

SKRIPSI

**“STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA
JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS MUHAMMADIYAH MATARAM)”.**

**“STRATEGIES OF SLECTION LOCATION FOR THE SUCCESS OF
SERVICE BUSINESSES (STUDY ON SMALL MICRO SERVICE
BUSINESSESAROUN THE MUHAMMADIYAH UNIVERSITY IN
MATARAM)**



Oleh

**RUBIYANI
216120060**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIPOL)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2020

SKRIPSI

**“STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA
JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS MUHAMMADIYAH MATARAM)”.**



Oleh

RUBIYANI
216120060

**KONSENTRASI ENTREPRENEURS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIPOL)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA
JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS MUHAMMADIYAH MATARAM)**

Di Susun dan diajukan Oleh:

RUBIYANI
216120060

**PROGRAM STUDI
STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji pada Ujian Skripsi
Mataram, 10 Februari 2020

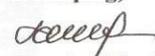
Menyetujui

**Dosen Pembimbing I
(Utama)**



Drs. H. Darmansyah, M.Si
NIDN: 0008075914

**Dosen Pembimbing II
(Pendamping)**



Iwin Ardyawin, S.Sos., MA
NIDN: 0818059002



**Mengetahui
Prodi Administrasi Bisnis
Ketua**



Chair Hendra Maniza, S.Sos. M.M
NIDN: 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA
JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS MUHAMMADIYAH MATARAM)

Oleh:

RUBIYANI
NIM. 216120060

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana
pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
telah disetujui Oleh Tim Penguji pada :
Mataram, 10 Februari 2020

Tim Penguji

1. **(Drs. H.Darmansyah, M.Si)**
NIDN. 0008075914

Ketua


(.....)

2. **(Iwin Ardyawin, S.Sos, M.A)**
NIDN0818059002

Anggota


(.....)

3. **(Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom)**
NIDN. 0831128310

Anggota


(.....)

Mengetahui
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RUBIYANI
NIM : 216120060
Tempat/Tgl Lahir : Tambora, 28 Agustus 1996
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fisipol
No. Hp/Email : 085.337.035.180
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Strategi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha
Jasa C studi pada usaha jasa mikro-kecil di sekitar
Kampus Muhammadiyah Mataram

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 6 Maret 2020

Penulis



NIM. 216120060

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Desa Tambe 28 Agustus 1996, sebagai putri ke dua dari Lima bersaudara dari pasangan Bapak Muhtar dan Ibu Maryani. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN Impres Tambe pada tahun 2003 dan Lulus pada tahun 2008, penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 4 BOLO pada Tahun 2009 dan Lulus pada tahun 2011. Kemudian peneliti menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 2 Woha pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Penulis mengikuti tes masuk perguruan tinggi dan terdaftar sebagai mahasiswi Strata I Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Mataram pada tahun 2016 dan lulus pada Maret tahun 2020.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Boleh jadi Kamu membenci sesuatu, padahal itu amat baik bagiMu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal itu amat buruk bagimu; Allah lebih mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al- Baqarah 2:216)

“ Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya adalah untuk dirinya sendiri.”

(QS. Al- Ankabut 29: 6)

Keberhasilan adalah kebangga'an, kegagalan adalah kekecewaan Kamii

(AyahQ Muhtar)

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al- Insyirah 94 :5-6)

Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku (Muhtar dan Maryani)
2. Saudari dan saudaraQ (Ririn, Yamin, Idhar dan Muslim)
3. Sahabat-sahabatKu
4. Teman-teman seperjuangan
5. Almamaterku

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini untuk memastikan Apakah Strategi dalam pemilihan lokasi seperti Biaya Lokasi, Kedekatan Fasilitas dan kedekatan dengan Konsumen dapat berpengaruh dalam kesuksesan usaha jasa mikro kecil di Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam Metode penelitian ini memakai mode kuantitatif dalam memakai data primer dilakukan dengan observasi dan memberikan kuesioner terhadap semua pengusaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram. Proses analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Biaya Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, ketersediaan fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, dan kedekatan dengan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram. Dari ketiga variabel independen Biaya Lokasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar di bandingkan kedua variabel yang lainnya. Oleh Karena itu dalam pemilihan lokasi usaha sebaiknya lebih memperhatikan Biaya Lokasi dalam memperoleh lokasi usaha.

Kata kunci : Biaya Lokasi kesuksesan usaha dalam usaha jasa mikro kecil.

ABSTRAK

The purposes of this study was to ensured or to convince wheter or not the location has been choosen such as fee approach, facility and consumen approaches can be influenced in mocro business around the university of Muhammadiyah Mataram.

This research used kuantitative method by using primary data through observation and questionnaire to th owner of micro bussines. The technique used was doble linear analysis.

The result of this research was the cost location have influences and significant to be succed in micro business. Furthermore, the facilities and closer to the consumen gave positive influences in expanding the micro business specially around the University of Muhammadiyah Mataram. From the third independent variable, The cost of location was the the variable that was bigger influences than the other variables, therefore in choosing business location we should consider the cost of good location for a good business.

Keywords : location cost of business success in micro small business services

KATA PENGANTAR

Assalamu alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkah dan limpahan rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-kecil di Sekitar Kampus Muhammadiyah Mataram” meskipun dengan mode dan hasil yang sederhana sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram. Serta tak lupa pula saya haturkan shalawat serta salam yang tak henti-hentinya kepada Nabi junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat-sahabatnya yang telah menjadi pedoman dan penuntun seluruh umat manusia dalam menggapai cahaya kesempurnaan, cahaya ilmu pengetahuan. Sehingga terciptalah tulisan yang sederhana ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Proposa skripsi ini telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Muhtar Yasin dan Ibunda Maryani yang menjadi motivator sehingga sering menyertai penulis dengan keikhlasan doa dan restu dan juga dukungan moril tanpa henti terhadap penulis agar percaya diri dan tetap bersemangat dalam menjalani kehidupan.
2. Bapak Dr. Arsyad Abdul Gani, M.Pd. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan para Wakil Rektor dan seluruh jajarannya.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik dan Para Wakil Dekan.
4. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan beserta Sekertaris atas segala kontribusi, bantuan dan bimbingannya selama ini.

