan sering memanfaatkan usaha jasa ini, misalnya daerah pemukiman yang banyak dihuni pekerja dari luar kota atau menjadi lokasi rumah kos dan asrama mahasiswa. Sekedar memilih daerah kompleks perumahan saja belum tentu menjanjikan, terutama bila komplek tersebut lebih banyak dihuni rumah-rumah pribadi milik para keluarga, sebab ibu rumah tangga biasanya lebih suka mencuci pakaian keluarganya sendiri atau menyerahkan pada pembantu. Seperti halnya ibu-ibu di daerah pedesaan yang lebih rela mengeluarkan uang untuk membeli kue dari pada untuk membayar jasa *laundry*.

Pendirian sebuah usaha dapat memengaruhi lingkungan disekitarnya, baik dalam lingkungan alam maupun lingkungan sosialnya. Pendirian usaha dapat berdampak positif maupun negatif bagi lingkungan dan masyarakat di sekitarnya.

“Menurut Sukirno dkk lingkungan sangat besar pengaruhnya kepada efisiensi dari operasi berbagai perusahaan dan kepada kemampuannya untuk memperoleh keuntungan. Keadaan lingkungan yang berpengaruh pada kegiatan usaha akan menimbulkan pengaruh penting kepada cara mengelola usaha

yang dijalankan. Lingkungan usaha meliputi dua golongan yaitu: lingkungan pasar dan lingkungan bukan pasar”⁷⁷.

Dalam pemilihan lokasi sebuah usaha tentu akan menimbulkan Kendala-kendala yang harus dihadapi oleh pengusaha, demi menyukseskan usahanya. Begitupun dengan usaha *fotocopy dan laundry*, banyak Kendala-kendala yang akan dihadapi oleh pengusaha yang ingin mendirikan usaha *fotocopy dan laundry*. Berikut Kendala-kendala yang akan dihadapi oleh pengusaha dalam mendirikan sebuah perusahaan baru yang di ungkapkan oleh Tantri Abdullah⁷⁸:

1) Kendala fungsional

Kendala hukum

Berhubungan dengan perizinan usaha secara resmi, meskipun usaha *fotocopy dan laundry* termasuk usaha kecil menengah perizinan usaha sangat perlu dan dibutuhkan untuk menghindari hal-hal hukum yang tidak diinginkan. Setiap pengusaha yang ingin mendirikan usaha harus melakukan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang dapat di peroleh dari BAPEDAL atau pemda.

2) kendala teknis

kendala teknis yang akan dihadapi pengusaha dalam mendirikan usaha *fotocopy dan laundry* antara lain.

a) Pemilihan lokasi

⁷⁷ Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis*, jilid 1, Prenada Media Group, Jakarta 2011 hal.62

⁷⁸ Tantri, Abdullah, *. Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta. 2014 hal 96-130

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat krusial dan penting yang harus di hadapi oleh pengusaha baru.

b) Pemilihan peralatan, perlengkapan dan teknologi yang akan digunakan dalam usaha.

c) Pemilihan peralatan menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh pengusaha *fotocopy dan laundry*, karena dalam kegiatannya usahafotocopy dan laundry pasti membutuhkan peralatan yang berkualitas tinggi, hal itu juga akan memberikan dampak pada jumlah pelanggan yang menggunakan jasa fotocopy dan laundry tersebut.

3) Kendala Modal

Kendala modal

Dalam pendirian usaha apapun para pengusaha pasti membutuhkan modal usaha untuk memulai usahanya. Modal untuk mendirikan usaha dapat diperoleh pengusaha dari modal pribadi ataupun modal dari pihak lain seperti koperasi simpan pinjam, Bank konvensional dan lain sebagainya. Usahafotocopy dan laundry termasuk usaha kecil menengah, namun Kendala modal menjadi hal yang perlu mendapat perhatian khusus bagi para pengusaha.

