

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan lokasi suatu organisasi atau perusahaan akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Adanya perbedaan sukses organisasi-organisasi dan perbedaan kekuatan atau kelemahan organisasi, sering karena faktor-faktor lokasi. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis yang membuatnya sangat penting, agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah dijangkau (Handoko , 2010).

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. Walaupun demikian, strategi lokasi pemilihan gudang, dapat ditentukan oleh kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman.

Tujuan dari strategi lokasi secara garis besar adalah memaksimalkan benefit dari lokasi. Benefit lokasi termasuk efisiensi waktu, biaya yang minimum, citra perusahaan, keuntungan (Profit) dan kredibilitas.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan lokasi. 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 kuliner, salah satunya bisnis kuliner *coffe shop*.

Pada jaman modern sekarang ini pertumbuhan *coffe shop* semakin meningkat. Tingkat pertumbuhan ini diikuti dengan meningkatnya pertumbuhan bisnis kuliner di Jawa Timur masih akan bertahan di atas 20 %. Hal ini disebabkan karena semakin menunjangnya sarana dan prasarana dalam perkembangan bisnis kuliner dan adanya fenomena nongkrong, hang out di kalangan anak remaja, para eksekutif bahkan tidak terkecuali pada suatu keluarga lebih memilih cafe sebagai sarana berlibur dalam menikmati waktu bersama-sama. Ngopi sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia seperti yang kita ketahui pada awalnya tradisi ngopi biasa dilakukan di warung kopi pinggir jalan yang memang khusus menjual minuman saja maupun warung yang menjual makanan dan minuman beserta kopi. Sekarang bisnis ngopi merambah ke tingkat yang lebih tinggi seperti *coffe shop*. Menurut Wikitionary (2010) *coffe shop* atau cafe kecil atau restoran kecil yang menjual kopi dan minuman non-alkohol, disertai makanan sederhana atau snack dengan fasilitas yang memadai.

Saat ini banyak para pengusahawan yang memanfaatkan perubahan mode untuk membangun *coffe shop*, banyak *coffe shop* dengan harga terjangkau

bermunculan untuk menjangkau para kalangan remaja, dengan konsep yang menarik para pengusaha mampu menarik para remaja untuk datang ke *coffe shop* mereka dengan harapan dapat mengajak lebih dari beberapa orang, akan tetapi belakangan ini mulai banyak *coffe shop* dengan konsep yang lebih menarik dengan harga yang cukup tinggi bermunculan namun bercita rasa tinggi. Para pengusaha berani menetapkan harga menu lebih tinggi dari *coffe shop* yang lainnya tanpa banyak mengubah konsep *coffe shop* yang memiliki harga terjangkau. Mereka hanya memberikan suatu emosi dan kesan pada gaya hidup para remaja saat ini yaitu dengan menikmati produk mereka para remaja dapat lebih dikenal oleh teman sebayanya maupun orang lain yang melihatnya bahwa mereka mampu atau sekedar menaikkan *prestige*.

Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Tjahjono Haryono, mengatakan, tumbuhnya industri cafe dan restoran di Surabaya dan Sidoarjo selain didorong perkembangan makro ekonomi, juga dipicu gaya hidup masyarakat. Apkrindo Jatim mencatat jumlah pengusaha kafe dan restoran di Jatim sekitar 230 anggota. Jumlah restoran di Surabaya untuk segmen menengah ke atas sekitar 600 usaha, dan untuk segmen menengah kebawah berjumlah 2.000 usaha (www.bisnissurabaya.com).

Salah satu *coffe shop* dengan harga terjangkau, suasana yang *cozy* dan menjadi buah bibir di jantung Kota Sidoarjo adalah Rolag Cafe Sidoarjo, beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No.27, Rw1, Sidokumpul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212, dengan konsep yang menarik mampu menarik pengunjung khususnya para remaja untuk datang ke *coffe shop*.

Faktor pemilihan lokasi usaha tidak hanya didasarkan pada faktor kedekatan dengan target pasar dan ketersediaan infrastruktur, terdapat faktor-

faktor lainnya yang menjadi pertimbangan pemilik usaha kuliner *coffe shop* yang berada di jantung Kota Sidoarjo dalam memilih dan menentukan lokasi usahanya yang pada akhirnya dapat menghantarkan usaha tersebut pada kesuksesan usaha.

Dari uraian yang peneliti jabarkan diatas, peneliti sangat tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, Kedekatan dengan konsumen Terhadap Kesuksesan Usaha Rolag Cafe Sidoarjo”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo?
2. Apakah lingkungan bisnis secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo?
3. Apakah dan kedekatan dengan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo?
4. Apakah kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan kedekatan dengan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan dengan infrastruktur secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan bisnis secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan dengan konsumen secara parsial terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan kedekatan dengan konsumen secara simultan terhadap kesuksesan usaha Rolag Cafe Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuktikan teori dan mengembangkan khasanah keilmuan di bidang penelitian tentang strategi pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Penulis

Diperoleh pengetahuan dan pengalaman praktis dari upaya identifikasi permasalahan yang berhubungan dengan kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis dan kedekatan dengan konsumen terhadap kesuksesan usaha.

- b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pemilihan lokasi usaha.