5. Terkhusus Bapak Drs. H. Darmansyah, M.Si selaku pembimbing 1 dan Bapak Iwin Ardyawin, S.Sos., M.A selaku pembimbing II yang sudah memberikan sebagian waktunya ditengah kesibukan untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan arahan menyusun proposal skripsi ini.
6. Jazakumullah untuk para Dosen Jurusan Ilmu Administrasi sudah memberikan Ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut Ilmu di Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Syukran untuk teman-teman ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2016 yang sudah menunjukkan sikap baiknya selama 3 tahun setengah. kebersamaan ini takkan terlupakan, semangat leting Untuk perjuangan selanjutnya.
8. Jazakillahu khair saudari seperjuangan di RUBIN (Rumah Bina'an) karna telah mengajarkan arti perjuangan dalam dakwah untuk menuju Islam kaffah
9. Kepada saudari atau saudara kandung saya akak Ririn Anggriani dan adik Muh.Yamin, Rijal Idhar, Muslim Mubarak dan Nenek tersayang Janiba dan Halimah serta keluarga besar yang senantiasa membantu dalam hal moral dan moril.
10. kepada sahabat baikKu Fatu Rahmah, Windari Puspita, RahmaWati, Indrisari dan the seven bibho yang telah memberiku semangat sehingga penulis mampu mencapai titik Akhir Perjuangan ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala kebajikan kepada semua pihak yang sudah banyak memberikan motivasi terhadap penulis dalam penulisan Proposal Skripsi ini. Semoga Proposal Skripsi Ini mampu memberi banyak inspirasi untuk semua kalangan Aamiin ya Rabbal'alamin

Mataram, 03 Januari 2020

Rubiyani
Nim: 21612006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT KEASLIAN TULISAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
10.2 Rumusan Masalah	10
10.3	Tujuan
Penelitian.....	10
10.4	Manfaat
Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Kajian Teori.....	14
2.2.1 Definisi Lokasi	14
2.2.2 Strategi Lokasi Usaha Jasa	19

2.2.3	Definisi Usaha Jasa Mikro-kecil	20
2.2.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha jasa mikro kecil Kampus Muhammadiyah.....	23
2.2.5	Definisi Kesuksesan Usaha	25
2.3.	Kerangka Berpikir	27
2.4.	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1.	Jenis Penelitian.....	30
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3.	Populasi dan Sampel	31
3.4.	Operasional Variabel.....	32
3.5.	Jenis dan Sumber Data	33
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7.	Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil penelitian.....	39
4.2	Hasil Analisis Data.....	43
4.3	Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	38
Gambar 4.2 Identitas responden berdasarkan etnis	39
Gambar 4.3 Identitas responden berdasarkan usia	40
Gambar 4.4 Identitas responden berdasarkan pernah tidaknya membuka usaha jasa lain sebelumnya	41
Gambar 4.5 Identitas responden berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki	42
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Data	47
Gambar 4.7 Hasil Uji Heterogedastisita.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Usaha Jasa	9
Tabel 2.1 Penemuan Terdahulu.....	13
Tabel 2.2 Strategi Pemilihan Lokasi	24
Tabel 4.1 Uji Validitas Biaya Lokasi	43
Tabel 4.2 Uji Validitas Ketersediaan fasilitas	44
Tabel 4.3 Uji Validitas kedekatan Konsumen.....	44
Tabel 4.4 Uji Validitas kesuksesan Usaha	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi.....	54

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam melaksanakan usaha atau bisnis pasti ditemukan banyak faktor yang harus di perhatikan oleh pengusaha demi keberhasilan usahanya, salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah lokasi. “Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas bagi keberlangsungan jangka panjang dalam memilih lokasi usaha juga berarti meminimalkan faktor negatif dan memaksimalkan potensi yang dimiliki. Saat ini dunia bisnis di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini Menyebabkan persaingan antara pelaku bisnis semakin ketat adanya perbedaan tingkat sukses sebuah organisasi dan perbedaan kekuatan atau kelemahan organisasi, salah satunya terjadi akibat strategi pemilihan lokasi. Dalam suatu persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor kritis yang membuatnya sangat penting. Agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah untuk dijangkau.

Penelitian mengenai lokasi bukan hanya dibutuhkan oleh perusahaan skala besar, namun perusahaan mikro kecil dan menengahpun juga wajib untuk memilih lokasi usaha yang baik agar usaha bisa bertahan dan terus berjalan. Pemilihan lokasi akan berdampak pada keberlangsungan usaha juga keuntungan yang akan di dapat. “Lokasi menjadi salah satu faktor keunggulan bersaing dari perusahaan sehingga lokasi dimaksud memiliki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang Usaha.

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 dan Render, 2004).

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.

Pertimbangan untuk memilih tempat kadang kala bersandar pada tipe bisnis. Dalam mempertimbangkan lokasi industri, strategi yang digunakan adalah strategi untuk memaksimalkan biaya, sebaliknya untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada mempertimbangkan pendapatan. Meskipun begitu, strategi lokasi pemilihan gudang, dapat ditentukan oleh kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman. Secara umum, tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.

Tanpa adanya perancangan untuk lokasi yang sesuai, maka perusahaan akan membuat kesalahan dalam memilih lokasi. Suatu perusahaan boleh jadi menentukan lokasi tanpa memperhitungkan kesiapan karyawan di daerah tersebut, dan kurang lebih perusahaan akan menghadapi masalah karyawan. Perusahaan lain menetapkan mengambil tanah untuk lokasi pabrik dengan harga yang murah, namun akhirnya disadari bahwa keadaan tanah di lokasi tersebut jelek sehingga perusahaan mau tak mau harus juga mengeluarkan biaya ekstra dalam

membangun fondasinya. Kesalahan-kesalahan seperti yang disebutkan diatas dapat mengakibatkan perusahaan beroperasi dengan tidak efisien dan efektif.

Situasi yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Untuk 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 yang mencukupi kebutuhan perusahaan, ataupun biaya transportasi yang sangat tinggi bila produk berat dan besar.

Alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan. Lokasi yang baik adalah persoalan individual. Hal ini sering disebut pendekatan “situasional” atau “contingency” untuk pembuatan keputusan bila dinyatakan secara sederhana, “semuanya bergantung” (T. Hani Handoko, 2000).

Di dalam bukunya, Hani Handoko (2000) menyebutkan faktor-faktor yang secara umum perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan masyarakat, kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi, baik konsekuensi positif maupun negatif didirikannya suatu pabrik didaerah tersebut merupakan suatu syarat penting. Perusahaan perlu memperhatikan nilai-nilai lingkungan dan ekologi dimana perusahaan akan berlokasi, karena pabrik-pabrik sering memproduksi limbah dalam berbagai bentuk air, udara, atau limbah zat padat yang telah tercemar, dan sering menimbulkan suara bising. Di lain pihak, masyarakat membutuhkan industri atau perusahaan karena menyediakan lapangan pekerjaan dan uang yang dibawa industri ke masyarakat. Lingkungan masyarakat yang menyenangkan bagi kehidupan karyawan dan eksekutif juga memungkinkan mereka melakukan pekerjaan dengan lebih

baik. Tersedianya fasilitas sekolah, rekreasi, kegiatan-kegiatan budaya dan olahraga adalah bagian penting dari keputusan ini.

2. Kedekatan dengan pasar. Dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para langganan, dan sering mengurangi biaya distribusi. Perlu dipertimbangkan juga apakah pasar perusahaan tersebut luas ataukah hanya melayani sebagian kecil masyarakat, produk mudah rusak atau tidak, berat produk, dan proporsi biaya distribusi barang jadi pada total biaya. Perusahaan besar dengan jangkauan pasar yang luas, dapat mendirikan pabrik-pabriknya di banyak tempat untuk mendekati pasar.
3. Tenaga kerja. Di manapun lokasi perusahaan, harus mempunyai tenaga kerja, karena itu cukup tersedianya tenaga kerja merupakan hal yang mendasar. Bagi banyak perusahaan sekarang kebiasaan dan sikap calon pekerja suatu daerah lebih penting dari ketrampilan dan pendidikan, karena jarang perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang sangat bervariasi dan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan program latihan khusus bagi tenaga kerja baru. Orang-orang dari suatu daerah dapat menjadi tenaga kerja yang lebih baik dibanding dari daerah lain, seperti tercermin pada tingkat absensi yang berbeda dan semangat kerja mereka. Disamping itu, penarikan tenaga kerja, kuantitas dan jarak, tingkat upah yang berlaku, serta persaingan antar perusahaan dalam memperebutkan tenaga kerja yang berkualitas tinggi, perlu diperhatikan perusahaan.
4. Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier. Apabila bahan mentah berat dan susut cukup besar dalam proses produksi maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan mentah, misal pabrik semen, kayu, kertas, dan baja. Tetapi bila produk jadi lebih

berat, besar, dan bernilai rendah maka lokasi dipilih sebaliknya. Begitu juga bila bahan mentah lekas rusak, seperti perusahaan buah-buahan dalam kaleng, lebih baik dekat dengan bahan mentah. Lebih dekat dengan bahan mentah dan para penyedia (*supplier*) memungkinkan suatu perusahaan mendapatkan pelayanan *supplier* yang lebih baik dan menghemat biaya pengadaan bahan.

5. Fasilitas dan biaya transportasi. Tersedianya fasilitas transportasi baik lewat darat, udara, dan air akan melancarkan pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk perusahaan. Pentingnya pertimbangan biaya transportasi tergantung “sumbangannya” terhadap total biaya, contoh untuk perusahaan komputer yang biaya transportasinya hanya sekitar 1 atau 2% dari total biaya, tidak jadi masalah di manapun lokasi perusahaan berada dibanding bagi perusahaan semen. Untuk banyak perusahaan perbedaan biaya transportasi tidak sepenting perbedaan upah tenaga kerja. Tetapi, bagaimanapun juga, biaya transportasi tidak dapat dihilangkan di manapun perusahaan berlokasi, karena produk perusahaan harus disalurkan dari produsen bahan mentah ke pemakai terakhir; jadi, fasilitas seharusnya berlokasi di antara sumber bahan mentah dan pasar yang meminimumkan biaya transportasi. Dekat dengan bahan mentah tenaga kerja. Tetapi, bagaimanapun juga, biaya transportasi tidak dapat dihilangkan di manapun perusahaan berlokasi, karena produk perusahaan harus disalurkan dari produsen bahan mentah ke pemakai terakhir; jadi, fasilitas seharusnya berlokasi di antara sumber bahan mentah dan pasar yang meminimumkan biaya transportasi. Dekat dengan bahan mentah akan mengurangi biaya pengangkutan bahan mentah, tetapi biaya pengangkutan pengiriman produk jadi meningkat. Sebaliknya, lokasi dekat pasar akan menghemat biaya pengangkutan produk jadi tetapi menaikkan biaya pengangkutan bahan mentah.

Selain faktor-faktor yang dijelaskan di atas, beragam faktor selanjutnya harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi: harga sewa tanah, dominasi masyarakat, tata tertib tenaga kerja dan relokasi, korelasi 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.

Terdapat banyak faktor yang membuat kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah kesesuaian dalam memilih lokasi. Kesesuaian memilih lokasi yakni salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh seorang pengusaha dini membuka usahanya. Karena apabila pemilihan lokasi yang sesuai akan memastikan terhadap kesuksesan suatu usaha. Karena suatu usaha harus berada dekat dengan pelanggan dan maka dari itu usaha yang bergerak dalam bidang jasa harus mendekati diri dengan pelanggan sehingga bisa memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan.

Eksistensi Kampus Universitas Muhammadiyah merupakan daya tarik bagi pembisnis untuk mendirikan suatu usaha jasa disekitarnya. Oleh karena itu pembisnis memiliki daya tarik terhadap kampus muhammadiyah tersebut dikarenakan banyaknya Mahasiswa yang kuliah dan itu merupakan pasar yang sangat potensial untuk dijadikan lahan bisnis.