4) Kendala manajemen

Kendala manajemen juga menjadi salah satu kendala yang akan dihadapi oleh pengusaha dalam mendirikan usaha. Manajemen

yang baik dalam sebuah perusahaan akan mempengaruhi hasil dan kinerja perusahaan. Dalam usaha *fotocopy dan laundry* manajemen waktu menjadi hal yang perlu diperhatikan, karena dalam kegiatannya ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan pada pelanggan menjadi kunci utama. Jika usaha *fotocopy dan laundry* memberikan pelayanan tepat waktu.

3 Strategi-Strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa

Berdasarkan analisis hasil wawancara dengan 10 subjek yang diteliti, terlihat ada beberapa subjek yang memiliki strategi-strategi yang sama ketika pemilihan lokasi usaha dan ada juga yang berbeda. Adapun beberapa subjek yang menemukan strategi dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu:

- a. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa strategi yang banyak digunakan yaitu dari 4 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan dalam pemilihan lokasi usaha yang menunjang terhadap kesuksesan usaha jasa adalah Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk.

- b. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan lokasi dengan area perkantoran, universitas dan sekolah.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti menunjukkan bahwa ada 3 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang mereka gunakan ketika pemilihan lokasi usaha ini yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu oleh Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan kedekatan lokasi dengan area perkantoran, universitas dan sekolah.

- c. Strategi pemilihan lokasi dengan pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 1 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu strategi pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan.

- d. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan jalan raya

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 1 subjek yang mengatakan bahwa Strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi mempertimbangkan kedekatan dengan jalan raya

- e. Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan lalu lalang kendaraan cukup ramai.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti ada 1 subjek juga yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika menjalani usah tersebut yang berdampak terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi memperhatikan lalu lalang cukup ramai.

- f. Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan tingkat keamanan Lokasi yang mendukung

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa Strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi memperhatikan tingkat keamanan Lokasi yang mendukung.

- g. Strategipemilihan lokasi dengan memperhatikankedekatan dengan bahan baku

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi memperhatikan kedekatan dengan bahan baku.

- h. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan daya saing yang masih rendah.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan daya saing yang masih rendah.

- i. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika pemilihan

lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi mempertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi.

- j. Strategi pemilihan lokasi dengan melihat infrastruktur yang menguntungkan.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 2 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi melihat infrastruktur yang menguntungkan.

- k. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana.

Terlihat dari 10 subjek yang diteliti hanya ada 1 subjek yang mengatakan bahwa strategi yang digunakan subjek ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa strategi pemilihan lokasi yang banyak digunakan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa dengan jumlah subjek 4 orang subjek yang memilih strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha itu terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk

Sedangkan Strategi terkecil yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan

lokasi dengan pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan, Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi, Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan tingkat keamanan Lokasi yang mendukung, dan Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana.

strategi pemilihan lokasi dalam mendirikan sebuah usaha *fotocopy dan laundry*.Pengusaha harus mempertimbangkan kesesuaian lokasi dengan target pelanggan dan lain sebagainya, karena arti pelanggan dalam perusahaan jasa sangat penting. Oleh karena itu pendirian usahafotocopy dan laundry tidak akan berkembang jika didirikan di daerah pedesaan dan hanya dalam komplek perumahan yang hanya ada sedikit pelanggan. Strategi Pemilihan lokasi untuk sebuah usaha sangat penting bagi pengusaha yang ingin mendirikan usaha baru. Jika pengusaha salah strategi dalam pemilihan lokasi maka usahanya bisa jadi tidak akan berkembang bahkan akan bangkrut di tengah jalan⁷⁹.

