

ANALISIS FAKTOR PERTIMBANGAN PEBISNIS RESTORAN KELAS KECIL DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS RIAU DALAM PEMILIHAN LOKASI USAHA

Sri Zuliarni¹, Relon Taufik Hidayat¹

ABSTRACT

Business location selection is a business decision that should be made prudently, because its accuracy has the power to growth (or break) a business strategy. This study have five business location factors as research sub-variables, they are access, visibility, parking, environment and competition. Data collected using questionnaires from 46 respondents (census method). The results showed that access, visibility, environment and parking lot are very important factor in considering business location decision. While other factor considered as important is competition.

Keywords: business location, a business decision, small class restaurants.

ABSTRAK

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati, karena ketepatan pemilihan lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) suatu strategi bisnis. Dalam penelitian ini terdapat 5 faktor pemilihan lokasi dan dijadikan subvariabel yaitu, akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan. Penarikan sampel sebanyak 46 responden dengan menggunakan metode sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang sangat penting dalam pemilihan lokasi usaha adalah akses, visibilitas, lingkungan, tempat parkir. Sementara faktor lain yang dianggap penting bagi pemilik usaha adalah persaingan.

Kata kunci: lokasi usaha, keputusan bisnis, restoran kelas kecil.

¹ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Kampus Bina Widya Km. 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293. Telp. 0761-63277. Email: srizuliarni.ur@gmail.com; sri.zuliarni@unri.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kampus adalah sebuah wahana bernuansa pendidikan sekaligus juga merupakan tempat berkumpulnya beragam latar belakang insan civitas akademika mulai dari latar belakang pendidikan yang berbeda hingga latar belakang daerah asal mahasiswa. Hal ini ditempuh untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menuntut ilmu pada tingkat perguruan tinggi. Apabila dilihat dari segi penerimaan ataupun arus masuk input pada suatu universitas maka dapat disimpulkan bahwa dalam suatu tahun ajaran baru, lingkungan kampus mendapatkan input mahasiswa baru mencapai angka ribuan. Maka dalam selang waktu seperti itu pula kegiatan konsumsi yang dilakukan mahasiswa juga ikut meningkatkan sehingga menjadikan lingkungan disekitar kampus secara cepat menyerap investor untuk melakukan tindakan produksi.

Adapun fenomena diatas yang selayaknya disebut sebagai pengkonsentrasian kegiatan ekonomi justru menjadi suatu kajian yang menarik untuk diteliti. Apabila ditinjau secara cermat, tingginya pengkonsentrasian aktivitas ekonomi tersebut juga berdampak pada pemanfaatan ruang yang intensif hingga meluas sampai kepada pemakaian badan jalan, karena mahalanya nilai lahan dan ketatnya persaingan usaha dalam perekonomian lingkungan sekitar kampus. Sehingga secara lama-kelamaan, sudah menjadi fenomena yang wajar yakni apabila ada kegiatan ekonomi yang mengambil badan jalan (*ruang publik*) sebagai pasar ekonominya.

Secara khusus ketertarikan penelitian ini justru terfokus pada daerah penelitian yang tersebar dalam batasan lingkungan Kampus Universitas Riau yang merupakan salah satu Universitas Negeri pilihan diluar pulau Jawa. Secara rutin Kampus Universitas Riau setiap tahunnya merupakan salah satu favorit bagi masyarakat khususnya yang berdomisili dipulau Sumatera melanjutkan kejenjang pendidikan setelah Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Dengan kata lain selayaknya sebuah kampus besar, universitas negeri ini juga tentu tidak terlepas dari adanya eksistensi fenomena konsentrasi dunia bisnis seperti yang dijelaskan diatas. Mahasiswa yang sebagian besar berasal dari luar Kota Pekanbaru kebanyakan memilih tinggal dekat kampus tempat mereka belajar. Hal ini menyebabkan lahan terbuka milik masyarakat setempat kemudian beralih fungsi menjadi areal terbangun untuk memenuhi permintaan kebutuhan fisik bagi mahasiswa yang tinggi dan meningkatkan nilai ekonomis dari lahan yang mereka miliki.

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka bisnisnya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu bisnis. Salah satu bisnis yang memerlukan adanya lokasi usaha yang tepat adalah bisnis restoran kelas kecil. Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa restoran adalah setiap tempat bisnis komersial yang ruang lingkup kegiatannya

menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Masing-masing jenis bisnis ini memiliki kategori dan karakteristik yang berbeda, baik dilihat dari segi investasi maupun cara pengelolaannya. Ketiga jenis

bisnis tersebut, yaitu bisnis restoran kelas ekonomi/kecil, kelas menengah, dan kelas satu/besar. Adapun karakteristik dari ketiga jenis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1: Karakteristik Restoran Kelas Kecil, Menengah, dan Besar

Kelas Kecil	Kelas Menengah	Kelas Besar
1. Jenis pelanggan berekonomi relative kecil.	1. Jenis pelanggan berekonomi menengah.	1. Jenis pelanggan berekonomi serta <i>life style</i> yang tinggi.
2. Menggunakan tenda dan dapat ditemukan di kaki lima, pinggir jalan, pojok gang. Contohnya: pedagang bakso, pedagang soto, pedagang nasi goreng, dll.	2. Memiliki gedung sendiri atau menyewa suatu tempat. Contohnya: RM Padang, RM Melayu, Restoran <i>Franchise</i> , café, restoran di pusat perbelanjaan.	2. Berdiri sendiri pada daerah tertentu atau berada di kawasan hotel berbintang.
3. Menu sangat terbatas dan menggunakan spanduk yang bertuliskan jenis makanan dan minuman.	3. Menu variatif dan terdiri dari beberapa lembar dan diketik computer dengan desain grafis yang baik. Dan biasanya memiliki menu special untuk pengunjung.	3. Menggunakan konsep khusus baik pada makanan maupun minuman yang ditawarkan dan dilengkapi koleksi minuman seperti anggur, <i>whisky</i> , <i>vodka</i> dan <i>tequila</i>
4. Harga relative murah antara Rp.3.000,- sd. Rp.15.000,- per orang.	4. Harga mulai dari Rp.15.000,- sd. Rp.40.000,- per orang.	4. Harga besar sama dengan Rp.40.000,-
5. Empat pelayanan sederhana “makan, kenyang, bayar, pulang” dan tidak terlalu mementingkan kebersihan.	5. Memiliki karyawan khusus untuk melayani pengunjung, kebersihan dan kenyamanan lebih diperhatikan, memiliki tempat parkir yang cukup.	5. Memiliki konsep khusus dalam cara penyajian dan pelayanannya serta menggunakan <i>chef</i> .
6. Modal minim atau tidak terlalu besar karena mempunyai karyawan yang sedikit.	6. Modal lebih besar karena memiliki gedung sendiri atau menyewa. Jumlah karyawan lebih banyak, furniture menarik dan tertata, suasana nyaman dan system keuangan komputerisasi.	6. Modal besar karena dilengkapi dengan peralatan yang modern dan mahal, desain interior yang baik, furniture menarik dan memiliki fasilitas internet gratis.

Sumber: (www.budpar.go.id, 1998)

Bisnis yang bergerak dibidang restoran kelas kecil harus lebih mendekati diri dengan semua pelanggan mereka sehingga pebisnis dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Hal ini

tidak terlepas dari terciptanya pasar yang sangat potensial dari keberadaan kampus Universitas Riau Pekanbaru itu sendiri. Sehingga terjadi fenomena menjamurnya restoran kelas kecil yang didirikan

disekitar kampus Universitas Riau Pekanbaru.

Faktor-faktor pemilihan lokasi perlu dipertimbangkan oleh pemilik bisnis dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha merupakan salah satu strategi bisnis.

Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Daftar restoran kelas kecil di lingkungan Kampus Universitas Riau dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2: Daftar Pesebaran Restoran Kelas Kecil di lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

No	Lokasi	Jumlah
1	Jalan Bangau Sakti sepanjang 600 m	11
2	Disepanjang Jalan Balam Sakti	4
3	Disepanjang Jalan Bina Krida	14
4	Disepanjang Jalan Manyar Sakti	10
5	Disepanjang Jalan Bina Widya	5
6	Disepanjang Jalan Muchtar Lutfi	2
Total		46

Sumber: Data Olahan, 2013

Dari tabel 2 dapat dilihat banyaknya berdiri bisnis restoran kelas kecil yang berada dalam lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Jumlah total restoran kelas kecil diatas di batasi oleh berbagai kriteria yang telah ditetapkan peneliti yaitu, restoran menyediakan makanan pokok seperti nasi, restoran tidak hanya aktif dimalam hari. Sedangkan kriteria lingkungan kampus yang dipilih adalah seluruh wilayah yang memiliki jalan masuk langsung ke dalam kampus dan wilayah yang memiliki pemukiman mahasiswa yang padat. Meskipun restoran kelas kecil merupakan bisnis berskala kelas kecil, memiliki lokasi usaha yang strategis merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap bisnis tersebut dan perlu dipertimbangkan oleh pemilik bisnis supaya dapat

menghantarkan bisnis tersebut pada pencapaian target penjualan yang baik.

Latar belakang seperti yang telah disebutkan diatas menjadi dasar dari penelitian dengan judul “**analisis faktor pertimbangan pebisnis restoran kelas kecil di lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru dalam pemilihan lokasi usaha**”.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian adalah faktor apa sajakah yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha pada bisnis restoran kelas kecil di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara berurutan faktor pertimbangan dalam

pemilihan lokasi usaha pada bisnis restoran kelas kecil dilingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru.

Dan penelitian ini diharapkan memberikan:

- a. Manfaat teoritis yaitu dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha.
- b. Manfaat praktis yaitu informasi ini digunakan sebagai kontribusi dalam pengambilan keputusan bisnis terutama keputusan pemilihan lokasi usaha bagi pebisnis restoran kelas kecil.

Landasan Teori

Lokasi Usaha

Berkenaan dengan unsur bauran pemasaran yang keempat yaitu *place*, tempat dapat diartikan sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perbisnisan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler, 1997)

Place berkaitan dengan upaya menyampaikan produk yang tepat ketempat pasar sasaran produk yang baik dan berkualitas tidak akan banyak artinya apabila tidak tersedia pada saat dan tempat yang diinginkan. *Place* dalam bauran pemasaran ini adalah lokasi usaha, kebanyakan pihak percaya bahwa keuntungan dari lokasi yang baik dapat menjadi suatu kelemahan apabila penempatannya salah. Lokasi yang baik dipilih untuk bisnis sangat mempengaruhi biaya dan laba..

Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi suatu bisnis. Disaat pemilik bisnis telah memutuskan lokasi usahanya dan

beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan penjualan bisnis tersebut (Indarti, 2004). Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perbisnisan besar, dimana pemilihan lokasi usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.

Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran restoran kelas kecil 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. Bisnis-bisnis yang bergerak dibidang restoran harus lebih mendekati 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, transportasi, pembangkit tenaga dan tanah untuk ekspansi (Harding, 1978). Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif dari pada didirikannya suatu tempat

bisnis di daerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya bisnis tersebut di daerah itu. Tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor 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.

Pentingnya pemilihan lokasi usaha juga dikemukakan oleh (Kartajaya, 1998) bahwa ada tiga unsur penting dalam bisnis yaitu lokasi, lokasi, lokasi. Sebuah bisnis yang terletak di jalan utama menjadi pertimbangan bagi pedagang dikarenakan arus pejalan kaki menjadi faktor yang menentukan kelangsungan usaha terutama yang berkicimpung dalam sektor informal. Lokasi usaha memiliki pengaruh yang nyata terhadap pilihan konsumen, hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih membeli di dekat tempat tinggalnya.

Menurut (Alcacer, 2008) dengan lokasi yang berdekatan dengan pesaing bisnis, perbisnisan dapat melakukan strategi kompetisi total baik dalam kepemimpinan harga atau produk lain yang diberikan. Seorang pengusaha harus mengenali jumlah dan ukuran bisnis lain serta situasi persaingan yang ada di daerah tersebut.

Faktor Penentu Pemilihan Lokasi Usaha

Menurut (Swastha & Irawan, 2008) faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan daerah bisnis adalah :

- a. Luas daerah perdagangan
- b. Dapat dicapai dengan mudah
- c. Potensi pertumbuhannya
- d. Lokasi saingan

(Schmenner, 1994) mengembangkan suatu pendekatan untuk mempelajari pemilihan lokasi usaha. Pendekatan tersebut terdiri atas dua tahap, pertama memilih area yang akan dijadikan tempat bisnis secara umum, dan kedua memilih lokasi usaha dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dibedakan menjadi dua yakni “*musts*” dan “*wants*”, dimana pemilik bisnis menentukan lokasi usaha yang telah memenuhi kriteria “*musts*”, kemudian mempertimbangkan kriteria “*wants*” dari lokasi usaha.

Menurut (Yazid, 2001) kriteria yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi adalah:

- a. Karakteristik dan ukuran populasi
- b. Ketersediaan tenaga kerja
- c. Kedekatan dengan sumber produksi
- d. Promosi
- e. Basis ekonomi
- f. Kesesuaian dengan sarana
- g. Situasi persaingan
- h. Kemudahan lokasi toko

Sedangkan menurut (Lamb & Daniel, 2002) faktor-faktor yang penting dalam pemilihan sebuah lokasi adalah:

- a. Karakteristik sosial ekonomis sekitarnya
- b. Arus lalu lintas
- c. Biaya tanah
- d. Peraturan kawasan
- e. Transportasi publik
- f. Keberadaan pesaing
- g. Kemungkinan terlihat
- h. Tempat parkir
- i. Lokasi masuk dan keluar
- j. Kemudahan akses
- k. Keselamatan dan keamanan

Metode analisis lokasi tidak ada yang dapat dengan tepat menentukan lokasi bisnis restoran kelas kecil.

Meskipun pemilik bisnis telah berbisnis menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode seoptimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga terjadi pada lokasi usaha yang telah dipilih, misalnya peraturan tempat bisnis, ketersediaan air, pembuangan limbah, *supply* tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalan kegiatan bisnis.

Oleh karena itu, pemilihan lokasi bisnis restoran kelas kecil sebaiknya memilih lokasi yang memiliki risiko lokasi yang paling kecil. Salah satu cara memilih lokasi usaha yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis (Jean, 1987) :

- a. Mendefinisikan objek lokasi usaha.
- b. Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang relevant.
- c. Menggunakan model lokasional (model biaya ekonomi, analisis BEP, linear programming, analisis qualitative faktor analysis).
- d. Mengumpulkan data lokasi yang akan dijadikan tempat bisnis dana alternatif lokasi lain.
- e. Memilih lokasi yang memiliki pemenuhan kriteria paling banyak.

Analisis lokasi restoran kelas kecil dapat dibedakan dalam dua kategori : layanan menetap (*fixed service*) dan layanan kirim (*delivery service*). Layanan menetap dikonsumsi difasilitas tempat restoran kelas kecil ini disiapkan. Sebaliknya, layanan kirim diberikan ditempat layanan itu dibutuhkan. Dalam pemasaran restoran kelas kecil terdapat dua kemungkinan, yaitu pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas restoran (mahasiswa

mendatangi restoran). Kemungkinan kedua adalah penyedia restoran yang mendatangi pelanggan (layanan *door to door*).

Menurut (Tjiptono, 2007) pemilihan lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi
- b. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lalulintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu (1) banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*, dan (2) kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pulan menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman.
- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan bisnis dikemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan. Misalnya bisnis restoran kelas kecil yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan pekantoran.
- g. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi restoran kelas kecil, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama banyak pula terdapat restoran kelas kecil lainnya.
- h. Peraturan pemerintah

Penelitian Terdahulu

- a. *Business Location and Success: The Case of Internet*

Cafe Business in Indonesia, (Indarti, 2004).

Metode Penelitian: Menggunakan analisis faktor dan analisis regresi untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha.

Hasil Penelitian: dengan menggunakan *mean rating*, terdapat 5 faktor pemilihan lokasi yang menjadi pertimbangan utama yakni, ketersediaan ISP (*Internet Service Provider*) yang memadai, kedekatan dengan konsumen, keamanan, ketersediaan infrastruktur yang memadai, dan lingkungan bisnis. Dari hasil analisis regresi, terdapat 3 faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kesuksesan bisnis yakni, ketersediaan infrastruktur, kedekatan dengan sekolah/universitas, dan keamanan. Dengan nilai *adjusted R2* 23%.

- b. Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Mikro-Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Diponegoro Pleburan), (Pratiwi, 2010).

Metode Penelitian: Penarikan sampel menggunakan metode *proportional sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah model regresi berganda.

Hasil Penelitian: kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai *adjusted R2* sebesar 66%. Hasil uji F menunjukkan pada usaha jasa mikro kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan, variabel

independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dari ketiga variabel independen biaya lokasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan kedua variabel yang lainnya. Oleh karena itu, dalam pemilihan lokasi usahanya pemilik usaha sebaiknya lebih memperhatikan pada biaya yang harus dikeluarkan dalam memperoleh lokasi usahanya.

Metode Penelitian

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah lokasi usaha. Peneliti hanya mengambil 5 faktor pemilihan lokasi dan dijadikan subvariabel yaitu, akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan. Sedangkan 3 faktor lainnya yaitu, *traffic*, ekspansi dan peraturan pemerintah tidak sesuai dengan keadaan lokasi penelitian yang ada.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru, Kampus Bina Widya, Panam. Dengan jumlah restoran kelas kecil yang dikelompokkan menjadi 6 bagian berdasarkan jalan lintas di lingkungan Kampus Universitas Riau, yang terdiri dari jalan Bangau Sakti sepanjang 600m yang berdekatan dengan kampus Fakultas Ekonomi dan Fakultas Teknik serta sepanjang jalan Bina Widya atau jalan masuk utama Universitas Riau. Kemudian diwilayah jalan Bina Krida dan Balam Sakti yang berdekatan dengan FKIP. Dan jalan Manyar Sakti hingga batas simpang masuk Pesantren Darel Hikmah. Wilayah tersebut adalah lokasi-lokasi terdapat

banyak restoran kelas kecil. Dan juga Jalan Muchtar Lutfi. Dipilihnya lokasi ini di karenakan Universitas Riau secara rutin setiap tahunnya merupakan salah satu kampus favorit di Sumatera bagi lulusan SLTA, sehingga hal tersebut menjadi magnet bagi pebisnis restoran kelas kecil.

Jenis Penelitian

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pebisnis restoran kelas kecil yang berada disekitar kampus Universitas Riau Pekanbaru.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2006). Karena populasi kurang dari 100 maka semua populasi menjadi sampel penelitian atau menggunakan metode sensus.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

- a. Metode Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan data tertulis kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian.
- b. Metode Wawancara, metode ini untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan cara tanya jawab langsung dengan pemilik

atau pengelola bisnis restoran kelas kecil.

Definisi Konsep, Operasional Variabel, dan Pengukuran

Lokasi Usaha (X) adalah suatu tempat di mana usaha itu melakukan kegiatan fisik. Berkaitan dengan lokasi dalam hal ini pemilik usaha hendaknya memperhatikan beberapa faktor, pemilik usaha harus memilih daerah geografis yang strategis yang bersesuaian sesuai dengan kebutuhan konsumen sasaran.

- a. Akses adalah jalan masuk atau jalan menuju sebuah lokasi. Atau tingkat kemudahan dilalui atau dijangkau.
- b. Visibilitas adalah keadaan dapat dilihat dan diamati (terutama untuk keadaan lokasi dan benda dapat dilihat dng jelas pada jarak tertentu)
- c. Tempat Parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan yang tidak bersifat sementara untuk melakukan kegiatan pada kurun waktu.
- d. Lingkungan adalah keseluruhan unsur-unsur yang dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi terhadap suatu keadaan dan kegiatan tertentu. Lingkungan Bisnis adalah Keseluruhan unsur baik individu, lembaga, dan lain-lain yang dapat mempengaruhi kegiatan bisnis untuk menciptakan pendapatan dan mendapatkan keuntungan.
- e. Persaingan adalah suatu bentuk usaha yang dilaksanakan supaya mendapatkan kemenangan atau mendapatkan posisi yang lebih baik tanpa harus terjadi benturan fisik atau konflik.

Variabel yang sudah ada selanjutnya dioperasionalkan lebih lanjut menjadi subvariabel dan

indikator-indikator seperti pada tabel 3 berikut:

Tabel 3: Operasional Variabel

Variabel	Subvariabel	Indikator	Item Pertanyaan
Lokasi usaha (X)	1. Akses	Kemudahan untuk dikunjungi	1. Restoran terletak di lokasi yang mudah dilalui konsumen. 2. Restoran mudah dijangkau sarana transportasi
	2. Visibilitas	Kemungkinan terlihat	1. restoran mudah terlihat dengan jelas 2. restoran berada pada tempat terbuka
	3. Tempat parkir	Luas dan keamanan	1. Tersedia tempat parkir yang luas 2. Tersedia tempat parkir yang aman
	4. Lingkungan	Lingkungan yang mendukung	1. Restoran berdekatan dengan kampus Universitas Riau Pekanbaru 2. Restoran berdekatan dengan pemukiman mahasiswa
	5. Persaingan	Jarak dan produk pesaing	1. jarak tempuh dengan restoran pesaing 2. diferensiasi produk dengan restoran pesaing

Sumber : Data Olahan, 2013

Skala Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran interval. Menurut (Singarimbun & Effendi, 1995) ukuran interval adalah pengurutan orang atau obyek berdasarkan atribut selain itu ukuran ini juga memberikan informasi tentang interval antara satu atau obyek dengan orang atau obyek yang lainnya. Ukuran ini merupakan salah satu ukuran yang paling sering dipakai dalam penelitian sosial karena skala dan indeks sikap biasanya menghasilkan ukuran interval. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Secara garis besar gambarannya adalah sebagai berikut:

a. Sangat penting, diberi skor 5

b. Penting, diberi skor 4

c. Ragu ragu, diberi skor 3

d. Tidak penting, diberi skor 2

e. Sangat tidak penting 1

Berikut adalah penentuan ukuran interval untuk masing-masing sub-variabel dan untuk variabel lokasi usaha secara berurutan.

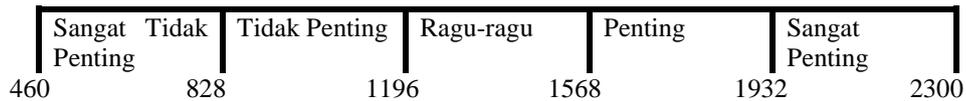
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min.} &= \text{skor min.} \times \text{jumlah item pertanyaan} \\
 &\quad \times \text{banyaknya responden} \\
 &= 1 \times 2 \times 46 \\
 &= 92 \\
 \text{Nilai indeks maks.} &= \text{skor maks.} \times \text{jumlah item pertanyaan} \\
 &\quad \times \text{banyaknya responden} \\
 &= 5 \times 2 \times 46 \\
 &= 460 \\
 \text{Interval} &= \text{nilai indeks maks.} - \text{nilai indeks min.} \\
 &= 460 - 92 \\
 &= 368 \\
 \text{Jarak Interval} &= \text{interval} : \text{jenjang interval} \\
 &= 368 : 5
 \end{aligned}$$

Tabel 4: Ukuran Interval Sub-Variabel

Sangat Penting	Tidak Penting	Ragu-ragu	Penting	Sangat Penting
92	165,6	239,2	312,8	386,4
				460

Nilai indeks min.	= skor min. x jumlah item pertanyaan x banyaknya responden	= 1 x 10 x 46	= 460	Interval	= nilai indeks maks. – nilai indeks miN	= 2300 – 460	= 1840
Nilai indeks maks.	= skor maks. x jumlah item pertanyaan x banyaknya responden	= 5 x 10 x 46	= 2300	Jarak interval	= interval : jenjang interval	= 1840 : 5	= 368

Tabel 5: Ukuran Interval Variabel



Analisis Data

a. Validitas

Menurut Ancok dalam (Singarimbun & Effendi, 1995) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur sekiranya peneliti menggunakan kuesioner didalam pengumpulan data penelitian maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS 16.0 for windows untuk menguji validitas kuesioner. (Singarimbun & Effendi, 1995), mengatakan jika $\rho \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dikatakan valid dan apabila $\rho \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. Tingkat validitas diperoleh dengan membandingkan nilai hitung dengan probabilitas. Bila $\rho \leq 0,05$ berarti item-item dalam setiap variabel tersebut valid.

b. Reliabilitas

Menurut (Arikunto, 2003) reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan sesuatu. Sesuatu instrumen harus reliabilitas

mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya. Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach.

$$r = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

dimana:

- r = Reliabilitas instrumen
- K = Banyaknya pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians total

Menurut (Singarimbun & Effendi, 1995) instrumen dikatakan reliabel, jika hasil penelitian memiliki koefisien keandalan sebesar alpha = 0,60 atau lebih.

c. Analisis deskriptif

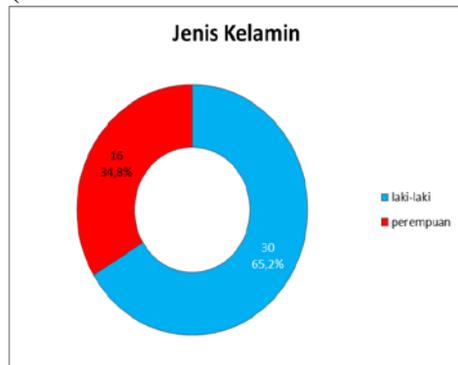
Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran penelitian, keadaan responden yang diteliti serta item-item yang didistribusikan dari variabel. Setelah keseluruhan data telah berkumpul maka kegiatan selanjutnya mengolah data kemudian mentabulasikan

kedalam tabel dan membahas data yang diolah secara deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan kepada 46 orang pemilik usaha restoran kelas kecil dilingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru, dapat diketahui bahwa pebisnis laki-laki lebih banyak (30 orang) dibandingkan pebisnis perempuan (16 orang).

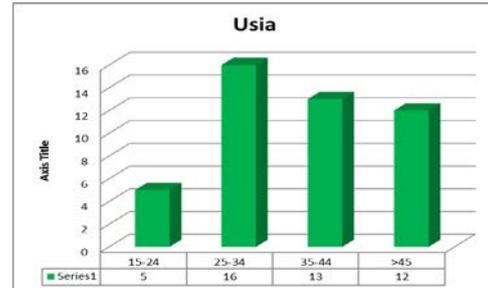


Gambar 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Olahan, 2013

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari Gambar 2 berikut diketahui bahwa sebesar 16 responden berusia antara 25 sampai 34 tahun, yang merupakan jumlah terbesar. Sedangkan jumlah persentase terkecil yakni 5 responden berusia antara 15 hingga 24 tahun, 13 responden memiliki rentang usia 35 sampai 44 tahun dan sisanya 12 responden berusia 45 tahun keatas.



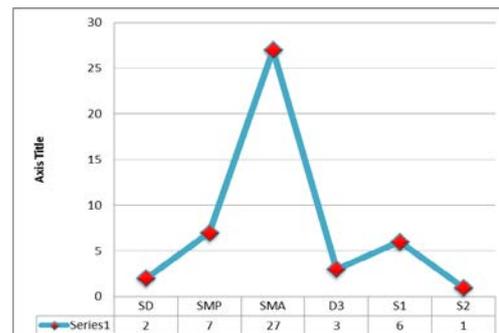
Gambar 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Olahan, 2013

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 46 responden, dapat diketahui identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Gambar 3 menunjukkan rata-rata pebisnis restoran kelas kecil yang berada di sekitar kampus Universitas Riau Pekanbaru adalah lulusan SMA yakni sebanyak 27 dari 90 responden, lulusan Sarjana sebanyak 6 orang, Magister hanya 1 orang saja, 3 responden lulusan DIII, lulusan SMP sebanyak 7 orang, dan lulusan SD sebanyak 2 orang dari 46 responden.



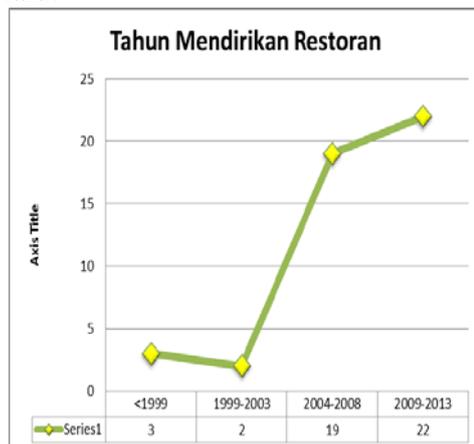
Gambar 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber: Data Olahan, 2013

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Mendirikan Restoran Kelas Kecil

Berikut data responden berdasarkan tahun mendirikan usaha.

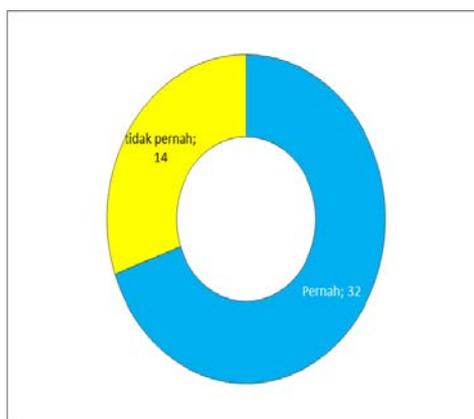
Dari gambar 4 berikut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden (22 pebisnis) telah memulai usahanya antara 2009 hingga tahun 2013. Sedangkan jumlah terkecil yakni 2 responden memulai usahanya antara tahun 1999 hingga tahun 2003 yang lalu.



Gambar 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Mendirikan Usaha
Sumber: Data Olahan, 2013

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman mendirikan Usaha

Berdasarkan gambar 5 dapat diketahui bahwa 32 dari 46 responden pernah membuka usaha sebelumnya, sedangkan 14 lainnya belum pernah membuka usaha sebelumnya.



Gambar 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Mendirikan Usaha

Sumber: Data Olahan, 2013

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki

Dari gambar 6 di bawah dapat diketahui bahwa mayoritas responden (32 pebisnis) memiliki karyawan antara 1 hingga 3 orang dalam membantunya menjalankan usaha, dan hanya ada 3 responden yang memiliki karyawan lebih dari 7 orang. Bahkan ada 7 responden menjalankan usahanya sendiri tanpa ada karyawan.



Gambar 6: Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki

Sumber: Data Olahan, 2013

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2005). Pengujian validitas dalam menggunakan korelasi *pearson product moment* dan menggunakan SPSS 16.0 for Windows. Jika $\rho \leq 0,05$, maka item-item pertanyaan dinyatakan valid. Jika $\rho > 0,05$, maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 6: Hasil Uji Validitas

Variabel	Sub-Variabel	Item	R	ρ Value	Keterangan
X	Akses	1	0,471	0,001	Valid
		2	0,642	0,000	Valid
	Visibilitas	1	0,628	0,000	Valid
		2	0,573	0,000	Valid
	Tempat Parkir	1	0,431	0,003	Valid
		2	0,404	0,005	Valid
	Lingkungan	1	0,426	0,003	Valid
		2	0,616	0,000	Valid
	Persaingan	1	0,653	0,000	Valid
		2	0,388	0,008	Valid

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahuin nilai ρ seluruh item pertanyaan $\leq 0,05$. Artinya seluruh item-item variabel dinyatakan valid. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Suatu data yang berasal dari kuesioner perlu dilakukan uji reliabilitas. Data tersebut dinyatakan reliabel jika memiliki Alpha $> 0,6$, dan jika nilai Alpha $< 0,6$ maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah tabel pengujian reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16 *for windows*.

Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi Usaha Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	10

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa uji reliabilitas variabel lokasi usaha (X) yang terdiri dari sepuluh indikator reliabel dengan nilai alpha 0,660.

Faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan kepada 46 responden, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan lokasi usaha. Berikut adalah persentase tanggapan responden untuk masing-masing subvariabel independen beserta indikatornya :

a. Akses

Dalam subvariabel akses ini terdapat 2 item yaitu, (1) restoran terletak dilokasi yang mudah dilalui konsumen dan (2) restoran mudah dijangkau sarana transportasi. Dari tabel yang dibawah ini dapat dilihat tanggapan responden dan seberapa penting akses terhadap lokasi usaha.

Tabel 8: Tanggapan Responden Terhadap Akses

Item	1		2		3		4		5		Total Skor
	STP		TP		RR		P		SP		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	0	0	0	0	0	0	14	30,4	32	69,6	216
2	0	0	0	0	0	0	15	32,6	31	67,4	215
Total											431

Sumber: Data Olahan, 2013

Sebanyak 14 responden (30,4%) menganggap penting restoran terletak dilokasi yang mudah dilalui konsumen dan 32 responden (69,6%) menganggap sangat penting. Dan para pemilik usaha beranggapan kalau akses lokasi sulit dilalui konsumen maka kecil kemungkinan untuk meraih peluang dan mempermudah mendapatkan pelanggan.

Sedangkan untuk indikator restoran mudah dijangkau sarana transportasi sebanyak 15 responden (32,6%) menganggap penting dan sisanya 31 responden (67%) menyatakan bahwa restoran mudah dijangkau sarana transportasi sangat penting. Karena kemudahan dijangkau sarana transportasi

merupakan faktor penunjang bagi kelancaran mobilitas konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel dan garis interval, dapat diketahui melalui dua item pertanyaan bahwa penilaian responden terhadap subvariabel akses memperoleh total skor sebesar 431 dan berada pada garis interval antara nilai 386,4 dan 460 yang berada pada kategori sangat penting.

b. Visibilitas

Dalam subvariabel visibilitas terdapat 2 item yaitu, (1) restoran terlihat dengan jelas dan (2) restoran berada pada tempat terbuka. Dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kemudian diolah dapat dilihat hasilnya pada tabel 9 berikut.

Tabel 9: Tanggapan Responden Terhadap Visibilitas

Item	1		2		3		4		5		Total Skor
	STP		TP		RR		P		SP		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	0	0	0	0	0	0	20	43,5	26	56,5	210
2	0	0	1	2,2	0	0	31	67,4	14	30,4	196
Total											406

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tanggapan responden yang tertera pada tabel 8 dapat diketahui bahwa item (1) restoran terlihat dengan jelas sebanyak 26 responden (56,5%)

menyatakan sangat penting dan 20 responden (43,5%) menyatakan penting. Mereka beranggapan bahwa jika restoran tidak terlihat dari jangkauan penglihatan konsumen

maka peluang konsumen untuk datang kecil dan restoran terlihat dengan jelas dapat mengurangi biaya promosi.

Untuk item (2) restoran berada pada tempat terbuka sebanyak 31 responden (67,4%) menganggap penting, 14 responden (30,4%) menganggap sangat penting. Pada dasarnya mereka beralasan restoran yang terbuka banyak dilalui orang dan mudah mengenalinya, jika dilokasi yang tertutup tidak menjadi pusat perhatian banyak orang. Ada 1 responden menyatakan restoran berada pada tempat terbuka tidak penting karena tempat terbuka

menyebabkan kebisingan dan kenyamanan konsumen terganggu.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 9 dan garis interval diatas, dapat diketahui melalui dua item pertanyaan bahwa penilaian responden terhadap subvariabel visibilitas memperoleh total skor sebesar 406 dan berada pada garis interval antara nilai 386,4 dan 460 yang berada pada kategori sangat penting.

c. Tempat Parkir

Subvariabel tempat parkir ini terdapat dua item, pertama terdapat tempat parkir yang luas, kedua tersedia tempat parkir yang aman.

Tabel 10: Tanggapan Responden terhadap Tempat Parkir

Item	1		2		3		4		5		Total Skor
	STP		TP		RR		P		SP		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	0	0	1	2,2	7	15,2	24	52,2	14	30,4	189
2	0	0	0	0	0	0	23	50	23	50	207
Total											396

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan data pada tabel 10 diatas, dapat diketahui melalui dua item pertanyaan bahwa penilaian responden terhadap subvariabel tempat parkir memperoleh total skor sebesar 396 dan berada pada garis interval antara nilai 386,4 dan 460 yang berada pada kategori sangat penting.

d. Lingkungan

Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat dalam tabel tanggapan responden terhadap subvariabel lingkungan yang terdiri dari dua item, (1) restoran berdekatan dengan kampus Universitas Riau Pekanbaru dan (2) restoran berdekatan dengan pemukiman mahasiswa.

Tabel 11: Tanggapan Responden terhadap Lingkungan

Item	1		2		3		4		5		Total Skor
	STP		TP		RR		P		SP		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	0	0	3	6,5	5	10,9	16	34,8	22	47,8	195
2	0	0	1	2,2	2	4,3	17	37	26	56,5	206
Total											401

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tanggapan responden yang tertera pada tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa item (1) restoran berdekatan dengan kampus Universitas Riau Pekanbaru sebanyak 22 responden (47,8%) menganggap sangat penting dan 16 responden (34,8%) menganggap penting karena ketika mahasiswa selesai belajar maka akan cenderung merasa lapar dengan artian akan memberikan peluang yang cukup baik bagi usaha restoran kelas kecil. Dan 5 responden (10,9%) menjawab ragu-ragu tidak semua konsumennya mahasiswa. 1 responden (2,2%) menjawab tidak penting karena walaupun berada dalam lingkungan Universitas Riau tapi kebanyakan konsumennya berasal dari bukan kalangan mahasiswa.

Sedangkan untuk item (2) restoran berdekatan dengan pemukiman mahasiswa sebanyak 26 responden (56,5%) menjawab sangat penting, 17 responden (37%) menjawab penting karena semakin banyak dan dekat masyarakat uang

tinggal disekitar restoran kelas kecil maka semakin besar peluang yang didapat. 2 responden (4,3%) menjawab ragu-ragu karena memiliki pangsa pasar yang tidak hanya mahasiswa, dan 1 responden (2,2%) menganggap restoran berdekatan dengan pemukiman mahasiswa tidak penting karena belum tentu semua mahasiswa menjadi konsumen usahanya.

Berdasarkan hasil perhitungan dan garis interval diatas, dapat diketahui melalui dua item pertanyaan bahwa penilaian responden terhadap subvariabel lingkungan memperoleh total skor sebesar 401 dan berada pada garis interval antara nilai 386,4 dan 460 yang berada pada kategori sangat penting.

e. Persaingan

Subvariabel persaingan juga memiliki 2 item. Item (1) kedekatan dengan lokasi restoran pesaing dan item (2) perbedaan menu dengan restoran pesaing.

Tabel 12: Tanggapan Responden terhadap Pesaingan

Item	1		2		3		4		5		Total Skor
	STP		TP		RR		P		SP		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	3	6,5	10	21,7	10	21,7	19	41,3	4	8,7	149
2	1	2,2	4	8,7	3	6,5	25	54,3	13	28,3	183
Total											332

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 4 responden (8,7%) menjawab sangat penting, 19 responden (41%) menjawab penting karena dengan dekatnya lokasi restoran pesaing maka dapat dilihat perbandingan usaha seperti kualitas produk dan pelayanan. 10 responden

(21,7%) menjawab ragu-ragu karena kedekatan dengan pesaing tidak memberikan dampak apa-apa, juga sebanyak 10 responden (21,7%) menjawab tidak penting dan sisanya 3 responden (6,5%) menjawab sangat tidak penting.

Sedangkan untuk item (2) perbedaan menu dengan restoran pesaing sebanyak 13 responden (28%) menjawab sangat penting, 25 responden (54%) menjawab penting karena adanya perbedaan menu akan mampu menarik konsumen untuk menikmati ciri khas menu dan mudah diingat konsumen. 3 responden (6,5%) menjawab ragu-ragu karena beranggapan masing-masing konsumen memiliki selera tersendiri. 4 responden (8,7%) menjawab tidak penting dan 1 responden (2,2%) menjawab karena rata-rata konsumen adalah penikmat masakan padang.

Berdasarkan hasil perhitungan dan garis interval diatas, dapat diketahui melalui dua item

pertanyaan bahwa penilaian responden terhadap subvariabel persaingan memperoleh total skor sebesar 332 dan berada pada garis interval antara nilai 312,8 dan 386,4 yang berada pada kategori penting.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi Usaha

Setelah mengetahui skor dan kategori dari kelima subvariabel, skor dari setiap subvariabel tersebut diakumulasikan untuk mengetahui skor keseluruhan dan kategori dari tanggapan responden mengenai variabel lokasi usaha dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini:

Tabel 13: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi Usaha

No	Subvariabel	Jawaban Responden					Total Skor	Total Skor Sub-Variabel
		STP (1)	TP (2)	RR (3)	P (4)	SP (5)		
1	Akses	0	0	0	14	32	216	431
2		0	0	0	15	31	215	
3	Visibilitas	0	0	0	20	26	210	406
4		0	1	0	31	14	196	
5	Tempat Parkir	0	1	7	24	14	189	396
6		0	0	0	23	23	207	
7	Lingkungan	0	3	5	16	22	195	401
8		0	1	2	17	26	206	
9	Persaingan	3	10	10	19	4	149	332
10		1	4	3	25	13	183	
Total							1966	1966

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel rekapitulasi (tabel 13) dan tabel interval variable (tabel 5), diperoleh akumulasi adalah sebesar 1.966 dan berada pada garis interval antara nilai 1.932 dan 2.300 yang berada pada kategori sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa

secara keseluruhan pebisnis mempertimbangkan tiap faktor dengan sangat penting untuk mendirikan usaha restoran kelas kecil di lingkungan kampus Universitas Riau.

Skor tertinggi pada variabel lokasi usaha adalah pada indikator nomor 1 yaitu sebesar 216 tentang restoran terletak dilokasi yang mudah dilalui konsumen. Responden percaya dan yakin bahwa restoran terletak dilokasi yang mudah dilalui konsumen sangat penting untuk kesuksesan usaha restoran kelas kecil.

Skor terendah pada variabel lokasi usaha adalah pada indikator nomor 9 yaitu sebesar 149 mengenai kedekatan dengan lokasi pesaing. Responden menjawab ragu-ragu karena keberadaan pesaing tidak begitu mempengaruhi usaha mereka sendiri dan tidak menghalangi aktivitas usaha mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Selama periode penelitian menunjukkan bahwa data telah didistribusikan valid dan reliabel. Hal ini dapat terlihat dari uji validitas dan uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa tidak terdapat item pertanyaan yang menyimpang dari penelitian ini. Penelitian ini meneliti faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha pada restoran kelas kecil di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Dengan memperhatikan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian bahwa faktor penentu dalam pemilihan lokasi usaha pada bisnis restoran kelas kecil di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru adalah akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan . dimana faktor yang **sangat penting** dalam pemilihan lokasi usaha adalah akses, visibilitas, lingkungan, tempat parkir.

Sementara faktor lain yang dianggap **penting** bagi pemilik usaha adalah persaingan.

Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, oleh karenanya penelitian dalam menganalisis faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha dimasa yang akan datang sebaiknya menambah variabel penelitian serta meneliti pada objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alcacer, J. (2008). *Location choices across the value chain: how activity and capability influence agglomeration and competition effects*. New York Stern School of Business New York University.
- Arikunto, S. (2003). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi ed.). Jakarta: Rieke Cipta.
- Ghozali, I. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harding, H. A. (1978). *Manajemen Produksi*. Jakarta: Balai Aksara.
- Indarti, N. (2004). Business Location and Success: The Case of Internet Cafe Business in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171-192.
- Jean, M. (1987). *Production (Operations Management)* (Ed. 8 ed.). USA.
- Kartajaya, H. (1998). *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan*

- Persaingan Global*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran* (W. W. Bakuwatun, Trans.). Jakarta: Intermedia.
- Lamb, H., & Daniel, M. (2002). *Manajemen Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi, A. (2010). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi pada Usaha Mikro Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Diponegoro Pleburan). Unpublished Skripsi tidak Dipublikasikan. Universitas Diponegoro.
- Schmenner, R. W. (1994). Service Firm Location Decisions: Some Midwestern Evidence. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 5 (No. 3), 35-56.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV ALFABETA.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- www.budpar.go.id. (1998). Karakteristik Restoran Kelas Kecil, Menengah dan Besar.
- Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa: Konsep Implementasi. Edisi kedua*. Yogyakarta: FE UI.