Bagi usaha jasa, lokasi yang strategis seringkali lebih penting dari pada faktor-faktor yang lain. Hal ini penting sehingga para pembisnis bersedia dalam pembayaran biaya yang lebih besar untuk memiliki lokasi yang efektif demi mengharapkan pendapatan yang besar sebagai balasan memilih lokasi yang tepat. Hal itu juga berlangsung bagi usaha jasa yang ada disekeliling Kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, para pembisnis tidak peduli dengan harga sewa yang mahal dikarenakan dia berada di dekat kampus Universitas

Muhammadiyah Mataram serta berada di pusat kota. Mereka bersedia untuk mengeluarkan biaya berapapun hanya untuk membuka usaha dilokasi tersebut dengan harapan pendapatan yang didapat sangat besar memandang adanya pasar yang boleh jadi akibat adanya mahasiswi/a yang Kuliah di Universitas Muhammadiyah Mataram. Disamping faktor biaya lokasi, ketersediaan fasilitas dan kedekatan dengan konsumen merupakan hal-hal yang diperhatikan pengusaha sebelum mendirikan usaha di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ramai usaha jasa baru atau pun usaha jasa lama yang telah dilengkapi dengan fasilitas modern bermunculan. Usaha-usaha jasa tersebut adalah usaha fotocopy, jasa persewaan, internet cafe baik yang dilengkapi dengan hot spot area maupun tidak, warteq, laundry, counter. Biarpun merupakan usaha jasa berskala mikro-kecil, mempunyai lokasi usaha yang strategis menjadi suatu keperluan mendasar oleh setiap usaha tersebut dan perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha. Berikut adalah berbagai macam jenis usaha jasa mikro-kecil yang berada di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram

Tabel 1.1
Jenis usaha jasa yang berada di sekitar kampus Muhammadiyah Mataram

Jenis	Jumlah
Warnet	11
Fotocopy	15
Counter	7
Laundry	5
Warteg	25
Total	63

Sumber : Data primer, diolah

Dalam tabel diatas, bisa diamati bahwa disekeliling kampus Universitas Muhammadiyah Mataram sudah meningkat beraneka macam bisnis baik dari yang berskala mikro maupun skala kecil. kuantitas usahanya pun meningkat dari waktu ke waktu sampai pada saat ini menjangkau total 63 pembisnis karena tujuan terpenting konsumennya adalah

para mahasiswa-mahasiswi Universitas Muhammadiyah Mataram. beberapa pemilik usaha-usaha jasa tersebut, memilih lokasi usaha yang sestrategis mungkin serta memperhitungkan keperluan dari para konsumennya merupakan mahasiswa-mahasiswi Universitas Muhammadiyah Mataram.

Langkah dalam penetapan lokasi harus dipertimbangkan bagi pemilik usaha untuk menentukan lokasi usahanya, sebab lokasi usaha termaksud mampu dijadikan sebagai salah satu strategis bisnis. Menetapkan lokasi usaha yang berdekatan dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis dalam mempermudah pelanggan saat mengkonsumsi jasa yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang layak juga perlu diperhatikan oleh pembisnis dalam memilih lokasi usaha. Bagi usaha fotocopy, rental komputer, dan internet café ketersediaan listrik merupakan hal pokok bagi jalannya kegiatan bisnis, karena ketika listrik padam maka otomatis kegiatan bisnis usaha-usaha tersebut terhenti. Sedangkan bagi usaha laundry ketersediaan listrik dan juga air menjadi hal penting dalam menunjang kegiatan bisnis. Strategi pemilihan lokasi usaha tidak hanya didasarkan pada faktor kedekatan dengan target pasar dan ketersediaan infrastruktur, terdapat faktor-faktor lainnya yang menjadi pertimbangan pemilik usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram dalam memilih lokasi usahanya yang pada akhirnya dapat menghantarkan usaha tersebut pada kesuksesan usaha.

Latar belakang seperti yang telah dijelaskan di atas menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul : “***Strategi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Di Sekitar Kampus Muhammadiyah Mataram***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, sehingga dapat dikemukakan formulasi persoalan ialah:

1. Apakah biaya lokasi berpengaruh terhadap kesuksesan usaha Jasa Mikro Kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram?
2. Apakah ketersediaan fasilitas berpengaruh terhadap kesuksesan usaha Jasa Mikro Kecil disekitar Kampus Muhammadiyah Mataram?
3. Apakah kedekatan dengan konsumen berpengaruh terhadap kesuksesan usaha Jasa Mikro Kecil disekitar Kampus Muhammadiyah Mataram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha Jasa Mikro kecil disekitar kampus Muhammadiyah Mataram.
2. Untuk menganalisis pengaruh ketersediaan fasilitas dalam kesuksesan usaha Jasa Mikro kecil disekitar kampus Muhammadiyah Mataram.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kedekatan Konsumen terhadap kesuksesan usaha Jasa Mikro kecil disekitar kampus Muhammadiyah Mataram.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan baik dari segi teoritis maupun praktis sebagai berikut;

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa merupakan informasi serta pustaka acuan untuk penelitian selanjutnya, dalam mendukung peranan khususnya mahasiswa yang akan mengembangkan penelitian tentang Strategi pemilihan lokasi dalam

kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan keterangan atau informasi untuk menambah wawasan pemahaman bagi peneliti selanjutnya yang memiliki judul tentang strategi pemilihan lokasi dalam kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Muhammadiyah Mataram.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kebaikan pada pengusaha untuk memilih tempat usaha yang praktis sehingga mampu mempersembahkan kualitas bersaing dan membangun pendapatan keberhasilan bisnis khususnya bisnis jasa.

b. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu member kebaikan pada pengguna agar hati-hati lagi untuk menentukan dalam pembelian suatu makanan dari usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penemuan terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Temuan
Nurul indarti, 2004	<i>Business location and success the case of internet café business in indonesia</i>	Menggunakan analisis faktor dan analisis regresi untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha.	Dengan menggunakan mean rating, terdapat 5 faktor pemilihan lokasi yang menjadi pertimbangan utama yakni; ketersediaan ISP (<i>internet service provider</i>) yang memadai, kedekatan dengan konsumen, keamanan, kesediaan infrastruktur yang memadai dan lingkungan bisnis.
Kuncoro, 2003	<i>Why manufacturing industry persisted to cluster spatially in java, Mudrajad</i>	Menggunakan analisis regresi dengan variabel dummy.	Hasil penelitian menunjukkan perusahaan-perusahaan manufactur tersebut mencari lokasi dengan populasi yang tinggi serta arca yang padat dengan penduduk untuk mendapatkan lokalisasi dan urbanisasi ekonomi serta untk mendapatkan akses yang lebih baik terhadap infrastruktur
Evidence, Roger W.Schmenne, 1994	<i>Service Firm Location Decisions:Some Midwestern</i>	Menggunakan pendekatan yang dikembangkan sendiri oleh Schmenner. Pemilihan lokasi usaha jasa tersebut terdiri atas dua tahap, pertama memilih	Hasil penelitian menunjukkan tenaga kerja, infrastruktur, dan kualitas hidup mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Kedekatan dengan pelanggan dan kedekatan dengan pesaing juga berpengaruh dalam pemilihan lokasi usaha.

		<p>area yang akan dijadikan tempat usaha secara umum, dan kedua memilih lokasi usaha dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dibedakan menjadi dua yakni "Musts" dan "Wants".</p>	<p>Ketersediaan lahan parkir yang memadai, jam buka yang lebih lama dari usaha jasa lain, bangunan usaha yang menarik, dan daerah yang memiliki kepadatan orang yang tinggi merupakan lokasi yang sangat penting bagi usaha jasa yang memiliki interaksi yang tinggi terhadap konsumen.</p>
--	--	---	---

Sumber berbagai penelitian sebelumnya

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Definisi Lokasi

Swastha (2002) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha itu dilakukan. Sebelum jauh membahas tentang teori-teori lokasi, perlu diketahui dahulu definisi dari lokasi itu sendiri. Jadi Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnis. Kedudukan perusahaan berbeda dengan lokasi perusahaan, keputusan yang tidak tepat dapat mengakibatkan kegagalan dalam usaha. Pemilihan lokasi dalam berbisnis menjadi suatu keputusan sangat penting pada bisnis dengan tujuan mengajak pelanggan untuk datang ke tempat usaha dalam memenuhi kebutuhannya. Lokasi usaha menjadi pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Ada baiknya kita mengetahui kaitan tentang teori lokasi dan ilmu ekonomi serta perkembangannya. Teori lokasi berasal dari ekonomi regional. Ilmu ekonomi regional atau ilmu ekonomi wilayah adalah suatu cabang dari ilmu ekonomi yang dalam pembahasannya memasukkan unsur perbedaan potensi satu wilayah dengan wilayah yang lain. Ilmu ekonomi wilayah tidak membahas kegiatan individual melainkan menganalisis

suatu wilayah secara keseluruhan atau melihat berbagai wilayah dengan potensinya yang beragam dan bagaimana mengatur suatu kebijakan yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi seluruh wilayah. Ilmu ekonomi regional termasuk salah satu cabang yang baru dari ilmu ekonomi. Pemikiran ke arah ekonomi regional dicetuskan oleh Von Thunen. Seperti itulah persinggungan teori lokasi dengan ilmu ekonomi.

Sedangkan Fandy Tjiptono (2003: 304) menjelaskan pula bahwa lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Disini dijelaskan bahwa lokasi usaha adalah suatu wadah dalam melakukan pengoperasian usaha dalam menghasilkan barang dan jasa untuk mencapai keuntungan.

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.

Harding di dalam bukunya menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yakni lingkungan masyarakat, sumber-sumber alam, tenaga kerja, pasar, transport, pembangkit tenaga, dan tanah untuk ekspansi (azizah dari Harding, 1976 : 67).

Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negative 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.

Sebuah perusahaan juga senang berdekatan dengan pesaingnya. Trend ini, disebut sebagai clustering, sering terjadi jika sumber daya utama ditemukan di wilayah tersebut. Sumber daya ini meliputi sumber daya alam, informasi, modal proyek, dan juga bakat. Menurut Alcacer (2004) dengan lokasi yang berdekatan dengan pesaing usaha, perusahaan dapat melakukan strategi kompetisi total baik dalam kepemimpinan harga atau jasa lain yang diberikan. Seorang pengusaha harus mengenali jumlah dan ukuran usaha lain serta situasi persaingan yang ada di daerah tersebut.

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. Bisnis yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekati diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa dekat dengan pasar mereka.

Sewa tanah dan pajak lokal terkadang menjadi salah satu factor dalam memilih lokasi, walaupun pada umumnya kedua hal tersebut relatif tidak penting. harga tempat,

termasuk pajak dan lansekap, kemungkinan hanya 3% dan biasanya kurang dari 10% dari total biaya fasilitas. tapi aktualitas terkadang ibarat factor kecil maka warga industri mengharapkan untuk menyumbangkan tanah (atau menawarkannya dengan harga spesial) supaya suatu organisasi ingin mencari didaerah tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya suatu usaha didaerah tersebut akan membawa keuntungan bagi masyarakat disekitarnya.

Sebuah bisni yang bertempat jauh daripada supliernya dia hendak semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang. Nilai 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 bahanbahan 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, danlain-lain sehingga kedekatan dengan sumber pemasok perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

semua usaha pasti memerlukan tenaga listrik yang mempengaruhi letak usaha yang ekonomis. Maka dari itu, interelasi dengan infrastruktur perlu diperhatikan. Karena Tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, factor 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 bea tarif lebih mahal daripada harga sewa didaerah pedesaan. Maka dari itu, kesiapan dalam memilih tanah yang luas harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jika dimasa yang akan datang pemilik usaha memiliki rencana untuk melakukan ekspansi.

Penyusunan atau merancang ruang usaha harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha. Karena untuk melancarkan jalan dalam menggerakkan karyawan untuk bertugas sesuai kemampuannya dan yang mampu memberikan kenyamanan pada konsumen serta memberikan ciri khas tempat usaha yang dapat membedakannya dengan para pesaingnya. Setiap macam bisnis menggunakan pembentukan ruang yang berbeda, akan tetapi ada satu hal yang sama yaitu memperhitungkan kesenangan pergerakan karyawan juga ketentraman konsumen.

2.2.2 Strategi Lokasi Usaha Jasa

Seorang pemilik usaha berusaha untuk menentukan tempat yang tepat, harus mempertimbangkan faktor-faktor tempat berikut dalam mengambil keputusan: (1) area pasar, (2) cakupan pasar, dan (3) tata letak dan desain tempat usaha. Letak tempat bisnis sangatlah berarti untuk menopang ketika memilih berdekatan dengan konsumen dan pesaing. Ketika lokasi sudah ditetapkan maka akan sulit untuk memindahkannya.

Pasar adalah tempat geografis yang dipastikan akan bertemunya antara dua elemen yaitu antara penjual dan pembeli untuk menukar uang untuk jasa dan produk. Tempat yang tepat dalam melakukan bisnis jasa adalah daerah yang berisi cukup banyak orang agar mencukupi kebutuhan konsumen pada keuntungan. Layout dan desain tempat adalah dua elemen penting yang harus dipertimbangkan usaha jasa dalam menciptakan suasana belanja yang tepat untuk target pasarnya.

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

Langkah pertama dalam menentukan lokasi yang baik bagi usaha jasa adalah mengidentifikasi pasar yang paling potensial yang dapat ditemukan, karena lokasi usaha seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha jasa.

2.2.3 Definisi Usaha Jasa Mikro-kecil

1. Usaha Jasa

Jasa adalah tindakan dalam bentuk pelayanan yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan proses terkait dengan produk fisik, kinerja pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Jasa juga bisa diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan

yang mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri dan atau atas nama penerima jasa tersebut. (Lovelock, 2005:11).

Bisnis jasa bisa diartikan sebagai sebuah kegiatan untuk memproduksi produk yang tidak berwujud dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Namun perusahaan jasa harus memiliki produk fisik atau yang berwujud untuk melakukan produksinya. Misalnya seperti usaha kue tar yang dimana jasa pembuat kue tar menawarkan kue kepada pelanggannya yang memerlukan jasa pembuatan kue tar, jadi disini kokie pembuat kue tar harus menyiapkan bahan-bahan untuk pembuatan kue tar dalam memenuhi pesanan konsumen

2. Usaha 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:

- a. Mikro-Kecil: Sektor ini memiliki aset sampai dengan Rp. 50,juta dan dengan menghasilkan pemasukan setiap tahunnya sampai dengan Rp.500 juta.
- b. Menengah: Sektor usaha menengah ini memiliki aset dari kisaran Rp.500 Juta sampai dengan Rp. 10 Miliar. Sedangkan untuk pendapatan tahunan penjualan mereka berkisar dengan angka mulai dari Rp. 2,5 Miliar sampai Rp. 50 Miliar.
- c. Besar: Aset sektor usaha ini diatas Rp. 10 Miliar dan pendapatan mereka berada di atas angka Rp. 50 Miliar

Diluar daripada penghitungan aset, ternyata sebuah usaha bisa diklasifikasikan berdasarkan jumlah karyawan Sektor usaha mikro, kecil dan menengah memiliki jumlah pegawai yang beragam, berikut ini adalah ulasan singkatnya:

- 1) Mikro-Kecil : 1 - 99 karyawan.
- 2) Menengah : 100 - 199 karyawan.
- 3) 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 nilai Rp.50Juta sampai Rp.500Juta sedangkan pemasukan tahunan berkisar dengan nilai dimulai dari Rp.300juta sampai dengan Rp.2,5 miliar. Jumlah karyawannya hanya 10-99 orang. Contohnya : seperti Jasa *fotocopy*, salon kecantikan, *laundry*, persewaan, dan lain-lain. Jasa sendiri mengharuskan adanya keterlibatan pelanggan pada produksi jasa tersebut.

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha jasa.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha Mikro kecil adalah

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum
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
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua.
 5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari
 6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.
Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan perkantoran.
 7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi, perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat banyak penjual yang sejenis

Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan lokasi suatu usaha.

Tabel 2.2
Strategi Pemilihan Lokasi

Lokasi	Penelitian
Kedekatan dengan konsumen	Schmenner (1994), Chase et all (2006), Handoko (2000)
Kedekatan dengan sekolah/ universitas	O'Mara (1999)
Kedekatan dengan perumahan/ pemukiman	Schmenner (1994), Assauri (1980)
Kedekatan dengan pesaing	Schmenner (1994), Alcacer (2004), Tjiptono (2007), Handoko (2000)
Adanya lahan parkir yang memadai Infrastruktur yang lengkap	Schmenner (1994), Tjiptono (2007) O'Mara (1999), Kuncoro (2003), Assauri (1980), Chase et all
Kedekatan dengan jalan	Schmenner
Tingkat keamanan	Handoko (2000)

Harga sewa tempat usaha	Schmenner (1994), Assauri (1980), Handoko (2000)
-------------------------	--

Sumber : Berbagai sumber, diolah 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha. Tentunya pertimbangan faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha tergantung dari jenis usaha yang akan didirikan.

2.2.5 Definisi Kesuksesan Usaha

Menurut Erliah (2007) menjelaskan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Banyak cara yang digunakan orang dalam menentukan kesuksesan usaha, berbagai parameter yang ditempuh untuk menjustifikasi apakah usaha itu berhasil atau tidak. Bukan hanya itu saja, kesuksesan usaha pun bisa kita lihat pada satu kondisi pengusaha mencapai targetnya, dapat disimpulkan bahwa kesuksesan suatu usaha jika pengusaha telah mencapai tujuannya dengan dedikasi yang tinggi, pelayanan yang baik, produksi yang berkualitas, dan tentu saja dengan profit yang tinggi.

Dalam pengukuran kesuksesan bisnis dapat berdeda antara satu usaha dengan yang lain atau antara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Namun, kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari data subjektif ataupun objektif atas berbagai aspek, misalnya pertumbuhan penjualan, pangsa pasar yang dimiliki, dan tingkat keuntungan yang dicapai (Dawes dalam Nurul Indarti, 2004).

Dua pengukuran yang dapat dipakai untuk mengukur kesuksesan suatu usaha yakni, kinerja financial dan non-financial. Pengukuran financial merupakan pengukuran tradisional yang biasa digunakan untuk mengukur kinerja suatu usaha, biasanya

berhubungan dengan tingkat profitabilitas usaha (*return on investment*). Sedangkan pengukuran non-financial dapat dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan, tingkat persediaan, produktivitas, fleksibilitas, kecepatan pengiriman, dan pegawai. Selain pengukuran financial dan non-financial terdapat juga pengukuran subjektif dan objektif. Pengukuran subjektif dapat didefinisikan sebagai kesuksesan yang diharapkan/diterima oleh pemilik usaha, sedangkan pengukuran objektif salah satunya dapat dilihat dari persentase aktual dari pertumbuhan penjualan atau tingkat keuntungan yang dicapai.

Pengukuran kesuksesan usaha juga dapat dilihat dari kecepatan dalam mencapai BEP (*break even points*). Analisis BEP adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengukur keuntungan dan kerugian atas pemilihan lokasi suatu usaha. Sebuah perbandingan ekonomi dapat dibuat dengan cara mengidentifikasi biaya tetap dari biaya variabel serta membuat grafik biaya yang dibutuhkan atas tiap lokasi yang akan dipilih.

Analisis ekonomi lain yang dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan usaha adalah dengan analisis ROI (*return on investment*). Analisis ROI merupakan ukuran perbandingan antara keuntungan dengan biaya operasional. Analisis ini digunakan untuk mengetahui efisiensi penggunaan modal.

2.3 Kerangka Berpikir

Kesuksesan suatu usaha jasa sangat dipengaruhi oleh lokasinya. Usaha jasa merupakan usaha yang berfokus pada pendapatan, oleh karenanya lokasi usaha jasa sebisa mungkin mendekati 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 strategi dalam pemilihan lokasi usaha, diantara biaya lokasi, ketersediaan Fasilitas, dan kedekatan dengan Konsumen.

Infrastruktur yang komplit dan memuaskan akan menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis. Ketersediaan listrik dan air merupakan hal pokok dalam menjalankan kegiatan suatu usaha, sebagai contoh apabila listrik di area Mataram padam, maka otomatis kegiatan bisnis usaha fotocopy yang berada disekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram akan terhenti.

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. Usaha jasa yang berfokus pada pendapatan sebisa mungkin memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen. Dengan mendekat pada konsumennya, usaha jasa dapat memiliki *competitive positioning* dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya.

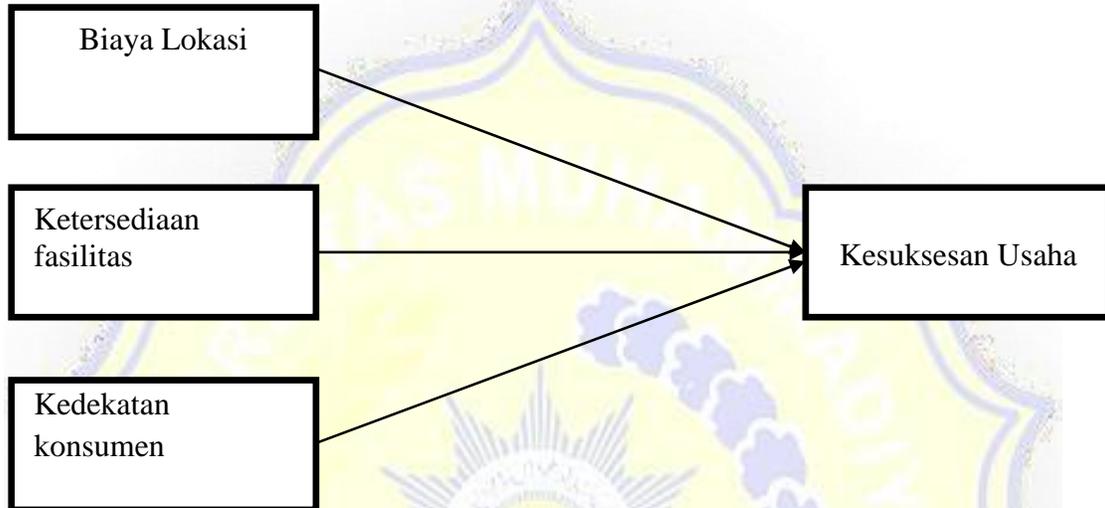
Biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan berpengaruh terhadap investasi awal usaha. Apabila investasi awal usaha terlalu besar dan tidak diperhitungkan secara cermat maka dapat menghambat pencapaian sukses usaha.

Dari strategi pemilihan lokasi di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti hubungan pemilihan lokasi yang dekat dengan infrastruktur, kedekatan konsumen, dan biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha. Secara sistematis, konsep pemikiran diatas dapat dilihat dari gambar 2.1 sebagai berikut:

Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen



Sumber : Skripsi Azizah Pratiwi

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang dibahas, yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaahan kepustakaan. Dengan mendasarkan pada identifikasi masalah serta kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = biaya Lokasi berpengaruh positif terhadap Kesuksesan usaha.

H2 = ketersediaan fasilitas berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha.

H3 = kedekatan konsumen berpengaruh positif terhadap Kesuksesan usaha

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini kemudian mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan melalui penyebaran *questioner* kepada responden untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha. Data yang berupa angka-angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. (azizah pratiwi dari Marwoto, 2014: 20).

Sugiyono (2015: 7) Penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Pendekatan yang digunakan peneliti pada penulisan ini adalah pendekatan kuantitatif, artinya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh biaya lokasi, ketersediaan infrasturktur dan kedekatan dengan konsumen terhadap kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif dapat dibangun suatu pernyataan yang menjelaskan suatu fenomena yang ada.

Metode kuantitatif pada penelitian ini dengan judul “Strategi Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Mataram” ini dipilih karena beberapa pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

- a Adanya sifat dasar dari pertanyaan penelitian ini, yaitu bagaimana kemudian topik dalam penelitian dieksplorasi lebih mendetail karena variabel yang terdapat di dalamnya tidak dapat dengan mudah diidentifikasi, satu teori tidak cukup untuk menjelaskan keputusan

para pengusaha dan teori perlu dikembangkan sehingga relevan dengan keadaan sekarang.

- b. Penelitian pada subjek yang didalamnya adalah meninjau lokasi penelitian, memperoleh akses, dan mengumpulkan sumber data informasi.

3.2 Waktu dan Lokasi penelitian

Peneliti melakukan penelitian di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, tempat penelitian ini dipilih karena lebih dekat dengan tempat tinggal, fasilitas jalan masuk untuk ke lokasi penelitian, dan dalam melakukan penelitian lebih efisien serta ekonomis. Dengan waktu penelitian dimulai sejak bulan Januari 2020 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Population atau universe adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/ individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram yang berjumlah 63 buah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada populasinya). Penggunaan sampel dalam penelitian ini dikarenakan tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, peneliti membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel yang nantinya dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi.

Sampel penelitian ini berasal dari berbagai jenis usaha jasa yang berada di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, oleh karenanya agar pengambilan sampel

dari tiap-tiap jenis usaha tersebut merata maka dalam pengambilan sampel dari tiap-tiap jenis usaha jasa tersebut menggunakan proporsi sebesar 25%. Berikut adalah tabel yang menunjukkan pengambilan sampel dari tiap-tiap jenis usaha jasa yang berada disekitar kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

3.4 Operasional Variabel

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Sebagai variabel terikat pada penelitian ini adalah kesuksesan usaha. Kesuksesan suatu usaha jasa dapat dilihat antara lain melalui tingkat kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha, tingginya persentase RoI, dan pencapaian real profit.

2. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Sebagai variabel bebas pada penelitian ini adalah dimensi yang menentukan pemilihan lokasi yang terdiri dari :

X1 = Biaya lokasi

Biaya lokasi adalah persepsi pemilik mengenai biaya bangunan, ada tidaknya biaya renovasi, tingkat suku bunga, besarnya pajak, serta ada tidaknya insentif yang diberikan oleh pemilik bangunan.

X2 = ketersediaan Fasilitas

Ketersediaan fasilitas adalah persepsi pemilik mengenai tersedianya sumber pasokan listrik, air bersih, adanya akses jalan beraspal di depan lokasi usaha, ketersediaan lahan parkir, dan juga tingkat keamanan. Kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha, tingginya persentase RoI, dan pencapaian real profit.

X3 = kedekatan konsumen

Kedekatan konsumen adalah kedekatan dengan kampus dan pemukiman warga yang menjadikan kesuksesan dalam usaha itu sendiri.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan langsung, baik dalam bentuk observasi maupun wawancara kepada responden. Dalam penelitian ini data tersebut diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden (pemilik usaha jasa di sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Mataram).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Moh. Nazir, 1988 : 211). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data adalah dengan cara pengamatan langsung, melakukan wawancara, dan juga menggunakan daftar pertanyaan yang sering disebutkan secara umum dengan nama kuesioner.

Pengamatan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung dilakukan dengan cara melihat langsung dan mengamati lokasi usaha jasa yang berada di lapangan, apakah disekitar lokasi usaha tersebut dekat dengan infrastruktur, lingkungan masyarakat, target pasarnya, dan juga pesaingnya. Kegiatan wawancara dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha-usaha jasa yang berada disekitar kampus Muhammadiyah Mataram untuk mengetahui pertimbangan-pertimbangan (preferensi) pemilik usaha. Metode ini digunakan sebagai pendukung/pelengkap metode kuesioner untuk mendapatkan jawaban tentang hal-hal yang belum jelas kaitannya dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian dengan menggunakan instrumen kuesioner, maka harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang disusun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid (Azizah Pratiwi dari Purbayu dan Ashari, 2005: 247). Terdapat dua cara pengukuran reliabilitas :

1. Repeated Measure atau pengukuran berulang. Di sini pengukuran dilakukan berulang ulang pada waktu yang berbeda, dengan kuesioner atau pertanyaan yang sama. Hasil pengukuran dilihat apakah konsisten dengan pengukuran sebelumnya.
2. One Shot. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan pengukuran One Shot dengan metode Cronbach Alpha, di mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Imam Ghazali, 2005 : 46).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Data yang terdistribusi secara normal dapat dilihat melalui grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dapat juga dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Sedangkan analisis statistik menggunakan analisis keruncingan dan kemencengan kurva dengan indikator keruncingan (*kurtosis*) dan kemencengan (*skewness*).

Pada penelitian ini untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak akan menggunakan normal probability plot. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, jika demikian maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas (Imam Ghozali, 2005:149).

2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian mengenai Strategi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa adalah menggunakan Analisis Regresi Berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kesuksesan usaha (Y), bentuk matematisnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kesuksesan usaha

a = Konstanta

b₁ = koefisien regresi dari variabel X₁, Biaya Lokasi

b₂ = koefisien regresi dari variabel X₂, ketersediaan fasilitas

b₃ = koefisien regresi dari variabel X₃, kedekatan konsumen

X₁ = biaya lokasi

X₂ = ketersediaan fasilitas

X₃ = kedekatan konsumen

e = variabel pengganggu

3.7.3 Uji hipotesis

a. Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah.

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian t-test di atas, yaitu:
 - $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh X₁, X₂, X₃ terhadap Y.
 - $H_0 : b_i \neq 0$, artinya ada pengaruh X₁, X₂, X₃ terhadap Y.
2. Menentukan t tabel dan t hitung.
3. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% maka jika t hitung lebih kecil dari 0,05 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X1, X2, X3 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y.

Kriteria untuk menguji hipotesis adalah :

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test diatas, yaitu:
 - a. $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y.
 - b. $H_0 : b_i \neq 0$, artinya ada pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y.
2. Menentukan F tabel dan Fhitung.
3. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka :
 - a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.