

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Lokasi Losch dan Weber

Teori Lokasi Losch dan Weber, dari Losch yang melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar), dan Weber yang melihat persoalan dari sisi penawaran (produksi). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar (Fu'ad, 2015).

2.1.2. Tinjauan Tentang Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan atau laba dari perusahaan (Heizer, J., & Render, B, 2015). Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha 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 (Fitriyani, Murni and Warsono, 2019).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha adalah tempat perusahaan melakukan suatu kegiatan usaha untuk menghasilkan barang atau jasa. Lokasi usaha adalah salah satu faktor yang harus dipertimbangkan sebelum mendirikan suatu usaha karena hal ini sangat menentukan kesuksesan usaha. Jika pemilihan lokasi usahanya strategis, maka akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri dalam jangka waktu di masa yang mendatang.

b. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Ada faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah (Tjiptono, F., 2008). Dan juga dipengaruhi oleh letak konsumen atau pasar, sumber bahan baku, sumber tenaga kerja, air dan listrik, transportasi, lingkungan masyarakat, dan sikap yang muncul, peraturan pemerintah pembuangan limbah industri, fasilitas pabrik dan karyawan (Hanggita, 2018) . Dengan demikian pendapat yang dikemukakan oleh beberapa penelitian tersebut, sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha yaitu :

1) Kedekatan Dengan Infrastruktur

Hampir setiap usaha memerlukan ketersediaan infrastruktur yang baik, karena dapat mempengaruhi letak usaha yang ekonomis. Sehingga, kedekatan dengan infrastruktur perlu diperhatikan. Adanya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor lebar jalan, kondisi jalan, serta sarana dan prasarana transportasi, seperti lahan parkir yang cukup luas dan aman akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang dan harus menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha. Kedekatan dengan infrastruktur merupakan persepsi pemilik mengenai tersedianya pembangkit tenaga listrik, air bersih, lebar jalan, kondisi jalan, serta sarana dan prasarana transportasi (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012).

Indikator-indikator untuk kedekatan dengan infrastruktur yang mengadopsi dari (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012), yaitu sebagai berikut:

- a. Ketersediaannya listrik dan pasokan air.
- b. Jalanan lebar dan dalam kondisi yang baik.
- c. Ketersediaan sarana transportasi yang mudah.
- d. Ketersediaan prasarana transportasi, seperti lahan parkir yang luas dan aman.

2) Kedekatan dengan Pasar atau Konsumen

Kedekatan dengan pasar membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Dalam sektor jasa, daerah pasar biasanya ditentukan oleh waktu perjalanan para langganan ke fasilitas atau pemberi pelayanan (jasa) ke para pelanggan (Jalur, Selatan

and Salatiga, 2012). Lokasi yang strategis tentunya tempat yang mudah dikunjungi oleh pelanggan atau konsumen seperti halnya dekat dengan muara sungai, lingkungan pemukiman, tempat rekreasi, pejalan kaki, dekat usaha lain, dan dekat dengan lalu lintas (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012).

Indikator-indikator untuk kedekatan dengan pasar atau konsumen yang mengadopsi dari (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012), yaitu sebagai berikut :

- a. Kedekatan dengan lingkungan pemukiman.
- b. Kedekatan dengan usaha lain.
- c. Kedekatan dengan pejalan kaki.
- d. Kedekatan dengan lalu lintas.

3) Biaya Lokasi

Biaya lokasi merupakan biaya tanah dan biaya pajak. Biaya tanah dan biaya pajak adalah salah satu faktor pemilihan lokasi, meskipun pada umumnya biaya tanah dan biaya pajak dianggap relatif tidak penting. Dari penjelasan tersebut, biaya lokasi yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu : harga beli lahan/bangunan ataupun sewa, pajak, dan insentif dari pemilik bangunan/lahan (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012).

Indikator-indikator untuk biaya lokasi yang mengadopsi dari (Jalur, Selatan and Salatiga, 2012), yaitu sebagai berikut :

- a. Harga beli bangunan/lahan.
- b. Harga sewa bangunan/lahan.

c. Biaya Pajak Bangunan.

Dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi harus melalui indikator dari beberapa faktor tersebut, sehingga dapat dikatakan lokasi tersebut sudah tepat atau belum. Lokasi usaha dikatakan strategis, apabila lokasi tersebut dapat memberikan suatu peningkatan pendapatan usaha tersebut, sehingga keputusan lokasi usaha dapat dikatakan berhasil.

2.1.3. Tinjauan Tentang Kesuksesan Usaha

a. Pengertian Kesuksesan Usaha

Dalam Oxford Dictionary kata “sukses” merupakan kata benda yang memiliki arti sebagai berikut “*achievement of one’s aim, fame, wealth, etc.*” Jadi, sukses adalah sebuah pencapaian yang sesuai dengan suatu yang menjadi tujuan, ketenaran, kemakmuran. Sukses tergantung pada perencanaan dan desain yang luas, penilaian situasi yang tepat, antisipasi akurat terhadap resistensi akan perubahan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengatasi resistensi ini. Penekanannya pada intensi, stabilitas dan return terhadap equilibrium bagi kesuksesan usaha (Putri, 2013). Kesuksesan usaha adalah sebuah integrasi menyeluruh dari aktivitas organisasi. Penilaian utama dalam kesuksesan organisasi antara lain *leadership, customer focus, strategic alignment, organizational learning, innovation and improvement, dan people focus*. Kesuksesan usaha sangat tergantung pada pengetahuan, keterampilan, kreativitas dan motivasi dari anggotanya (Putri, 2013).

b. Faktor-Faktor Kesuksesan Usaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha diantaranya hubungan komunitas, keterampilan pekerja (Adijati Utaminingsih, 2016), pemasaran online (Canesta, Efendi and Kelvin, 2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha, dan lingkungan usaha (Indarto and Santoso, 2020). Pemilihan lokasi (Nur Fu'ad, 2015). Orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi (Gho and Utama, 2020). *Ralational capital* (Wendy and Wijaya, 2020).

c. Indikator-Indikator Kesuksesan Usaha

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha diantaranya laba, produktivitas dan efisiensi, daya saing, dan terbangunnya citra baik (Henry Faizal Noor, 2007).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait dengan variabel yang akan diteliti, yaitu kesuksesan usaha, kedekatan dengan infrastruktur, kedekatan dengan pasar (konsumen), dan biaya lokasi.

Adapun penelitian terdahulu dijabarkan sebagai berikut:

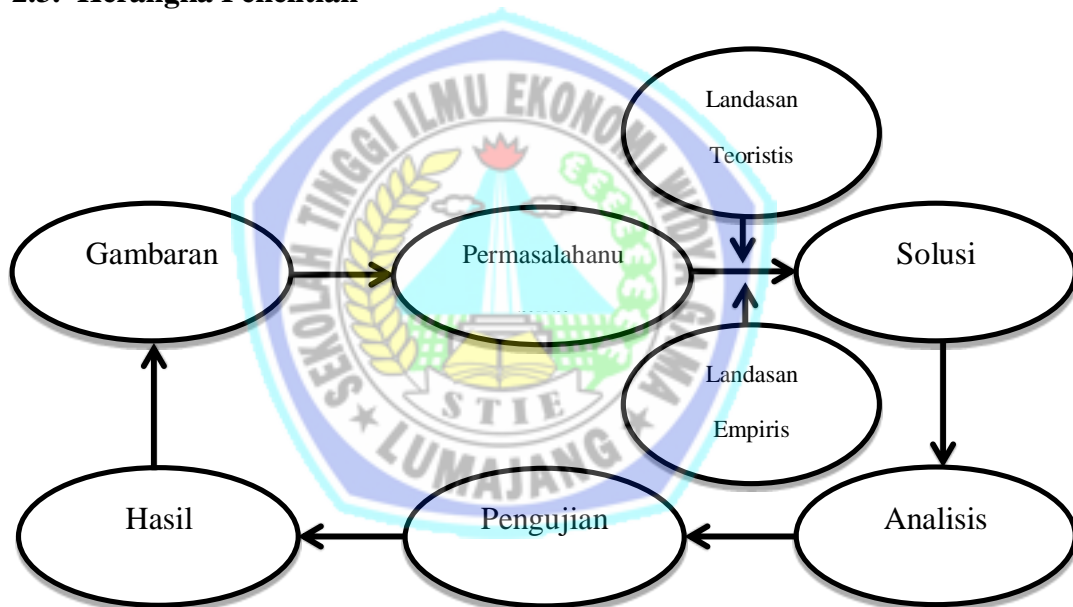
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Nur Fu'ad (2015)	Hasil penelitian menjelaskan bahwa pemilihan lokasi menggunakan 3 variabel independent yaitu Infrastruktur, Kondisi lingkungan dan Biaya Lokasi. Yang menunjukkan bahwa 68% Adjusted R ² berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha dengan rincian 46% untuk variabel biaya lokasi, 25% untuk variabel kondisi lingkungan dan 24% untuk variabel infrastruktur.
2.	Chelviani, Meitriana & Haris (2017)	Berdasarkan hasil analisis faktor aksesibilitas memiliki varian explained sebesar 34.838%, faktor visibilitas sebesar 9,815%, faktor tempat parkir sebesar 3,778%, faktor ekspansi sebesar 5,032%, faktor lingkungan sebesar 15,406%, faktor persaingan sebesar 8,960%, peraturan pemerintah sebesar 22,171%. Faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi toko modern di kecamatan Buleleng adalah faktor aksesibilitas.
3.	Lesmana (2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha baik secara parsial, maupun secara simultan. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai R ² sebesar 61,1%. Dari ketiga variabel bebas, biaya lokasi merupakan variabel dengan pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel bebas yang lain.
4.	Rosalina (2018)	Hasil penelitian ini mengambil sampel dari 90 responden, dari 72 responden mengambil keputusan bahwa mereka menyukai faktor – faktor pemilihan lokasi tersebut, dan 18 responden tidak menyukai dari faktor – faktor pemilihan lokasi tersebut.
5.	Hanggita (2018)	Faktor lokasi: tenaga kerja, akses, fasilitas, pasar, energi, persaingan dan peraturan pemerintah menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha jasa yang ada di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan.
6.	Sutanto, Ekonomi & Kartika (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur, kedekatan dengan lingkungan bisnis, dan biaya lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya. Implikasi penelitian ini adalah perlunya peningkatan kesadaran bagi para pemilik usaha jasa

	untuk memperhatikan berbagai faktor dengan jeli sebelum menentukan lokasi usahanya agar tidak menimbulkan kerugian.
7. Fitriyani, Murni & Warsono (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan lokasi berdasarkan faktor lingkungan usaha dan faktor biaya lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Semakin baik kondisi lingkungan bisnis, maka semakin mudah mencapai kesuksesan. Dan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha, akan menentukan tempat usaha yang strategis.

Sumber : Diolah dari berbagai referensi, 2020

2.3. Kerangka Penelitian

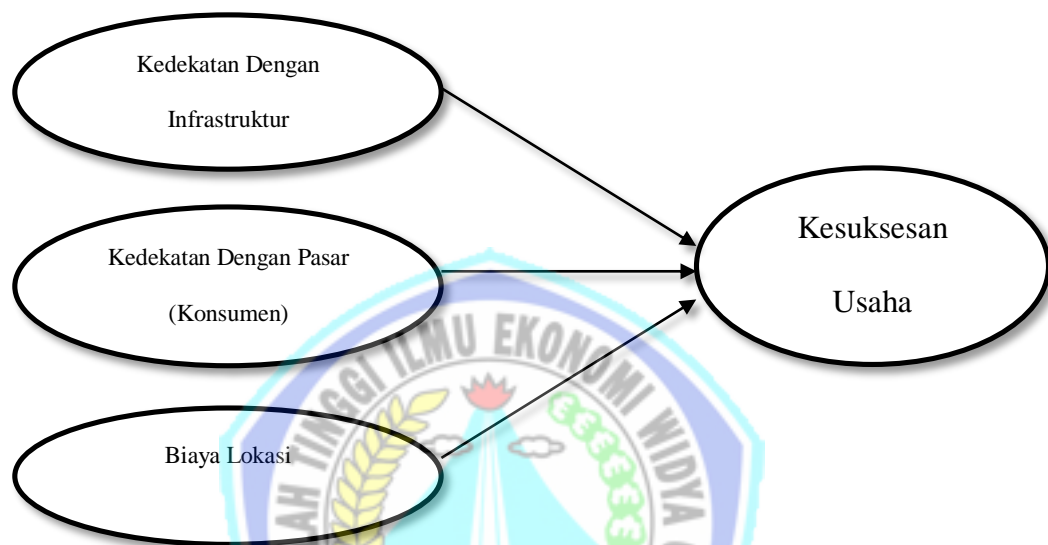


Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari penelitian ini yaitu dengan melihat adanya pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, biaya lokasi, dan kedekatan dengan pasar atau konsumen terhadap kesuksesan usaha. Dalam penelitian ini akan dipaparkan

tentang adanya keterkaitan antar kedekatan infrastruktur dengan kesuksesan usaha, biaya lokasi dengan kesuksesan usaha, dan kedekatan pasar atau konsumen dengan kesuksesan usaha. Berdasarkan pada analisis di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini ditunjukkan pada gambar 2.2, yaitu:



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual
Sumber: Landasan Teoristis dan Empiris

Landasan Teoristis

Hubungan faktor pemilihan lokasi usaha (mencakup kedekatan dengan infrastruktur, kedekatan dengan pasar atau konsumen, biaya lokasi) dan kesuksesan usaha: teori pendekatan *losch* (Nur Fu'ad, 2015).

Landasan Empiris

Hubungan kedekatan dengan infratraktur, kedekatan dengan pasar (konsumen), biaya lokasi dan kesuksesan usaha : (Sutanto dan Kartika, 2019) dan (Nur Fu'ad, 2015).

2.5. Hipotesis

2.5.1. Hipotesis Pertama

Hubungan antara kedekatan infrastruktur dengan kesuksesan usaha adalah kedekatan infrastruktur menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi yang nantinya akan berpengaruh pada kesuksesan usaha karena infrastruktur merupakan penunjang jalannya kegiatan bisnis (Imam Wahyudi, 2019). Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kedekatan infrastruktur berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha (Nur Fu'ad, 2015). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kedekatan infrastruktur berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha.

2.5.2. Hipotesis Kedua

Hubungan antara kedekatan pasar (konsumen) dengan kesuksesan usaha adalah kedekatan dengan pasar (konsumen) menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha karena jika lokasi usaha dekat dengan pasar (konsumen), maka akan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang nantinya dapat mempengaruhi kesuksesan usaha (Handoko, 2015). Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kedekatan dengan pasar (konsumen) berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha (Sutanto dan Kartika, 2019).

H2 : Kedekatan pasar (konsumen) berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha.

2.5.3. Hipotesis Ketiga

Hubungan antara biaya lokasi dengan kesuksesan usaha adalah biaya lokasi menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi karena biaya lokasi menyangkut sewa tanah, biaya renovasi, biaya pajak, dll. Itu artinya biaya lokasi perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi karena menentukan biaya yang harus dikeluarkan dan laba yang akan diperoleh serta keberhasilan usaha yang akan dicapai (Nur Fu'ad, 2015). Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa biaya lokasi berpengaruh terhadap kesuksesan usaha (Fitriyani, Murni and Warsono, 2019).

H3 : Biaya lokasi berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha.

