

**PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TERHADAP
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO
DI KELURAHAN NUSA INDAH
KOTA BENGKULU**

¹⁾Wawo Kusma Yani, ²⁾ Subandrio

^{1) 2)}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
wawokusmayani60@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu, dengan rumusan masalah mengetahui. Bagaimana Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan teknik mendapatkan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan cara *total sampling* sebanyak 38 orang. Teknik analisis data dengan regresi liner, pengujian hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara variabel pemilihan lokasi terhadap perkembangan Usaha Mikro. Jadi pemilihan lokasi dapat peningkatan Perkembangan Usaha Mikro artinya dengan adanya pemilihan lokasi yang strategis, dapat membuat pelaku Usaha Mikro di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu semakin berkembang usahanya.

Kata Kunci : Pemilihan Lokasi, Perkembangan Usaha Mikro

ABSTRACT

This study entitled "The Effect of Location Selection on the Development of Micro Enterprises in the Village of Nusa Indah, Bengkulu City. This research was conducted at the Micro Enterprises in the Village of Nusa Indah, Bengkulu City, with the formulation of the problem of knowing. How the Effect of Location Selection on the Development of Micro Businesses in Nusa Indah Village, Bengkulu City. The research method is quantitative with the technique of getting the sample in this study is to use a total sampling of 38 people. Data analysis techniques with linear regression, hypothesis testing (t test). The results showed that there was an influence between the variable location selection on the development of Micro Enterprises. So the choice of location can increase the development of Micro Enterprises, meaning that by choosing a strategic location, it can make Micro Enterprises in Nusa Indah Village, Bengkulu City, to develop their business.

Keywords: Location Selection, Micro Business Development

PENDAHULUAN

Pengusaha adalah serangkaian capaian hasil kerja dalam melakukan kegiatan usaha, baik dalam pengembangan produktivitas maupun Perkembangan dalam hal pemasaran,

sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya. Kinerja usaha yaitu semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan, dan keberhasilan usaha yang mempunyai hubungan signifikan terhadap kinerja pengusaha. Indikator Kinerja Usaha menurut Kotter dan Heskett (Ranto, 2013)

Menurut Suryana (2013) mengemukakan empat ciri wirausahawan yang berhasil yang tercermin pada sifat-sifat kepribadiannya sebagai berikut.

- 1) Memiliki kepercayaan diri untuk dapat bekerja keras secara independen dan berani menghadapi risiko untuk memperoleh hasil.
- 2) Memiliki kemampuan berorganisasi, dapat mengatur tujuan, berorientasi hasil, dan tanggung jawab terhadap kerja keras.
- 3) Kreatif dan mampu melihat peluang yang ada dalam kewirausahaan.
- 4) Menikmati tantangan dan mencari kepuasan pribadi bahwa entrepreneurial mindset akan mempengaruhi keberhasilan wirausaha, setidaknya ada tiga keunggulan dari entrepreneurial mindset, salah satunya suatu Perkembangan wirausaha disebabkan orientasi pada tindakan (action-oriented) yang berada dalam kerangka berpikir wirausaha dimana ide-ide yang timbul dapat segera diterapkan walaupun dalam situasi yang tidak menentu (Lupiyoadi, 2014).

Indikator Perkembangan usaha menurut Riyanti (2017), kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari (1) Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, (2) Jumlah produksi, (3) Jumlah pelanggan, (4) Perluasan usaha, (5) Perluasan daerah pemasaran, (6) Perbaikan sarana fisik dan (7) Pendapatan usaha.

Dalam menjalankan usaha atau bisnis terdapat banyak faktor yang harus diperhatikan oleh pengusaha demi keberhasilan usahanya. Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang” (Haming & Nurnajamuddin, 2007). Untuk bisa mempertahankan hidup pengusaha harus bekerja keras dan mampu berkompetisi dengan para kompetitor. Dalam situasi persaingan, faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor yang kritis dan membuatnya menjadi sangat penting (Handoko, 2000).

Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dari perusahaan. Menurut Kotler (2008) Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Pemilihan lokasi suatu organisasi (perusahaan) akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Sebagai contoh, biaya transportasi saja bisa mencapai 25% harga jual produk (tergantung kepada produk dan tipe produksi atau jasa yang diberikan). Hal ini berarti bahwa seperempat total pendapatan perusahaan mungkin dibutuhkan hanya untuk menutup biaya pengangkutan bahan mentah yang masuk dan produk jasa yang keluar dari perusahaan.” (Heizer & Render, 2014)

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

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

Bisa dijelaskan bahwa setiap perusahaan mempunyai alasan masing-masing dalam memilih lokasi usaha, akan tetapi semua bermuara pada tujuan yang sama yaitu untuk memaksimalkan laba. Lokasi usaha yang strategis bersifat individual perusahaan, dimana persoalan tersebut sering disebut pendekatan “situasional” atau “*contingency*” dalam membuat keputusan, bila dinyatakan secara sederhana, “semuanya bergantung”.

Faktor-faktor yang secara umum perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, adalah: lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, ketersediaan tenaga kerja, kedekatan dengan bahan mentah dan supplier, fasilitas dan biaya transportasi, sumber daya alam lain. Selain faktor-faktor tersebut, berbagai faktor lainnya berikut ini perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi. harga tanah, dominasi masyarakat, peraturan-peraturan tenaga kerja (*labor laws*) dan relokasi, kedekatan dengan pabrik-pabrik dan gudang-gudang lain perusahaan maupun para pesaing, tingkat pajak, kebutuhan untuk ekspansi, cuaca atau iklim, keamanan, serta konsekuensi pelaksanaan peraturan tentang lingkungan hidup. (Handoko T. H, 2017)

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan kegiatan usahanya mengalami pasang surut bahkan tutup, salah satu faktornya adalah kesalahan dalam memilih lokasi/tempat usaha. Fu'ad (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kesuksesan suatu usaha jasa bergantung pada pemilihan lokasi yang tepat. Kawasan disekitar Kelurahan Nusa Indah menjadi lokasi usaha strategis, dan membuka peluang bagi para pengusaha untuk membuka usaha. Saat ini banyak usaha kecil yang bergerak disektor jasa seperti, foto copy, cos-cosan, salon, warnet, cuci motor, Londry, dan lain-lain. Sampai saat ini dikawasan Kelurahan Nusa Indah belakang jumlah pengusaha ada 38 usaha yang bergerak dalam usaha mikro kecil mengengah Hal ini menunjukkan adanya gejala persaingan antara pengusaha satu dengan yang lainnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka-angka dan pengolahan menggunakan analisis statistik. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu. Penelitian direncanakan akan dilakukan pada bulan November sampai dengan Desember 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Usaha Kecil Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu populasi dalam penelitian ini sebanyak 38 tempat usaha. Sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik total sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis tanggapan responden dan analisis regresi.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis data dengan regresi diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.
Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.046	3.931		2.810	.008
Pemilihan Lokasi (X)	.396	.099	.556	4.012	.000

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.8 pada kolom kedua (*Unstandardized Coefficients*) bagian B pada baris pertama diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 11.045 + 0.396 (X)$$

Dari persamaan tersebut berarti bahwa :

1. Konstanta regresi sebesar 11.046 menyatakan bahwa ketika tidak ada variabel Pemilihan Lokasi maka skor Perkembangan Usaha Mikro adalah sebesar 0.396.
2. Koefisien regresi sebesar 0,396. Bermakna bahwa jika dalam pemilihan lokasi ditingkatkan 1 satuan maka Perkembangan Usaha Mikro akan meningkat sebesar 0,396 kali.

Tabel 2.
Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556 ^a	.627	.290	3.160	2.613

a. Predictors: (Constant), Perkembangan Usaha Mikro

b. Dependent Variable: Pemilihan Lokasi

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Uji koefisien korelasi didapat R adalah 0,556, menunjukkan hubungan antara variabel pemilihan lokasi dengan perkembangan usaha mikro. Adapun besarnya pengaruh variabel pemilihan lokasi (X) terhadap peningkatan perkembangan usaha mikro di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu adalah 55,6%. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji hipotesis (Uji-t)

Kriteria Penerimaan hipotesis berdasarkan Uji t (2 sisi) sebagai berikut:

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Berdasarkan tabel di atas dapat diartikan sebagai berikut: pada variabel Pemilihan Lokasi (X) diketahui $t_{sig} 0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemilihan Lokasi (X) berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Y).

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis dapat diketahui tanggapan responden terhadap variabel Pemilihan Lokasi yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 3.95 pada rentang penilaian tanggapan antara 3.41 – 4.20 dengan kriteria baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memberikan tanggapan yang baik terhadap variabel pemilihan lokasi, hal ini dibuktikan bahwa pemilihan lokasi diberikan kepada pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu jika terjadi penjualan melebihi standar. Pimpinan memberikan pemilihan lokasi, serta rekan sekerja saling mendukung dalam melaksanakan pekerjaan dan lingkungan kerja yang kondusif.