⁷⁹Thomas W Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta:Salemba Empat, 2008. Hlm. 97

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil temuan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha mikro kecil.
 - 1) Faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah.
 - 2) Faktor belum ada pesaing.
 - 3) Faktor kedekatan dengan jalan atau keramaian.
 - 4) Faktor kepadatan penduduk.
 - 5) Faktor Insfrastruktur.
 - 6) Faktor kedekatan dengan tempat tinggal.
 - 7) Faktor kedekatan bahan baku.
 - 8) Faktor kedekatan dengan perumahan.
 - 9) Faktor kemudahan dan kedekatan dengan konsumen.
 - 10) Faktor kemudahan dalam membagi waktu.
 - 11) Faktor mudah dijangkau.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa faktor terbanyak faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasadengan jumlah subjek 5 orang subjek yang memilih faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap

kesuksesan usaha jasa faktor kedekatan dengan perkantoran dan instansi sekolah.

Sedangkan penyebab faktor terkecil yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu faktor kedekatan bahan baku, Faktor kedekatan dengan perumahan, Faktor kedekatan dengan perumahan, Faktor kemudahan dalam membagi waktu dan Faktor mudah dijangkau.

b. Kendala-kendala yang berpengaruh yang dihadapi terhadap kesuksesan usaha jasa:

- 1) Kendala dalam permodalan awal usaha.
- 2) Kendala sarana dan prasana yang belum memadai
- 3) Kendala pesaing yang sudah banyak
- 4) Kendala sewa ruko yang cukup besar
- 5) Kendala infrastruktur bangunan yang kurang memadai
- 6) Kendala infrstruktur jalan disekitar lokasi usaha kurang memadai

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa kendala terbanyak yang dihadapi ketika memilih lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasadengan jumlah subjek 5 orang subjek yang memilih kendala yang dihadapi ketika pemilihan lokasi usaha itu terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Kendala sarana dan prasarana yang belum memadai.

Sedangkan kendala terkecil yang ditemukan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu kendala pesaing yang sudah banyak dan keamanan yang kurang memadai.

- c. Strategi-Strategi dalam menjalankan usaha terhadap kesuksesan usaha jasa:
- a. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kepadatan penduduk
 - b. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan lokasi dengan area perkantoran, universitas dan sekolah.
 - c. Strategi pemilihan lokasi dengan pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan
 - d. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan dengan jalan raya.
 - e. Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan lalu lalang kendaraan yang cukup ramai.
 - f. Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan tingkat keamanan yang mendukung.
 - g. Strategi pemilihan lokasi dengan memperhatikan kedekatan bahan baku.
 - h. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan daya saing yang masih rendah
 - i. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi
 - j. Strategi pemilihan lokasi dengan melihat infrastruktur yang menguntungkan.
 - k. Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan sarana prasarana.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas pada 10 subjek yang diteliti bahwa strategi yang banyak digunakan ketika pemilihan lokasi usaha tersebut terhadap kesuksesan usaha jasa dengan jumlah subjek 4 orang subjek yang memilih strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha itu terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu Strategi pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk.

Sedangkan penyebab Strategi pemilihan lokasi terkecil yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa yaitu strategi pemilihan lokasi dengan pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan, mempertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi, strategi tingkat keamanan yang mendukung dan strategi mempertimbangkan sarana dan prasarana.

B. Saran

1. Pihak Pengusaha Jasa kecil

pemilihan lokasi usaha perlu lebih detail lagi dalam mempertimbangkan dari segi faktor, kendala baik itu ketika memilih lokasi maupun setelah menjalani usaha bahkan juga mempertimbangkan strategi yang digunakan lebih matang, sehingga tidak terjadinya kebangkrutan dan gagal dalam usaha nanti.

2. Pihak Pemerintah

Pihak pemerintah diharapkan dapat bertindak tegas dalam mengatasi kendala-kendala yang umum terjadi bagi pengusaha/pemilik usaha jasa kecil seperti meningkatkan keamanan bagi pengusaha dan

memperbaiki infrastruktur jalan agar memudahkan para pengusaha dalam menjalankan usahanya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya mengambil 2 sample usaha mikro-kecil, jadi bagi peneliti selanjutnya dapat memberluas sample dengan sample-sample yang lainnya sehingga menghasilkan gambaran lebih luas mengenai pembahasan.
- b. Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor pemilihan lokasi usaha, kendala yang dihadapi dan Strategi yang digunakan ketika pemilihan lokasi usaha, diharapkan penelitian lain dapat untuk meneliti secara luas dan mendalam pembahasannya.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU :

- Ahyari, Agus.2004.**Manajemen Produksi**.Yogyakarta:BPFE
- Alcacer , Juan . 2003.**Lokasi pilihan di seluruh rantai nilai : Bagaimana aktivitas dan Kemampuan pengaruh aglomerasi dan efek kompetisi**. New York : Stern
- Alma ,Buchari.2004.**Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta
- Amrin , Tatang M.1990. **Menyusun Rencana Penelitian**.Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, Saifuddin, MA, 2007.**Metode Penelitian**.Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Buffa,S Elwood, dan Rakesh K. Sarin.2005 **Manajemen Operasi dan Produksi Modern**.Tangerang : Binapura Aksara Publisher
- Cristopher, Lovelock.2005 **Manajemen Pemasaran Jasa**.Jakarta: PT. Indeks.
- Firdaus, Muhammad DKK.2005.**Dasar & Stategi Pemasaran Syariah**. Jakarta:Renaissan Anggota IKPAI.
- Handoko, Hani. 2000. **Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi**. Yogyakarta: BPFE.
- Jay , Heizer, dan Barry Render.2006. **Manajemen Produksi**. Jakarta : Salemba Empat.
- Martha A. O'Mara. 1999. **jurnal ,Strategic Drivers of location Decisions for information-AgeCompanies**
- Muhammad.2014.**Etika Bisnis Islam**.Yogyakarta:Akademik Manajemen Perusahaan YKPN
- Moleong, Lexi.1990 **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miles dan Huberman.1992 diterjemahkan Tjetjep Rohendi Rohidi. **Analisis Data Kualitatif**. Jakarta: UI.
- Nasution.2000.**Metode Reseacrh (Penelitian Ilmiah)**. Bumi Aksara, Jakarta,

- Nazir, Moh.1988 .**Metodologi Penelitian**. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nurul Indarti.2004 **Business Location and Success:The Case of Internet Café**
- Prastowo, Andi.2010 **Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Kualitatif**, Yogyakarta: Diva Press.
- Richard L. Daft.2003.**Management**, Jakarta : Erlangga.
- Sarwono Jonathan.2006. **Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudarman, Ari.2004. **Teori Ekonomi Mikro**.Yogyakarta:BPFE.
- Shihab M. Quraish.2000.**Tafsir Al- Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, Lentera Hati**
- Sugiyono. 2010.**Memahami Penelitian Kualitatif**. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, dkk. 2011. **Pengantar Bisnis**. jilid 1. Jakarta:Prenada Media Group.
- Abdullah,Tantri. 2014. **Manajemen Pemasaran**.Jakarta: Rajawali Pers
- Syamsul, Mohamad Ma'arif dan Hendri Tanjung. 2003. **Manajemen Operasi**.Jakarta : PT Gamedia Widiasarana Indonesia, 2003
- Tjiptono ,Fandy.2007.**Pemasaran Jasa**. Malang : Bayumedia Publishing
- Ujang,Suwarman.2004.**Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Zimmerer,Thomas W.2008. **Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil**.Jakarta:Salemba Empat.

2. INTERNET :

- <https://core.ac.uk/download/pdf/11722220.pdf> diunduh tgl 05 Oktober 2016
- <http://download.nos.org/srsec319new/319EL20.pdf> diunduh tgl 07 november 2016
- http://eprints.undip.ac.id/14956/1/Analisis_Faktor
- <http://kuajekanraya.com/profil/potret-singkat> diunduh tanggal 20 november 2015
- <http://perbedaanterbaru.blogspot.co.id/2015/07/perbedaan-barang-dan-jasa-berdasarkan.html> (diunduh 5 november 2016)