

e-ISSN:2829-4580, p-ISSN: 2829-4599

DOI: <https://doi.org/10.38035/jim.v2i3>

Received: 20 Oktober 2023, Revised: 18 November 2023, Publish: 29 Desember 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Butik Azqia Hijab

Aisyah Dhiya Utami¹, Hadita²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Email: Aisyaahdh@gmail.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Email: Hadita@dsn.uhbjaya.ac.id

Corresponding Author: Aisyah Dhiya Utami¹

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menentukan lokasi paling strategis pada UMKM Azqia Hijab yang ada di wilayah bekasi. Azqia Hijab merupakan bisnis ritel yang menjual pakaian/ busana, khususnya busana muslim. Tak hanya itu, Azqia Hijab juga menawarkan jasa pembuatan seragam sekolah, seragam bekerja dan lain-lain. Dalam pengembangan usahanya, owner dari Azqia Hijab bernama Ibu Elis, berniat untuk membuka cabang pertamanya, agar usahanya dapat lebih di kenal oleh masyarakat luas, karena sebelumnya usaha tersebut belum memiliki toko resmi dan masih berada pada rumah pribadi si pemilik. Promosi produk juga hanya di lakukan secara online dan dari mulut ke mulut saja. Sekitar dua minggu melakukan observasi pada beberapa titik lokasi yang masih berada pada rentang wilayah yang sama dan Setelah melakukan beberapa pertimbangan, Owner telah menemukan dua alternatif lokasi yaitu ; Ruko Pallazo dan Ruko VMG 2. di sebutkan pula kriteria yang di inginkan oleh owner terhadap lokasi Butiknya. Kriteria tersebut adalah ; lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh berbagai jenis kendaraan yang berlalu lalang melewati outlet tersebut, juga biaya sewa yang murah namun kualitas bangunan baik, kedekatan dengan konsumen dan juga pasar, serta proses pemasaran yang mudah. Di dapat pula penilaian dari 2 orang ahli yaitu ahli bangunan, dan juga seorang agen properti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif ; pemeringkatan faktor. Pemeringkatan faktor atau *factor rating analysis* merupakan metode yang dapat di gunakan untuk memilih lokasi dengan *me-rating* beberapa alternatif lokasi berdasarkan penilaian beberapa ahli di bidang tersebut, terhadap faktor-faktor yang menjadi prioritas perusahaan. Teknik analisis data di lakukan dengan wawancara dan observasi langsung ke kediaman owner dan mewawancarai 2 orang ahli (data primer). di dapat hasil dari pengaplikasian analisis metode pemeringkatan faktor dengan objek UMKM Azqia Hijab, pada 2 alternatif lokasi adalah ; Lokasi Ruko Pallazo merupakan lokasi paling strategis, sebab terdapat 2 orang dengan hasil bobot berklasifikasi baik, sedangkan Ruko VMG 2 hanya terdapat 1 orang saja dengan hasil bobot berklasifikasi baik.

Kata kunci: penentuan lokasi, penentuan lokasi UMKM, penentuan lokasi faktor rating.

Abstract: *This study aims to determine the most strategic location for Azqia Hijab MSMEs in the Bekasi area. Azqia Hijab is a retail business that sells clothing / clothing, especially Muslim clothing. Not only that, Azqia Hijab also offers services for making school uniforms, work uniforms and others. In developing her business, the owner of Azqia Hijab, Mrs. Elis, intends to open her first branch, so that her business can be more widely known by the wider community, because previously the business did not have an official shop and was still in the owner's private home. Product promotion is also only done online and by word of mouth. About two weeks of observation at several location points that are still in the same area range and after making some considerations, the Owner has found two alternative locations, namely; Pallazo Shophouse and VMG 2 Shophouse. also mentioned the criteria desired by the owner for the location of his Boutique. The criteria are; strategic location and easily accessible by various types of vehicles that pass by the outlet, as well as low rental costs but good building quality, proximity to consumers and markets, and an easy marketing process. Assessments were also obtained from 2 experts, namely building experts, and also a property agent. This research uses a qualitative method with a descriptive approach; factor rating. Factor rating analysis is a method that can be used to select locations by rating several alternative locations based on the assessment of several experts in the field, on factors that are prioritized by the company. The data analysis technique was carried out by interviewing and direct observation to the owner's residence and interviewing 2 experts (primary data). the results obtained from the application of the factor rating method analysis with the object of Azqia Hijab MSMEs, at 2 alternative locations are; Pallazo Shophouse location is the most strategic location, because there are 2 people with good classified weight results, while VMG 2 Shophouse there is only 1 person with good classified weight results.*

Keyword: *location determination, MSME location determination, factor rating location determination.*

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Mengah, merupakan upaya meningkatkan produktifitas yang dapat bermanfaat dengan memperdagangkan suatu hal, di kelola oleh suatu perusahaan maupun individual. Seiring berjalannya waktu, UMKM semakin berkembang memberikan segudang manfaat bagi manusia, seperti menciptakan lapangan pekerjaan, membantu perekonomian, serta memenuhi kebutuhan / permintaan masyarakat. jenis UMKM yang sedang menjamur saat ini ialah : usaha kuliner dan usaha *Fashion*. Tidak dapat di pungkiri, jika kita melewati jalan yang menjadi akses berpergian, pasti akan selalu berpapasan dengan penjual makanan atau misalnya kita mengunjungi sebuah pusat perbelanjaan, pastinya kita akan menjumpai pedagang pakaian / busana dengan jenis yang sangat beragam. pada penelitian ini, pemilik usaha merupakan seorang pengrajin busana yang fokus pada jenis busana muslim. Keterampilannya dalam merangkai suatu busana menjadikan usaha *Fashion* sebagai sumber penghasilan utamanya.

Berbicara tentang Busana atau pakaian, ialah merupakan kebutuhan pokok yang setiap harinya di gunakan dengan membalut bagian-bagian tubuh tertentu bertujuan untuk melindungi dan memberikan rasa nyaman serta memperindah penampilan dari pemakainya. Seiring perkembangan zaman, Busana mulai berkembang dari segi model, warna juga kegunaannya di setiap situasi. Terdapat banyak jenis busana yang secara langsung memperlihatkan identitas serta karakteristik dari pemakai.

Ada tiga fungsi busana, yaitu ; (1) sebagai alat pelindung, tentunya berhubungan dengan kondisi kesehatan tubuh seseorang yang di sesuaikan dari segi bahan, model, dan kebutuhannya. Apabila cuaca dingin, busana yang di gunakan biasanya akan berbahan tebal

dan cenderung memberikan kehangatan begitu tubuh, begitu juga sebaliknya (2) kedua, sebagai alat penunjang komunikasi yaitu sesuatu yang di kenakan manusia pada saat berkomunikasi dengan manusia lainnya. memperhatikan norma-norma yang ada, lebih baik jika mengenakan pakaian yang sopan, bersih, rapih dan tidak melanggar norma kesusilaan. (3) Busana sebagai sarana memperindah penampilan, selain berfungsi melindungi tubuh dari cuaca yang tak menentu, busana juga berfungsi menambah kepercayaan diri, membuat seseorang merasa lebih cantik & tampan. Dengan desain yang beragam serta di sesuaikan dengan selera, akan membuat pemakainya semakin percaya diri. Busana juga dapat menutupi kekurangan pada tubuh agar tidak di lihat orang lain sehingga pemakai merasa nyaman (Riyanto & Zulbahri, 2009).

Dari banyaknya jenis busana yang kini berkembang di penjuru dunia, Butik Azqia Hijab memilih produk busana muslim yang terinspirasi dari kesenangan si pemilik usaha terhadap pakaian-pakaian muslim yang di modifikasi mengikuti tren *zaman now*. Mulanya, pemilik usaha atau owner dari UMKM Butik Azqia Hijab tersebut hanya menerima pesanan melalui platform online dan proses pengerjaannya juga di lakukan di kediaman milik owner sendiri. Berada di Kabupaten Bekasi, Desa Karang Satria, kecamatan Tambun Utara, villa mutiara gading 2 blok Y15 No. 19. Sebelum di perjual belikan, sang owner akan memposting terlebih dahulu model-model busana muslim karyanya sendiri, dan ketika ada peminatnya maka akan di lakukan pengerjaan setidaknya paling cepat satu minggu, tergantung tingkat kesulitannya. Setelah beberapa tahun menjalankan bisnis rumahan, owner dari Azqia Hijab berupaya meningkatkan usahanya agar dapat bersaing dengan para kompetitor, dengan membuka outlet pertamanya. Dalam perencanaan pembukaan gerai outlet, tentu kendala utamanya adalah penentuan lokasi yang tepat untuk memperkenalkan koleksi busana muslim dagangannya sekaligus sebagai tempat pembuatan busana tersebut.

Di kutip dari jurnal (Puspitaningrum & Aji Damanuri, 2022) dalam strategi pemasaran terdapat beberapa faktor yang menjadi acuan dari bauran pemasaran yaitu 4P sebagai berikut : *produk, harga, promosi* dan juga *lokasi*) sehingga dapat di katakan pemilihan lokasi adalah sebuah hal yang penting di karenakan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen pelaku usaha pastinya memerlukan sebuah tempat dimana ia akan menjajahkan produk dagangannya. Selain itu dengan lokasi yang tepat maka pemasaran yang akan di lakukan akan jauh lebih tinggi sehingga memaksimalkan pendapatan.

Menurut (Heizer & Render 2006) penentuan Lokasi pada suatu organisasi/perusahaan terikat dengan dua peluang yaitu keuntungan dan juga risiko, lokasi berpengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan berhubungan langsung dengan Biaya-biaya yang akan di keluarkan dalam suatu periode dan jangka tertentu. Di antaranya, biaya transportasi yang merupakan biaya angkut bahan baku yang kemudian akan di olah menjadi barang jadi oleh perusahaan, di nilai cukup tinggi dapat mencapai $\frac{1}{4}$ dari harga jual produk (di sesuaikan dengan tipe produksi atau jasa yang di gunakan) (Nur Fu'ad, 2015).

Menyetujui pernyataan di atas, menurut pemahaman saya dari berbagai sumber terpercaya, Penentuan lokasi yang tepat sangatlah penting dikarenakan lokasi mempengaruhi keberhasilan dari suatu usaha. lokasi menjadi tempat dimana kegiatan jual beli terjadi, serta merta menentukan harga jual dari produk. Lokasi yang tepat dan punya standar baik akan menarik minat konsumen untuk mengeluarkan sejumlah hartanya, membeli produk yang kita jual dari berbagai kalangan. Pengaruh yang signifikan apabila seorang pengusaha benar-benar memperhatikan ketepatan dalam memilih lokasi usahanya pasti akan terasa. Untuk itu, di lakukan upaya penentuan lokasi agar dapat meminimalisir risiko yang ada. Lokasi yang terpilih setidaknya mencakup beberapa kriteria yang sudah di ditetapkan. Kriteria tersebut terbagi dalam beberapa faktor, tentunya sesuai dengan kepentingan/prioritas perusahaan itu sendiri. Apabila seorang pengusaha ingin menetapkan lokasi yang efisien dan tepat, maka ia harus mengetahui terlebih dahulu faktor seperti apa yang menjadi pertimbangan sebelum ia memilih lokasi agar dapat memaksimalkan biaya yang ada. Lokasi yang tepat ialah lokasi yang strategis, menurut

(Corda et al., 2018) lokasi strategis ialah wilayah tempat yang menjadikan proses produksi sebuah usaha memiliki keuntungan yang maksimal, sebab tujuan dalam penerapan strategi penentuan lokasi adalah memaksimalkan profit dari hal tersebut.

Ada beberapa pertimbangan kriteria yang menjadi prioritas bagi owner Azqia Hijab dalam memilih lokasi outlet pertamanya. Kriteria yang di inginkan owner Azqia Hijab ialah lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh berbagai jenis kendaraann yang berlalu lalang melewati outlet tersebut, juga biaya sewa yang murah namun kualitas bangunan baik, kedekatan dengan konsumen dan juga pasar, serta proses pemasaran yang mudah. Dengan begitu di dapat dua lokasi dengan jarak yang tidak begitu jauh satu-sama lain, yaitu Ruko VMG 2 dan Ruko Pallazo. Penelitian ini di lakukan untuk mengidentifikasi mana kah ruko yang paling efisien untuk di jadikan lokasi outlet Butik Azqia Hijab. Metode penelitian yang di lakukan adalah pemeringkatan faktor/kualitatif, dan data yang di dapat adalah data primer. Peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu : (1) Faktor-faktor apa saja yang menjadi prioritas bagi usaha ini dalam menentukan lokasi? (2) Bagaimana cara menentukan lokasi terbaik dari ke dua opsi tersebut? (3) Dalam penentuannya, lokasi seperti apa yang paling tepat untuk usaha ini?

serta tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Mengetahui definisi dari penentuan lokasi dan hubungannya dengan suatu usaha. 2) Mendapatkan hasil, lokasi mana yang paling tepat dari data yang di dapat. 3) Membantu owner UMKM dalam mengelola bisnisnya dengan lebih baik.

KAJIAN PUSTAKA

Penentuan Lokasi

Menurut (Levy & Weitz, 2007) lokasi di definisikan sebagai kediaman fisik sebuah usaha pada suatu tempat tertentu (Fitriyani et al., 2019)

Penentuan lokasi menjadi salah satu komponen penting dalam kehidupan. Tempat manusia tinggal entah itu dalam jangka panjang maupun jangka pendek, pastinya mempunyai letak lokasi. Antara lokasi satu dengan lokasi lainnya saling terhubung dan memberikan jarak yang dapat di ukur. Masing-masing lokasi punya kelebihan dan kekurangannya, pertimbangan seseorang memilih sebuah lokasi juga di akibatkan dengan beberbagai faktor (di sesuaikan dengan kebutuhan, kepentingan, keinginan dll) tak hanya untuk penentuan lokasi usaha, lokasi tempat dimana kita tinggal juga harus di perhatikan. Semua risiko dan keuntungan akan di tanggung sendiri oleh pemilik.

Menurut Harding 1978 “Faktor atau komponen yang berpengaruh terhadap pemilihan lokasi yaitu : lingkungan masyarakat sekitar, utilitas, kualitas pekerja, kedekatan dengan suplier, akses transportasi, serta ketersediaan lahan sebagai antisipasi untuk perluasan. Di lihat dari faktor lingkungan masyarakat sekitar, apakah masyarakat bersedia untuk menerima segala risiko ataupun keuntungan apabila lokasi tersebut di dirikan dalam lingkungannya. Di perlukan karakteristik dan analisis kepadatan penduduk dalam mempertimbangkan lokasi usaha. Berdasarkan perekonomian yang ada, yaitu ; potensi perkembangan, perindustrian sekitar, akomodasi keuangan, serta faktor naik turunnya harga yang musiman juga harus di perhatikan lebih lanjut dalam pemilihan lokasi” (Nur Fu’ad, 2015)

Lokasi pada UMKM

Pemilik usaha mikro kecil menengah atau UMKM tentu saja menginginkan usahanya mengalami perkembangan, dan salah satu upayanya adalah dengan membuka outlet khusus seperti contohnya kali ini adalah Butik. Butik merupakan bisnis ritel yang telah banyak di temukan di kota-kota besar. Tentu saja, menentukan lokasi Butik tak semudah yang di bayangkan. Di perlukan suatu tempat yang mudah di jangkau oleh konsumen dan dengan praktis melakukan kegiatan jual beli. Seringkali keluhan terdengar dari konsumen sebab lokasi yang kurang strategis. Dan menurut (Rana, Oman dan Islam 2014) mengutarakan jika

pelanggan akan merasa puas jika lokasi yang di pilih merupakan tempat yang nyaman (Ariyani & Dirgantara, 2018).

Menurut (Nur Fu'ad, 2015) Ada beberapa strategi yang harus di perhatikan oleh owner dalam membuka outlet/cabang jika menginginkan hasil yang maksimal, yaitu:

- Akses, lokasi yang di pilih haruslah berada dalam jangkauan konsumen.
- Visibilitas, sebisa mungkin tempat yang di tetapkan sebagai lokasi usaha berada tepat di tepi jalan sehingga orang-orang yang berlalu lalang dapat dengan mudah menemukan dan tertarik untuk datang.
- Kebersihan, serta keamanan yang terjaga. Jika kebersihan di terapkan maka pengunjung akan semakin nyaman untuk berlama-lama ada di lokasi tersebut
- Lingkungan yang tepat, sesuai dengan target pasar.
- Persaingan yang minim, sebisa mungkin perhatikan apa kah ada usaha serupa di sekitar lokasi
- Juga ekspansi sebagai antisipasi jikalau ingin melakukan perluasan lahan.

Penelitian terdahulu

Pada penelitian terdahulu mengenai penentuan lokasi UMKM menggunakan metode kualitatif : *factor rating* (pemeringkatan faktor) di nilai efektif dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Dalam jurnalnya (Shalahuddin, 2021) berhasil menentukan lokasi paling strategis untuk Usaha warung kopi di Kota Pontianak, Dengan menggunakan faktor-faktor yang sudah di sesuaikan dengan prioritas atau kepentingan usaha tersebut, maka hasil dengan nilai tertinggi merupakan lokasi paling strategis dan tepat. pemilihan lokasi menjadi gambaran tentang prospek dari usaha warung kopi tersebut. Juga dari jurnal (Sulaiman et al., 2021) yang melakukan penelitian untuk menentukan lokasi paling tepat terhadap Usaha Coffee Shop. Dalam penerapan metode ini pastinya memiliki alternatif lokasi minimal 2, untuk di bandingkan mana lokasi yang paling tepat berdasarkan faktor yang telah di buat. Alternatif lokasi yang paling banyak memenuhi kriteria dari faktor-faktor tersebut merupakan lokasi yang tepat. Dari beberapa contoh penelitian yang sudah di buat sebelumnya, metode pemeringkatan faktor merupakan metode yang efektif, namun bersifat subjektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penentuan lokasi kualitatif, analisis *factor rating* dengan objek penelitian pada UMKM Butik Azqia Hijab di wilayah Bekasi, villa mutiara gading 2 Desa karang Satria kecamatan Tambun Utara. Teknik pengumpulan data di lakukan dengan melakukan observasi langsung ke kediaman owner (tempat mulanya Butik Azqia Hijab di buat) serta wawancara kepada dua orang ahli di bidang penentuan lokasi (data primer). Di dapat pula dua opsi lokasi yang hampir memenuhi kriteria, yaitu Ruko VMG 2 dan Ruko Pallazo. Kedua lokasi tersebut masih berada di wilayah yang sama, namun punya karakteristik yang berbeda, dan di lakukannya penelitian ini semata-mata di harapkan hasil yang terbaik untuk efisiensi perusahaan.

Langkah-langkah metode pemeringkatan faktor (*factor rating*):

- a. Melakukan observasi langsung ke kediaman owner dari Butik Azqia Hijab dan mewawancarai dua orang ahli di bidang penentuan lokasi untuk memberikan penilaian agar mendapatkan data yang valid.
- b. Mengidentifikasi faktor yang menjadi prioritas perusahaan terhadap penentuan lokasi.
- c. Menentukan minimal 2 alternatif lokasi.
- d. Analisis alternatif lokasi terhadap faktor yang di tentukan sesuai dengan prioritas perusahaan, kemudian bandingkan.
- e. Setelah mendapatkan data yang cukup, tentukan bobot dari masing-masing klasifikasi.

- f. Terdapat 3 penilaian untuk masing-masing alternatif lokasi yaitu kurang, sedang, dan baik.
- g. Setelah melakukan perhitungan mengalikan bobot yang sudah di tetapkan dengan skor masing-masing alternatif, maka hasil yang paling maksimal lah yang akan terpilih menjadi lokasi UMKM Butik Azqia Hijab.

Setelah melakukan observasi dan wawancara, di dapat kan data yang valid dan diidentifikasi terdapat 9 faktor penting yang menentukan lokasi paling tepat, yaitu ;

- Biaya
- Tenaga kerja
- Kedekatan dengan supplier
- Keadaan geografis
- Pemasaran & pesaing
- Utilitas
- Akses transportasi
- Lahan parkir
- Keamanan

Penilaian Lokasi Dari Faktor Yang Di Analisis

Pada penelitian ini di dapat 2 orang yang berkecimpung di bidang yang berhubungan dengan penentuan lokasi khususnya per tokoan, juga pemilik dari usaha Butik tersebut akan memberikan pemeringkatan berdasarkan faktor-faktor yang telah di tentukan. Pemeringkatan tersebut menentukan nilai 1 sampai 5 dengan menggunakan metode kualitatif :

Lokasi Ruko pallazo



No.	Faktor	keterangan		
		Orang (1)	Orang (2)	owner
1.	Biaya	5	4	5
2.	Tenaga kerja	5	3	5
3.	Kedekatan dengan supplier	4	4	5
4.	Keadaan geografis (daerah bebas banjir, kondisi tanah)	2	2	4
5.	Pemasaran & pesaing	4	4	5
6.	Utilitas (listrik & air)	5	3	5
7.	Akses transportasi	4	3	5
8.	Lahan parkir	4	3	4
9.	keamanan	5	4	4
Jumlah		38	30	42

Skor tertinggi adalah 42 dan terendah adalah 30, berarti $(42-30 = 12)$ dan terdapat 3 klasifikasi yaitu kurang, sedang, dan baik maka range tersebut di bagi 3, (yaitu $12 : 3 = 4$) sehingga untuk setiap klasifikasi tersebut slisih skornya adalah 4. Sehingga klasifikasinya adalah sebagai berikut:

- 30-33 kurang
- 34-37 sedang
- 38-42 baik

Maka di ketahui bahwa:

klasifikasi	Jumlah orang yang menilai
Kurang	1
Sedang	-
baik	2

Berdasarkan klasifikasi tersebut, maka di buat bobot yang sederhana:

- Kurang yaitu 1
- sedang yaitu 5
- Baik yaitu 10

Berikut adalah tabel perkalian bobot dengan masing-masing penilaian :

klasifikasi	bobot	Orang (1)	Orang (2)	owner
Kurang	1	-	30	-
sedang	5	-	-	-
baik	10	38	-	42
jumlah		380	30	420

Dari tabel perhitungan di atas di peroleh hasil sebagai berikut :

- Orang 1 mempunyai bobot sebesar 380 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.
- Orang 2 mempunyai bobot sebesar 30 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.
- Owner mempunyai bobot sebesar 420 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.

Terdapat 2 orang dengan hasil bobot tertinggi yaitu : orang 1 dan owner dari UMKM Azqia Butik, menghasilkan bobot sebesar 380 dan 420 (baik) dan terdapat 1 orang dengan hasil bobot terendah yaitu : orang 2, sebesar 30 (kurang).

Lokasi Ruko VMG 2



No.	Faktor	keterangan		
		Orang (1)	Orang (2)	owner

1.	Biaya	3	4	3
2.	Tenaga kerja	3	4	3
3.	Kedekatan dengan supplier	4	4	4
4.	Keadaan geografis (daerah bebas banjir, kondisi tanah)	4	5	4
5.	Pemasaran & pesaing	3	5	3
6.	Utilitas (listrik & air)	3	4	2
7.	Akses transportasi	4	5	5
8.	Lahan parkir	4	4	3
9.	keamanan	3	5	4
Jumlah		31	40	31

Skor tertinggi adalah 40 dan terendah adalah 31, berarti $(40-31= 9)$ dan terdapat 3 klasifikasi yaitu kurang, sedang, dan baik maka range tersebut di bagi 3, (yaitu $9 : 3 = 3$) sehingga untuk setiap klasifikasi tersebut slisih skornya adalah 3. Sehingga klasifikasinya adalah sebagai berikut:

- 31- 33 kurang
- 34-36 sedang
- 37-40 baik

Maka di ketahui bahwa:

klasifikasi	Jumlah orang yang menilai
Kurang	2
Sedang	-
baik	1

Berdasarkan klasifikasi tersebut, maka di buat bobot yang sederhana:

- Kurang yaitu 1
- sedang yaitu 5
- Baik yaitu 10

Berikut adalah tabel perkalian bobot dengan masing-masing penilaian:

klasifikasi	bobot	Orang (1)	Orang (2)	owner
Kurang	1	31	-	31
sedang	5	-	-	-
baik	10	-	40	-
jumlah		31	400	31

Dari tabel perhitungan di atas di peroleh hasil sebagai berikut :

- Orang 1 mempunyai bobot sebesar 31 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.
- Orang 2 mempunyai bobot sebesar 400 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.
- Owner mempunyai bobot sebesar 31 dari ke 9 faktor yang sudah di tentukan.

Terdapat 1 orang dengan hasil bobot tertinggi yaitu : orang 2 yang menghasilkan bobot sebesar 400 (baik) dan terdapat 2 orang dengan hasil bobot terendah yaitu : orang 1, dan juga owner dari usaha Butik Azqia hijab tersebut sebesar 31 (kurang).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor-Faktor penentuan Lokasi Butik Azqia Hijab:

Biaya

Faktor Biaya merupakan salah satu faktor yang menunjang keberhasilan sebuah usaha. faktor biaya menjadi pertimbangan sangat penting di karenakan owner dari Azqia Hijab menginginkan lokasi yang strategis dengan biaya se minimal mungkin. Owner dari UMKM yang sudah beroperasi selama kurang-lebih sepuluh tahun tersebut berupaya mengembangkan usahanya agar lebih di kenal oleh masyarakat luas. dengan mempertimbangkan luas bangunan, ke-strategisan lokasi, juga keuntungan yang akan di dapat apabila ia memilih lokasi di tempat tersebut. Menurut (Ajmi et al., 2021) lokasi yang tak jauh dari pemasok bahan baku, berpotensi meminimalkan biaya transportasi serta memaksimalkan profit, begitu pun sebaliknya. Dari kedua opsi lokasi yang di dapat, dan di bandingkan biaya sewa nya selama periode satu tahun. Ruko pallazo mendapatkan skor tertinggi dengan biaya Rp15.000.000,-/tahun sementara Ruko VMG 2 memiliki biaya sewa yang lebih mahal yaitu senilai Rp 20.000.000,- / tahunnya. Pada faktor biaya, Ruko Pallazo unggul di banding Ruko VMG 2, Dengan luas bangunan yang cukup memadai serta lokasi yang strategis, mudah di jangkau.

Tenaga kerja

Pada kedua alternatif lokasi terkait dengan tenaga kerja, keduanya sama-sama memiliki peluang untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas. Tenaga kerja juga menjadi komponen yang penting di karenakan cukup mempengaruhi keberhasilan usaha. Jika pekerja berkualitas dan kompeten dalam melaksanakan tugasnya, maka konsumen pasti akan merasa puas dengan hasil dari produknya. sebelum di putuskan untuk membuka outlet/cabang, sudah ada beberapa pelamar pekerjaan yang memiliki kualitas bekerja cukup baik, tentunya sudah memiliki *basic* menjahit yang rapih dan telaten. Owner dari Azqia Hijab menetapkan satu karyawan yang memiliki jobdesk sebagai penjahit untuk membantunya menyelesaikan pesanan via online maupun offline. Sedangkan, ia fokus untuk mengembangkan ide-ide kreatifnya dalam menentukan model-model terbaru busana muslim *brand* Azqia Hijab.

Kedekatan dengan supplier

Kedekatan dengan supplier juga menjadi faktor penunjang kegiatan usaha. Dua orang ahli menyarankan lokasi yang sedekat mungkin dengan pemasok, sebab biaya transportasi akan membawa permasalahan yang cukup besar. berdasarkan hasil wawancara, owner setiap minggunya membeli bahan-bahan untuk membuat busana muslim di pasar yang jaraknya tak jauh dari kediamannya. Pasar baru adalah pasar yang di maksud oleh owner, jaraknya hanya menghabiskan waktu sekitar 15 menit jika menggunakan sepeda motor dan sekitar 25 menit menggunakan mobil. Untuk itu, di pilih alternatif lokasi dengan rentang wilayah yang sama agar dapat menghemat biaya transportasi dan mempercepat proses pengerjaan pada setiap pesanan. Selain itu, owner juga membeli beberapa bahan yang di butuhkan melalui platform *online*.

Keadaan Geografis

Keadaan geografis, juga salah satu faktor yang berhubungan dengan ketepatan dalam memilih lokasi, dalam hal ini lokasi usaha khususnya. Dalam jurnal (Cenna & Evi, 2021) keadaan geografis dan masyarakat adalah faktor yang menunjang rasa nyaman, juga rasa tenang dalam lingkup pekerjaan. Pada penelitian ini di lihat dari kondisi tanah serta daerah bebas banjir, Kedua alternatif lokasi sama-sama merupakan daerah bebas banjir. Namun kondisi tanah di pekarangan Ruko Pallazo tergolong buruk, jalanan berlubang, tidak nyaman di lewati sepeda motor terlebih saat cuaca hujan, karena lubang-lubang tersebut terisi oleh air dan sering kali membahayakan. sedangkan di Ruko VMG2 memiliki kondisi tanah yang baik sehingga mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari Ruko Pallazo. Pemilihan lokasi dengan kondisi geografis yang baik di lakukan untuk meminimalisir risiko serta menjaga kenyamanan konsumen.

Pemasaran & pesaing

Menurut (sunnyoto, 2014: 32) pemasaran merupakan sistem oleh kegiatan usaha/ bisnis yang diciptakan sebagai perancang, penentu biaya, promosi serta distribusi barang yang akan memenuhi permintaan konsumen sehingga target perusahaan tepat pada sasaran (Yuniar et al., 2022). Selain pentingnya pemasaran, persaingan antar kompetitor juga sangat berpengaruh pada usaha. Jika lokasi yang di huni merupakan tempat dimana para konsumen berada dan berkumpul, maka besar kemungkinan produk yang di jual akan lebih di kenal dan membuahkan keuntungan besar. Semakin bagus pemasaran yang di terapkan maka konsumen akan semakin royal dan merasa ia harus membeli produk yang di jual. Pemasaran setiap produk dapat di lakukan dengan berbagai cara seperti promosi via online di berbagai sosial media serta promosi offline dengan membuka stand agar orang-orang yang berlalu lalang dapat menyaksikannya secara langsung. Pada kedua alternatif lokasi yang pilih, sama-sama memiliki potensi pemasaran yang baik namun pada Ruko Pallazo ternyata lebih ramai dan lebih banyak orang-orang yang berlalu lalang. Ruko tersebut berada tepat di depan jalan dan di kelilingi dengan pedagang kaki lima yang berada di sebrang jalan, membuat daerah cukup ramai di lewati pembeli dari mana saja. Selain itu pesaing juga belum terlalu banyak, bahkan tidak ada. Di wilayah tersebut sangat sedikit adanya penjahit sekaligus toko busana muslim seperti Butik Azqia Hijab.

Utilitas (air dan listrik)

Air dan listrik merupakan kebutuhan pokok yang setiap harinya di butuhkan, dalam hal ini listrik selalu di butuhkan dalam proses pengerjaan busana muslim menggunakan mesin. Juga sebagai pendukung agar toko tersebut menjadi nyaman dan koleksi busana muslim yang di tampilkan dapat memikat hati konsumen. Begitu juga dengan Air yang di gunakan untuk keperluan biologis manusia. Sehingga utilitas merupakan komponen yang sangat di butuhkan dan menjadi kebutuhan primer. Dari kedua alternatif yang ada, Ruko pallazo kembali unggul dari pada Ruko VMG 2 yang kesulitan air.

Akses transportasi

Akses transportasi merupakan wadah penghubung antara lokasi satu dengan lokasi lainnya, semakin luas dan semakin mudah di akses oleh berbagai kendaraan, maka akan semakin bagus, sehingga proses pendistribusian barang dan proses bagaimana konsumen dapat berkunjung ke outlet Azqia Hijab akan lebih mudah dan praktis. Akses transportasi berpengaruh besar dalam penelitian ini, melalui observasi, kedua alternatif lokasi yang menjadi pilihan owner Butik Azqia Hijab sama-sama memiliki akses transportasi yang baik. Keduanya sama-sama mudah di jangkau dan di akses dari berbagai kota manapun. Alamat yang tercantum juga jelas menjadi tempat populer sering di lewati orang-orang.

Lahan parkir

Kita telah sampai pada faktor pendukung yang juga berpengaruh dalam penentuan lokasi usaha, namun tak sebesar faktor-faktor sebelumnya. Faktor ini merupakan fasilitas yang akan menunjang kegiatan usaha dan menjadi tempat dimana para konsumen merasa aman menitipkan kendaraan milik mereka jika berkunjung ke outlet Azqia hijab. Lahan parkir memang jarang di perhatikan, namun menurut saya dan juga owner Azqia Hijab. Lahan parkir pada Ruko VMG2 setelah di ukur lebih sempit dari lahan parkir yang ada pada Ruko Pallazo. Sehingga apabila toko sedang ramai, para pengunjung sedikit kebingungan untuk memarkirkan kendaraannya. Saat hari-hari besar seperti idul fitri, atau hari-hari libur dimana semua orang berbondong-bondong untuk mencari busana baru, sudah pasti toko akan di ramaikan pengunjung. Hal itu memungkinkan lahan parkir yang luas di perlukan.

Keamanan

Pada faktor keamanan juga di nilai cukup penting dan berhubungan erat dengan ketepatan lokasi, faktor ini juga di nilai berpengaruh pada kenyamanan dan keselamatan konsumen. Dengan adanya keamanan yang memadai akan membuat konsumen merasa aman untuk berbelanja di Butik Azqia Hijab dan tidak merasa takut dengan ancaman kejahatan. Selain itu kendaraan yang di bawa juga di pastikan aman dan terhindar dari kemalingan. Karena masih dalam rentang wilayah yang sama, keduanya sama-sama memiliki keamanan yang baik. Sehingga sama-sama memiliki nilai yang tinggi.

Maka, hasil yang di dapat dari pengaplikasian analisis metode pemeringkatan faktor dengan objek UMKM Azqia Hijab, pada 2 alternatif lokasi adalah ; Lokasi Ruko Pallazo merupakan lokasi paling strategis, sebab terdapat 2 orang dengan hasil bobot berklasifikasi baik, sedangkan Ruko VMG 2 hanya terdapat 1 orang saja dengan hasil bobot berklasifikasi baik.

Dampak pemilihan Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Bukti Asqia Hijab

Di kutip dari hasil penelitian yang di lakukan (Suarmawan, 2018) sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh Ir Hendro, M.M bahwa keberhasilan sebuah usaha di pengaruhi oleh beberapa faktor ialah : komitmen, pengalaman, keuangan, lokasi usaha dan kemampuan. Keberhasilan usaha ialah Merupakan suatu yang di dihasilkan oleh perusahaan dengan nilai yang di harapkan dengan pemanfaatan sumberdaya yang telah di miliki. Serta Menurut (Primiana 2009): “Keberhasilan usaha merupakan permodalan yang telah terpenuhi, juga penyaluran yang produktif sehingga tercapainya tujuan organisasi” (Mashuri et al., 2019)

Dampak dari pemilihan lokasi usaha Butik Asqia yang berlokasi pada Ruko Pallazo, ternyata sangat berpengaruh terhadap penjualan Butik, berikut adalah dampak dari pemilihan lokasi terhadap penjualan Butik yang di dapat oleh peneliti melalui Owner Bu Elis, setelah kurang lebih 3 bulan membuka gerai outlet di Ruko Pallazo :

- A) Menjadi satu-satunya Butik yang juga menyediakan jasa jahit dengan harga terjangkau sehingga pada bulan pertama pembukaan outlet sangat ramai pengunjung.
- B) Mempunyai jangkauan pelanggan yang lebih besar dari sebelumnya.
- C) Memproleh profit real kurang lebih mencapai Rp 7.000.000 perbulan, naik 23% dari sebelumnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis pemeringkatan faktor yang telah di lakukan, telah di dapatkan hasil dari ke dua alternatif yang ada. Di lakukan penilaian oleh tiga orang termasuk owner dari UMKM Azqia Hijab sendiri. Di dapatkan hasil yang berbeda, yaitu pada Ruko Pallazo terdapat 2 orang yang memiliki hasil bobot dalam klasifikasi baik, sedangkan pada Ruko VMG 2 hanya di dapatkan 1 orang yang memiliki hasil bobot ber klasifikasi baik. sehingga di simpulkan bahwa Ruko Pallazo merupakan lokasi paling strategis. Menurut owner, Ruko vmg 2 memiliki kondisi yang baik dari segi fisik dan kondisi geografis, namun tidak sebanding dengan biaya sewa nya yang sangat mahal. Sedangkan, Ruko pallazo memang terlihat tidak terawat dari segi fisik dan kondisi geografis, namun hal itu dapat di atasi dengan di lakukannya pengecatan ulang serta pembersihan rerumputan di area halamannya dan hanya memakan biaya yang cukup murah. Selain itu, pemasaran, lahan parkir dan utilitasnya juga lebih unggul dari Ruko VMG 2.

Saran untuk menjadikan sebuah lokasi yang awalnya kosong menjadi sebuah Butik, akan lebih baik jika di lakukan sedikit renovasi ulang seperti pengecatan dengan warna yang sesuai, peletakkan barang yang tepat, perapihan halaman agar memudahkan konsumen yang

akan berkunjung untuk meletakkan kendaraannya sehingga lokasi akan lebih nyaman dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajmi, M. B., Lamsah, & Zamilah, E. (2021). Analisa pemilihan lokasi terhadap tingkat pendapatan pada hotel summer bed & breakfast di banjarmasin. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan*.
- Ariyani, Y. E., & Dirgantara, I. M. B. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, atribut produk dan lokasi toko terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli ulang pada butik stage my fashion di ngalihan semarang. *Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 7, 1–9.
- Cenna, N., & Evi, C. (2021). Penentuan Lokasi Pabrik Menggunakan Metode Factor Rating Pada Pra-Rancangan Pabrik Virgin Coconut Oil (Vco) Dengan Kapasitas 50.000 Ton/Tahun. *Distilat: Jurnal Teknologi Separasi*, 7(2), 655–663. <https://doi.org/10.33795/distilat.v7i2.263>
- Conda, A., Jaenudin, & Ramdani, S. H. (2018). Analisis penentuan lokasi perusahaan dalam meminimumkan biaya transportasi pada pt. speedmark logistik indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa*, 1–13.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138–154. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.158>
- Nur Fu'ad, E. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 56–67.
- Puspitaningrum, Y., & Aji Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977>
- Riyanto, A. A., & Zulfahri, L. (2009). Modul Dasar Busana. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1, 66. <https://docplayer.info/30943299-Modul-dasar-busana-oleh-prof-dr-arifah-a-riyanto-m-pd-dra-liunir-zulfahri-m-pd.html>
- Shalahuddin. (2021). *Strategi Penentuan Lokasi Usaha Warung Kopi dengan Metode Pemeringkatan Faktor di Kota Pontianak. 2011*, 465–475.
- Suarmawan, K. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha di Desa Bulian (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka di Desa Bulian, Kec. kubutambahan). *Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(1), 2.
- Sulaiman, A. A., Setiawan, M. A., Aliefta, G. N., & Maulana, M. (2021). *Penentuan Lokasi Usaha Coffeeshop Menggunakan Metode Factor Rating*. 2(2), 134–137.
- Yuniar, V., Br Bangun, C. F., Bugis, S. W., & Suhartini, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>