Berdasarkan hasil analisis diketahui tanggapan responden terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 3.98. Nilai ini jika diinterpretasikan pada kriteria penilaian jawaban responden terletak pada rentang 3.41 – 4.20 dengan kriteria baik. Jadi dapat disimpulkan pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu menilai bahwa Perkembangan Usaha Mikro pada kriteria yang baik, hal ini dapat dibuktikan bahwa pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu merasa puas mengenai kepuasan kerja yang diberikan pihak perusahaan, pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu merasa puas karena pekerjaan atau tanggung jawab yang diberikan sesuai dengan kemampuan.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada kedua (*Unstandardized Coefficients*) bagian B pada baris pertama diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 11.045 + 0.396 (X)$ Dimana Konstanta regresi sebesar 0.396 menyatakan bahwa ketika tidak ada variabel Pemilihan Lokasi maka skor Perkembangan Usaha Mikro adalah sebesar 0.396. Koefisien regresi sebesar 11.046 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan skor Pemilihan Lokasi akan menambah (karena tanda +) skor Perkembangan Usaha Mikro sebesar 11.046.

Berdasarkan tabel di atas dapat diartikan sebagai berikut: pada variabel Pemilihan Lokasi (X) diketahui $t_{sig} 0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemilihan Lokasi (X) berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Y).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020), Toyib, R. *et al.* (2020) dan Sonatasia, D., *et al.* (2020) yang menjelaskan bahwa faktor lokasi sangat penentuan minat konsumen untuk berbelanja suatu produk, apalagi jika lokasi tersebut strategis mudah dijangkau dan terdapat area parkir yang luas.

Pemilihan lokasi usaha secara efektif berarti menghindari risiko negatif seminimal mungkin atau dengan kata lain mendapatkan lokasi yang memiliki risiko positif paling maksimal. Pemilihan lokasi juga akan berdampak pada biaya-biaya yang muncul dikemudian hari akibat telah dipilihnya suatu daerah/ lokasi sebagai tempat usaha. Pertimbangan pemilihan lokasi usaha akan berbeda ketika tipe bisnis yang akan dijalankan juga berbeda. Perusahaan industri biasanya menggunakan cost minimizing strategy (strategi minimalisasi biaya). Dilain pihak, usaha jasa biasanya menggunakan revenue maximizing strategy (strategi maksimalisasi pendapatan). Sedangkan untuk pemilihan lokasi gudang, biasanya ditentukan dengan meng-kombinasikan faktor biaya dan kecepatan pengiriman. Dari berbagai strategi pemilihan lokasi, semua bertujuan memaksimalkan keuntungan

KESIMPULAN

1. Pemilihan Lokasi (X) usaha mikro di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu pada kategori baik.
2. Peningkatan perkembangan usaha mikro (Y) di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu pada kategori baik.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemilihan lokasi (X) terhadap perkembangan usaha mikro (Y) di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta
- Angipora, P, Marius. 2017. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta : PT RAJA Grafindo Persada
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Assael, 2018 Assael, Henry. 2018. Consumer Behavior 6 th Edition. New York: Thomson-Learning.
- Basu Swastha dan Irawan, 2014. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Lembaga Manajemen APM
- Bob Sabran (2011). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Danang Sunyanto, 2012). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Fandy Tjiptono, 2017. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Fuad, 2017. Meninjau Ulang Pendidikan. Islam di Indonesia Madrasah Pesantren: Evaluasi Kritis Sistem. Pembelajaran. Jakarta: PPIM.
- Hasan, 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta
- Herizon dan W. Maylina, 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya. Ventura.
- Kotler dan Armstrong, 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2018. Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Keenam. Jakarta: CV Intermedia
- Lamb, Hair, dan Mc Daniel, 2018. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.

- Lupiyoadi, 2018. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Maylina, Wenny, 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Terhadap Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya Jurnal Ventura Volume 6.
- Mc Carthy, 2014. Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mc Daniel, 2018. Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat
- Mowen dan Minor, 2017. Perilaku Konsumen. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler & Keller, 2013. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Salim, 2014. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Simamora, Henry, 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Soegoto, 2014. Entrepreneurship, Edisi Pertama, Jakarta : PT. Elek Media Komputindo
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyanto, 2013. Model-model Pembelajaran Kooperatif. Surakarta : Depdikbud
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kesembilan, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, 2014. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing, Malang.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Umar, 2018. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Umar, Husein, 2017. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama