

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam era ini sangat ketat. Dalam setiap aktifitas bisnis, pada umumnya mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mendapatkan keuntungan optimal mungkin guna menjaga stabilitas perusahaan ditengah kompetitifnya persaingan bisnis. Persaingan bisnis yang sangat ketat menuntut setiap perusahaan memperhatikan kebutuhan pelanggan. Kebutuhan pelanggan dapat menjadi acuan peluang bisnis. Banyak peluang bisnis yang dapat diisi oleh setiap pelaku bisnis, salah satunya adalah bisnis kedai kopi.

Beberapa tahun terakhir, dapat dikatakan kopi menjadi salah satu komoditas yang paling sering dibicarakan. Gairah industry kopi begitu terasa dari sisi hulu hingga hilir. Hal ini tak lain karena pertumbuhan gerai-gerai kopi yang meningkat pesat di seantero negeri ini dan menjadi emerging business. Menurut riset oleh Toffin selaku perusahaan penyedia solusi bisnis, menyatakan bisnis kedai kopi di indonesia terus tumbuh dalam tiga tahun terakhir. Jumlahnya meningkat hampir tiga kali lipat di tahun ini dibandingkan pada tahun 2017. (Sumber : <https://rri.co.id/malang> diakses 12 Maret 2023)

Kota Malang sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur, mengalami pertumbuhan yang terus berkembang. Beberapa sektor yang terlihat perkembangannya adalah sektor pariwisata, kuliner dan pendidikan. Jumlah mahasiswa yang belajar di Malang cukup banyak. Dengan banyaknya jumlah penduduk serta penambahan mahasiswa baru tiap tahunnya, membuat hal ini

menjadi peluang bisnis yang potensial. Banyak sekali bisnis yang tumbuh akibat dari jumlah mahasiswa yang terus bertambah ini, baik dari sector kuliner maupun jasa, seperti rumah kos, renta, laundry, café, coffee shop, restoran, rumah makan dan lainya (Utama, 2018),

Perkembangan bisnis kuliner khususnya coffee shop di Kota Malang semakin pesat. Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia bahwa, diperkirakan, jumlah tempat ngopi untuk nongkrong atau café di Kota Malang jumlahnya mencapai ribuan. Tempat-tempat seperti di Jalan Soekarno Hatta, kawasan Dinoyo, Joyo Grand, serta area belakang kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim jumlahnya sudah ratusan. Pasar untuk kafe di Malang saat ini adalah para mahasiswa. Setiap tahun puluhan ribu mahasiswa masuk ke Malang, yang hamper terdapat total 57 perguruan tinggi dengan jumlah total mahasiswa berkisar 300 ribu jiwa. Hal itulah target pasar dari kafe-kafe yang menjamur di Kota Malang (<https://kumparan.com>, 2019).

Beberapa cafe di Malang juga berada di area sentra café seperti, daerah Jl Sudimoro, Dermo, Dau, dan lokasi belakang UIN yang dari masing-masing sentra itu ada begitu banyak cafe yang dapat dipilih. Keberadaan cafe yang tersebar di luar lokasi sentra tersebut juga masih banyak dengan segmen dan variasi harga serta menu dan tingkat kenyamanannya masing-masing. Cafe-cafe di Malang juga memiliki varian yang mampu dinikmati oleh masing-masing kelas sosial. (<https://milenialis.id/>)

Ketatnya persaingan usaha cafe, mengharuskan pengusaha menjalankan aktivitasnya, hal pertama yang harus dipikirkan adalah di lokasi mana bisnis itu dijalankan. Banyak cafe yang akhirnya gulung tikar karena kesalahan lokasi dan akhirnya diubah menjadi salon kecantikan (Ma'arif dan Tanjung, 2003). Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha. Hal ini juga berlaku untuk usaha jasa karena usaha jasa diharuskan untuk memelihara hubungan yang dekat dengan pelanggan. Karena salah satu kunci kesetiaan pelanggan adalah pada service (pelayanan) yang diberikan oleh pengusaha jasa. Pelayanan yang baik, membuat pelanggan betah mengkonsumsi jasa tersebut (Firdaus, 2005).

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

Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Bagi suatu perusahaan mungkin faktor

terpenting adalah dekat dengan pasar. Tetapi mungkin yang lebih penting bagi perusahaan lain adalah dekat dengan sumber-sumber penyediaan bahan dan komponen. Beberapa perusahaan lainnya mungkin mempertimbangkan faktor lokasi dimana tersedia tenaga kerja, sikap, produktivitas, dan biaya tenaga kerja yang mencukupi kebutuhan perusahaan, ataupun biaya transportasi yang sangat tinggi bila produk berat dan besar. Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan (Ma'arif dan Tanjung, 2003)

Menurut Handoko (2015), ada beberapa faktor pemilihan lokasi usaha yakni, ketersediaan tenaga kerja, kedekatan dengan supplier, dan fasilitas lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, berbagai faktor lainnya perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi diantaranya adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan (Tjiptono, 2002).

Faktor lokasi seperti tersedianya tempat parkir, akses jalan yang mudah, kondisi jalan yang baik, serta dapat dijangkau dengan transportasi akan menjadi nilai tambah dan harus menjadi perhatian penting dalam pemilihan lokasi usaha. Lokasi usaha yang mudah dijangkau akan menarik konsumen untuk mendatangi lokasi usaha tersebut. Pentingnya pemilihan lokasi usaha juga dikemukakan oleh Kristanto (2009), bahwa ada tiga unsur penting dalam bisnis yaitu lokasi, lokasi, dan lokasi.

Selain faktor tersebut diatas, pilihan utama dalam memilih lokasi adalah yang berada daerah perkotaan, karena daerah tersebut memiliki kepadatan penduduk yang tinggi. Lokasi usaha yang berada di daerah padat penduduk

akan memiliki kesempatan lebih besar mendapatkan perhatian konsumen untuk melihat dan akhirnya timbul keinginan membeli. Bisnis yang bergerak dibidang jasa hendaknya harus lebih mendekati diri dengan pelanggan sehingga mereka bisa memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh Pemilihan Lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha dilakukan oleh Sutanto (2019) tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya, menemukan bukti Kedekatan dengan infrastruktur, Kedekatan dengan lingkungan bisnis dan Biaya lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya. Penelitian Lesmana et al (2018) menunjukkan hasil kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha baik secara parsial, maupun secara simultan. Lebih lanjut penelitian Yani dan Subandrio (2021) tentang Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu, menemukan bukti terdapat pengaruh antara variabel pemilihan lokasi terhadap perkembangan Usaha Mikro.

Berbeda dengan hasil penelitian Iksyaniyah (2015) yang menunjukkan lokasi usaha (X) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo. Lebih lanjut penelitian Pratiwi dan Prabandani (2015) menunjukkan kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan

usaha. Sedangkan dua variabel lain yaitu lingkungan bisnis, dan biaya lokasi tidak berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

Berdasarkan beberapa riset terdahulu diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian, beberapa peneliti menemukan bukti adanya pengaruh positif dan signifikan lokasi usaha keberhasilan usaha. Terdapat peneliti menemukan bukti yang berbeda yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan antara lokasi usaha dengan keberhasilan usaha. Hal tersebut menandakan adanya perbedaan makna hubungan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai ***“Pengaruh Pemilihan Lokasi Café Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Café Di Kota Malang)”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pemilihan lokasi (Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Lingkungan) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang?
2. Diantara Variabel Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Lingkungan, manakah yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pemilihan lokasi usaha (Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Lingkungan) terhadap keberhasilan usaha pada kafe di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui variable yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Pemilik Usaha Kafe

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pemilik usaha kafe mengenai pemilihan lokasi usaha.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitiselanjutnya dalam menguji pengaruh pemilihan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha