

FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN PEBISNIS DALAM PEMILIHAN LOKASI USAHA BATIK

(Studi pada IKM Batik di Kabupaten Sleman)

Intan Rismalaningrum

Intanrismala6@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. 55183

Telp./Fax (0774) 397656/387649, Website: www.umy.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze factors that can be considered in the selection of business locations of batik in Kabupaten Sleman and to know the dominant factors. This research was conducted on IKM batik in Kabupaten Sleman with a population of 45 Small and medium industries (SMIs). Methods of data collection using questionnaires distributed to the owner or manager of Small and medium industries (SMIs) batik in Sleman which is listed on the recapitulation of small industry data per Kecamatan of Sleman 2015. The analysis tool used in this research is confirmatory factor analysis which used SPSS.

The result show there are 5 factors that employers can consider in the selection of business location that is Accessibility, environment, competitive strategy, crowd level and traffic, while the most dominant factor is crowd level.

Key word: Location of business, location selection, and factor analysis.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis kini berkembang sangat pesat di jaman yang maju dan modern ini. Seiring dengan hal tersebut, pola pikir masyarakat yang modern mampu mengubah mata pencaharian mereka, mulai dari membangun usaha kecil-kecilan hingga membangun usaha yang besar dan menciptakan lapangan pekerjaan menjadi melimpah. Maraknya usaha pakaian yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta disebabkan kota ini merupakan kota yang padat penduduknya.

Sebagai kota yang terkenal oleh budaya dan kulinernya, juga tidak lepas dari ciri khasnya yaitu pakaian batik. Terdapat ciri khas dalam motif batik yang sekarang sedang dikembangkan oleh pengusaha batik di Kabupaten Sleman yaitu motif batik tulis Salak/Sinom Parijotho Salak. Pesaing yang dimiliki oleh pebisnis batik sangatlah banyak. Pebisnis harus memiliki strategi yang khusus untuk dapat berkembang dan bertahan.

Penentuan lokasi usaha memerlukan banyak perhitungan yang tepat agar dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak. Penentuan lokasi usaha membutuhkan banyak faktor-faktor yang harus dipertimbangkan. Menurut Heizer & Render (2015) dalam bukunya, sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi yaitu globalisasi, sejumlah faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan lokasi diantaranya adalah produktifitas, tenaga kerja, nilai tukar mata uang, budaya, perubahan perilaku menuju industri, dan kedekatan pada pangsa pasar, para pemasok, dan para pesaing.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha batik di Kabupaten Sleman?
2. Faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi pemilihan lokasi usaha batik di Kabupaten Sleman?

KAJIAN TEORI

Lokasi

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan.

Penentuan Lokasi

Menurut Munawaroh (2013) salah satu strategi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah pemilihan lokasi, baik lokasi pabrik untuk perusahaan manufaktur ataupun lokasi usaha untuk perusahaan jasa/retail maupun lokasi perkantornya. Pemilihan lokasi, diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi usaha yang telah ada maupun memindahkan lokasi perusahaan ke lokasi lainnya.

Faktor Penentu Pemilihan Lokasi usaha

Menurut Swastha dan 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

Faktor-Faktor yang Perlu dipertimbangkan dalam Penentuan Lokasi

Menurut Munawaroh (2013) pemilihan lokasi akan mempertimbangkan beberapa faktor, disesuaikan dengan jenis dan kondisi perusahaan.

- a. Faktor Dominan/Utama pada lokasi usaha manufaktur
 - 1) Tenaga kerja
 - 2) Pasar
 - 3) Kualitas kehidupan
 - 4) Kedekatan dengan suplier dan sumber
 - 5) Pajak, listrik dan air
 Faktor lain:
 - 1) Tersedianya tempat untuk ekspansi kemudian
 - 2) Aturan polusi
 - 3) Iklim
 - 4) Undang-undang
 - 5) Lain-lain
- b. Faktor dominan/utama pada lokasi perusahaan jasa
 - 1) Kedekatan dengan konsumen
 - 2) Biaya transformasi
 - 3) Kualitas kehidupan
 - 4) Lokasi pesaing
 Faktor spesifik:
 - 1) Lalu lintas
 - 2) Kelayakan
 - 3) Areal parkir

PENELITIAN TERDAHULU

1. Menurut Zuliarni dan Hidayat tahun 2013 dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Riau dalam Pemilihan Lokasi Usaha, 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.
2. Menurut Wamaliya dan Wirawan tahun 2014 dalam penelitiannya yang berjudul Perbandingan Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Lokasi Pedagang Perak dan Emas di Pasar Seni Celuk dan Ubud, penelitian ini bertujuan membandingkan faktor-faktor yang menentukan pemilihan lokasi pedagang perak dan emas di pasar seni Celuk dan Ubud. Ukuran sampel yang digunakan

dalam penelitian ini, di masing-masing lokasi adalah 36. Pengambilan sampel di Pasar seni Celuk menggunakan metode *Proportional Random Sampling* dan di Pasar Ubud menggunakan metode *Nonproportional Random Sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, sedangkan teknik analisis yang digunakan untuk menentukan faktor-faktor pemilihan lokasi di masing-masing tempat adalah analisis faktor eksploratori. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang menentukan pemilihan lokasi pedagang perak dan emas di Pasar Seni Celuk adalah faktor pertama yaitu Kompetisi/Persaingan Usaha dan faktor kedua yaitu Besarnya Modal Usaha. Sedangkan, faktor-faktor yang menentukan pedagang perak dan emas di Pasar Ubud adalah faktor pertama yaitu faktor Fasilitas Tempat Usaha dan faktor kedua yaitu faktor Kebersihan Tempat Usaha.

3. Menurut Sastrawan tahun 2015 dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima (PKL), (2) faktor apa yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL, (3) masalah yang dihadapi PKL di Pantai Penimbangan dan bagaimana solusinya. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi, kuesioner dan wawancara kemudian dianalisis dengan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL adalah aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah. (2) faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL adalah faktor aksesibilitas sebesar 56,331%. (3) masalah yang di hadapi PKL adalah kepastian penempatan lokasi, retribusi, permodalan, tingkat kehadiran konsumen bersifat incidental dan lingkungan yg kotor. Solusi dari masalah tersebut adalah PKL sudah memiliki ijin usaha yang pasti, jumlah retribusi disesuaikan dengan pendapatan PKL, adanya fasilitas bagi PKL dalam memperoleh modal dari bank dan peningkatan pelayan dan disediakannya petugas kebersihan oleh dinas terkait.

METODE PENELITIAN

Objek/Subjek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha batik yang ada di Kabupaten Sleman. Sedangkan subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik atau manajer dari usaha toko batik yang ada di Kabupaten Sleman.

Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data penelitian ini diperoleh secara langsung oleh pihak yang bersangkutan yang berupa jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Sumber data diperoleh dari pihak yang berwenang di perusahaan dan diperoleh dari responden melalui pengisian kuisisioner.

Populasi

Menurut Sugiyono (2006) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah usaha batik yang berada di Kabupaten Sleman sejumlah 45 unit usaha yang telah terdaftar di Rekapitulasi Data Industri Kecil Per Kecamatan Kabupaten Sleman Tahun 2015. Pada penelitian ini, hanya terdapat 42 unit usaha karena 3 diantaranya sudah tidak beroperasi dan dari 42 unit usaha hanya 38 unit usaha yang mengisi kuisioner.

Teknik Pengumpulan Data

Angket/kuisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Jenis angket/kuisioner yang digunakan yaitu kombinasi angket terbuka dan tertutup (Soeratto dan Arsyad, 1995). Kuisioner tertutup digunakan untuk mendapatkan hasil *confirmatory factor analysis*/ analisis faktor konfirmatori. Sedangkan kuisioner terbuka digunakan untuk mencari temuan-temuan baru yang belum pernah ada.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Lokasi

Menurut Tjiptono (2007) Lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Dalam pemilihan lokasi terdapat subvariabel yang dapat digunakan dalam penelitian ini menurut Zuliarni dan Hidayat (2013) yaitu:

- a. Akses adalah jalan masuk atau jalan menuju sebuah lokasi. Atau tingkat kemudahan dilalui atau dijangkau. Indikator yang digunakan adalah kemudahan untuk dikunjungi, dengan item:
 - 1) Tempat usaha berada di lokasi yang mudah dilalui konsumen.
 - 2) Tempat usaha mudah dijangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas adalah keadaan dapat dilihat dan diamati (terutama untuk keadaan lokasi dan benda dapat dilihat dengan jelas pada jarak tertentu). Indikator yang digunakan adalah kemungkinan terlihat, dengan item:
 - 1) Lokasi usaha terlihat dengan jelas.
 - 2) Lokasi usaha berada di tempat terbuka.
- c. Tempat Parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan yang tidak bersifat sementara untuk melakukan kegiatan pada kurun waktu. Indikator yang digunakan adalah luas dan keamanan dengan item:
 - 1) Lokasi usaha tersedia tempat parkir yang luas.
 - 2) Lokasi usaha tersedia tempat parkir yang aman.

- 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. Indikator yang digunakan adalah lingkungan yang mendukung, dengan item lokasi usaha berdekatan dengan perkantoran/keramaian.
- e. Persaingan adalah suatu bentuk usaha yang dilaksanakan supaya mendapatkan kemenangan atau mendapatkan posisi yang lebih baik tanpa harus terjadi benturan fisik atau konflik. Indikator yang digunakan adalah jarak dan produk pesaing, dengan item:
 - 1) Lokasi usaha berdekatan dengan pesaing.
 - 2) Terdapat differensiasi produk dengan pesaing di tempat lain.

Dalam pemilihan lokasi terdapat subvariabel yang dapat digunakan dalam penelitian ini menurut Sastrawan (2015)

- a. Lalu lintas adalah tempat yang digunakan menuju ke tempat tujuan. Indikator yang digunakan adalah banyaknya lalulalang dan kemacetan, dengan item:
 - 1) Lokasi usaha terdapat lalu lintas tanpa hambatan.
 - 2) Lokasi usaha terdapat lalu lintas dua arah.
- b. Ekspansi adalah tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari. Indikator yang digunakan adalah ketersediaan lahan untuk yang akan datang dengan item:
 - 1) Terdapat lahan untuk perluasan lahan usaha.
 - 2) Terdapat persetujuan dari masyarakat untuk ekspansi.

Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas

Menurut Rahmawati dkk, (2012) Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur. Ghazali (2009), menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid atau tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi Product Momen Pearson dengan menggunakan *software SPSS for Windows* dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria valid sebagai berikut :

- a. Apabila signifikansi hasil korelasi $\leq 0,05$ (5%), maka item pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Apabila signifikansi hasil korelasi $> 0,05$ (5%) maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Uji Reliabilitas

. Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Ghozali, 2009).

Uji reliabilitas menggunakan *software SPSS for Windows* dan diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha (Sekaran, 2000 dalam Rahmawati dkk, 2012). Kriteria reliabel sebagai berikut:

- a. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka item pertanyaan tersebut reliabel.
- b. Apabila hasil koefisiensi Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Analisis Faktor

Menurut Santoso (2015) proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Tahap-Tahap Analisis Faktor:

- a. Tahap pertama analisis faktor: menilai variabel yang layak
- b. Tahap kedua analisis faktor: proses *factoring* dan rotasi
- c. Tahap ketiga analisis faktor: validasi faktor
- d. Tahap keempat analisis faktor: membuat *factor scores*

Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)

Dari sudut penggunaannya, analisis faktor dibagi menjadi dua yaitu analisis faktor eksplorasi dan analisis faktor konfirmatori. Analisis faktor eksplorasi memiliki cari jumlah faktor yang terjadi tidak diketahui atau tidak ditentukan terlebih dahulu. Dalam penelitian kali ini, analisis faktor yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*). Faktor konfirmatori dimulai dengan anggapan adanya teori yang sudah kuat untuk suatu konstruk atau model penelitian tertentu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Obyek dalam penelitian ini adalah IKM Batik di Sleman yang terdaftar dalam Rekapitulasi Data Industri Kecil Per Kecamatan Kabupaten Sleman tahun 2015. Seperti halnya batik dari berbagai daerah lainnya di Indonesia yang memiliki karakteristik tersendiri, batik khas Sleman juga memiliki karakteristik yang dapat dilihat dari motif desainnya, yang terinspirasi dari keberagaman flora, fauna dan kondisi geografis di Kabupaten Sleman. Terdapat 7 motif batik khas Sleman yang telah didaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada Kementerian Hukum dan HAM, yakni motif Batik Sinom Parijoto, motif Batik Salak Pondoh, motif Batik Belut Salak, motif Batik Gajah Kombinasi Parang Rusak Baron, motif Batik Salak, motif Batik Salakan, dan motif Batik Sinom Parijoto Salak.

Batik Sinom Parijoto merupakan batik motif yang menjadi ciri khas dari Sleman yang dapat dijadikan buah tangan wisatawan. Motif Sinom Parijoto Salak

berawal dari warga Sleman yang memenangkan Lomba Desain Batik Sleman Tahun 2012 dan ditetapkan menjadi motif khas batik Kabupaten Sleman. Dalam ciri khas batik Sleman tidak hanya terletak pada motifnya saja, namun dalam pewarna yang digunakannya. Pewarnaan alami kini telah dikembangkan oleh para pengusaha batik yang berada di Sleman guna menjaga kelestarian lingkungan serta aman untuk konsumennya.

Berikut ini di sajikan data responden penelitian, berdasarkan karakteristiknya.

1. Karakteristik Responden berdasarkan Umur usaha

Hasil Umur Usaha dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1. Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas umur usaha adalah antara 4 - 5,9 tahun sebesar 34,21% atau 13 responden sedangkan umur usaha paling sedikit yaitu antara 0 - 1,9 tahun sebesar 2,63% atau 1 responden.

Tabel 4.1
Hasil Umur Usaha

Umur Usaha	Jumlah	Persentase (%)
0 - 1,9 tahun	1	2,63 %
2 - 3,9 tahun	10	26,31 %
4 - 5,9 tahun	13	34,21 %
6 - 7,9 tahun	7	18,42 %
>10 tahun	7	18,42 %
Jumlah	38	100 %

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 3

2. Karakteristik Responden berdasarkan Omset Usaha/Bulan

Hasil analisis data ini, diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap tingkat omset usaha batik seperti ditunjukkan pada Tabel 4.2. Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas omset usaha per bulan yaitu antara Rp.6.000.000 - Rp.10.000.000 sebesar 34,21% atau 13 responden sedangkan omset usaha per bulan paling rendah yaitu antara Rp. Rp.11.000.000 - Rp.15.000.000 sebesar 7,89% atau 3 responden dan omset usaha antara Rp.16.000.000 - Rp.20.000.000 sebesar 7,89% atau 3 responden.

Tabel 4.2
Omset Usaha per Bulan

Omset	Jumlah	Persentase (%)
Rp.0 - Rp.5.000.000	11	28,95 %
Rp.6.000.000 - Rp.10.000.000	13	34,21 %
Rp.11.000.000 - Rp.15.000.000	3	7,89 %
Rp.16.000.000 - Rp.20.000.000	3	7,89 %
≥Rp.21.000.000	8	21,05 %
Jumlah	38	100 %

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 3

3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas 2 kelompok yaitu pria dan wanita. Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Jenis Kelamin

Janis kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	24	63,16 %
Wanita	14	36,84 %
Jumlah	38	100 %

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 3

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usaha batik adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 63,16% dan responden wanita sebanyak 14 orang atau 36,84%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki usaha batik adalah mayoritas berjenis kelamin pria, sehingga menunjukkan bahwa pria lebih berminat dengan usaha batik.

4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia Pemilik

Hasil usia responden dapat ditunjukkan pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Usia Pemilik

Usia	Responden	Persentase (%)
25 - 32 tahun	5	13,158 %
33 - 40 tahun	6	15,789 %
41 - 48 tahun	17	44,737 %
49 - 56 tahun	6	15,789 %
57 - 64 tahun	4	10,526 %
Jumlah	38	100 %

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 3

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pebisnis produktif yang berusia antara 41 - 48 tahun sebesar 44,737% atau 17 orang, sedangkan usia responden paling sedikit yaitu pada usia antara 57 - 64 tahun sebesar 10,526% atau 4 orang.

Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas

Menurut Rahmawati dkk, (2012) Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dari item pertanyaan. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi Product Momen Pearson dengan menggunakan *software SPSS for Windows* dengan taraf signifikansi 5%.

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor akses, visitabilitas, tempat parkir, lingkungan, persaingan, lalu lintas, dan ekspansi dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid dan data pada penelitian dapat dinyatakan layak untuk dilakukan analisis karena nilai signifikansi $p < 0,05$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Subvariabel	Item	Sig	Keterangan
Lokasi	Akses	AKS1	0,001	Valid
		AKS2	0,034	Valid
	Visitabilitas	VIS1	0,000	Valid
		VIS2	0,000	Valid
	Tempat Parkir	TP1	0,000	Valid
		TP2	0,000	Valid
	Lingkungan	LING	0,000	Valid
	Persaingan	PERS1	0,039	Valid
		PERS2	0,000	Valid
	Lalu Lintas	LL1	0,026	Valid
		LL2	0,010	Valid
	Ekspansi	EKS1	0,000	Valid
		EKS2	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 4

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Uji reliabilitas ini menggunakan *software SPSS for Windows* dan diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Hasil perhitungan angka dapat ditunjukkan pada Tabel 4.6:

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Nilai Batas	Keterangan
Lokasi	0,785	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 4

Berdasarkan angka hasil perhitungan reliabilitas seperti yang ada dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel lebih besar dari 0,6, sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

Hasil Penelitian

1. Uji Kelayakan variabel

Alat uji *KMO and Bartlett's test of sphericity* dan *Anti-image Matrices* digunakan untuk uji awal kelayakan data untuk dapat diuji lebih lanjut.

Tabel 4.7
KMO and Bartlett's Test

KMO Measure of Sampling Adequacy:	.699
Sig:	.000

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 5

Angka KMO and Bartlett's Test adalah 0,699 yang angka tersebut diatas 0,5, serta signifikansi 0,000 yang angka tersebut di bawah 0,05, maka variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil MSA pada uji kelayakan yaitu semua angka pada MSA sudah di atas 0,5 sehingga dapat dianalisis lebih lanjut (Sumber: Lampiran 5).

2. Analisis faktor konfirmatori/ *Confirmatory Factor Analysis*

Hasil analisis faktor konfirmatori dalam penelitian ini yaitu:

a. Tahap pertama

Pada analisis faktor konfirmatori yaitu dengan menentukan jumlah faktor yang akan dibentuk terlebih dahulu. Analisis ini dimulai dengan anggapan adanya teori yang sudah kuat untuk suatu konstruk atau model penelitian tertentu (Santoso, 2015). Pada penelitian ini, suatu konstruk sudah terbentuk dengan kuat yaitu akses, visitabilitas, tempat parkir, lingkungan, dan persaingan yang diperoleh dari hasil penelitian Zuliarni dan Hidayat (2013) serta lalu lintas dan ekspansi yang diperoleh dari hasil penelitian Sastrawan (2015).

Faktor yang sudah terbentuk kemudian dapat dilakukan proses analisis faktor yang digunakan untuk menguji/mengkonfirmasi apakah faktor yang terbentuk sudah sesuai dengan yang dikehendaki. Langkah awal penelitian ini yaitu menentukan jumlah faktor yang akan dibentuk menjadi 4. Hasil analisis faktor tersebut yaitu:

Tabel 4.8
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,781	29,083	29,083	3,781	29,083	29,083	3,330	25,612	25,612
2	2,836	21,815	50,898	2,836	21,815	50,898	2,189	16,835	42,447
3	1,790	13,765	64,664	1,790	13,765	64,664	2,184	16,797	59,244
4	1,106	8,506	73,170	1,106	8,506	73,170	1,810	13,926	73,170
5	,842	6,480	79,650						
6	,787	6,057	85,706						
7	,534	4,111	89,817						
8	,433	3,333	93,149						
9	,333	2,564	95,713						
10	,233	1,795	97,508						
11	,179	1,373	98,882						
12	,107	,825	99,707						
13	,038	,293	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ata diolah, 2017, Lampiran 6

Angka 73,170 % (kolom *Rotation Sums of Squared Loadings* pada bagian *Cumulative %*) dari hasil di atas sudah cukup bagus yang angka tersebut sudah lebih dari 50 %, namun angka tersebut masih kurang dari 80%. Artinya dari ke tujuh faktor terbentuk angka 73,170 % varian yang dapat dijelaskan pada data tersebut, sedangkan sisanya ($100\% - 73,1705\% = 26,83\%$) dijelaskan oleh variabel atau faktor diluar tujuh faktor tersebut. Hasil tersebut diperoleh dari analisis faktor konfirmatori dengan proses metode rotasi ORTHOGONAL ROTATION yaitu metode varimax. Hasil rotasi dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Rotasi Analisis Faktor

Faktor	Item
--------	------

1	AKS1, AKS2
2	VIS2, TP1, TP2, LING
3	PER1, PER2, EKS1, EKS2
4	VIS1, LL1, LL2

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 6

Pada tabel rotasi di atas, terlihat ada 4 faktor yang terbentuk. Faktor tersebut terbentuk menjadi 4 yang pada tahap awal sudah ditentukan. Pada hasil tersebut, ditemukan ketidak sesuaian yaitu tergabungnya item VIS1 dengan item LL1 & LL2, maka dilakukan langkah selanjutnya yaitu mencoba mengeksplorasi hasil sebelumnya. Proses eksplorasi dilakukan dengan menambahkan jumlah faktor menjadi 5. Hasil analisis faktor menggunakan metode varimax dengan jumlah faktor 5 yaitu:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Faktor

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,781	29,083	29,083	3,781	29,083	29,083	3,320	25,539	25,539
2	2,836	21,815	50,898	2,836	21,815	50,898	2,329	17,913	43,453
3	1,790	13,765	64,664	1,790	13,765	64,664	2,192	16,861	60,314
4	1,106	8,506	73,170	1,106	8,506	73,170	1,297	9,980	70,294
5	,842	6,480	79,650	,842	6,480	79,650	1,216	9,355	79,650
6	,787	6,057	85,706						
7	,534	4,111	89,817						
8	,433	3,333	93,149						
9	,333	2,564	95,713						
10	,233	1,795	97,508						
11	,179	1,373	98,882						
12	,107	,825	99,707						
13	,038	,293	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a
ta diolah, 2017, Lampiran 6

Pada tabel di atas menunjukkan angka pada total *cumulative* yaitu sebesar 79,650%. Angka tersebut sudah mendekati angka 80% yang termasuk cukup untuk dapat digunakan dan dapat dilihat pengaruhnya pada analisis sebaran variabel. Hasil dari analisis rotasi dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Hasil Rotasi Analisis Faktor

Faktor	Item
1	AKS1, AKS2, VIS1
2	VIS2, TP1, TP2, LING
3	PER1, PER2, EKS1, EKS2
4	LL2
5	LL1

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 6

Hasil proses rotasi di atas, menunjukkan bahwa item AKS1 & AKS2 bergabung dengan item VIS1, tergabungnya item VIS2, TP1, TP2, dan LING, item PER1 & PER2 bergabung dengan EKS1 & EKS2, serta item LL1 & LL2 yang terpecah menjadi 2 faktor. Dari hasil tersebut, sudah layak dan sudah dapat dihentikan proses eksplorasi. Proses yang terakhir pada tahap ini yaitu memberikan nama baru namun masih dapat mewakili faktor awal.

Pada Tabel 4.11 di atas, terdapat hasil dari analisis faktor konfirmatori yang dikombinasi dengan analisis faktor eksploratori yaitu aksesibilitas, lingkungan, strategi bersaing, tingkat keramaian dan lalu lintas.

Tabel 4.12
Analisis Faktor Konfirmatori

ITEM	FAKTOR	NAMA FAKTOR BARU
Tempat usaha terletak di lokasi yang mudah dilalui konsumen.	Akses (AKS1)	Aksesibilitas
Lokasi usaha mudah dijangkau sarana transportasi	Akses (AKS2)	
Lokasi usaha terlihat dengan jelas	Visitabilitas (VIS1)	
Tempat usaha berada pada tempat terbuka	Visitabilitas (VIS2)	Lingkungan
Tempat usaha tersedia tempat parkir yang luas	Tempat Parkir (TP1)	
Tempat usaha tersedia tempat parkir yang aman	Tempat Parkir (TP2)	
Lokasi berdekatan dengan perkantoran/keramaian	Lingkungan (LING)	
Lokasi usaha berdekatan dengan pesaing	Persaingan (PER1)	Strategi Bersaing
Diferensiasi produk dengan pesain di tempat lain	Persaingan (PER2)	
Tersedia lahan untuk perluasan tempat usaha	Ekspansi (EKS1)	
Terdapat persetujuan masyarakat untuk ekspansi	Ekspansi (EKS2)	
Lokasi usaha terdapat lalu lintas 2 arah	Lalu Lintas (LL2)	Tingkat Keramaian
Lalu lintas tanpa hambatan	Lalu Lintas (LL1)	Lalu Lintas

Sumber: Data diolah, 2017, Lampiran 6

3. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pemilihan lokasi usaha pada usaha batik di Kabupaten Sleman

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang telah diberikan kepada responden yang berjumlah 38 orang, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan lokasi usaha serta faktor paling dominan dalam mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Faktor-faktor yang paling dominan dapat dilihat dalam Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13

Faktor Dominan Penentuan Lokasi Usaha

Faktor	Mean
Akseibilitas	4,280
Lingkungan	3,763
Strategi bersaing	3,703
Tingkat keramaian	4,368
Lalu lintas	4,342

Sumber data: Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu faktor tingkat keramaian dengan jumlah rata-rata yaitu 4,368.

4. **Faktor-faktor lain yang menjadi pemilihan lokasi usaha**

Berdasarkan hasil dari kuisioner faktor-faktor pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha, terdapat faktor-faktor lain yang terbentuk. Faktor-faktor tersebut diperoleh dari jawaban responden terhadap kuisioner terbuka yang sifatnya tidak wajib untuk diisikan. Berikut tabel faktor-faktor lain:

Tabel 4.14

Faktor-Faktor Lain Penentu Lokasi Usaha

No.	Faktor Lain Penentu Lokasi	Frekuensi
1.	Ketersediaan SDM	6
2.	Ketersediaan ruang usaha	4
3.	Dekat dengan pelanggan	1

Total	11
-------	----

Sumber data: Lampiran 8

Pada tabel di atas, jumlah keseluruhan responden yang menjawab kuisioner terbuka ada 11 orang. Dari 11 responden, 6 responden diantaranya menjawab ketersediaan SDM, 4 responden menjawab ketersediaan ruang usaha, dan 1 responden menjawab dekat dengan pelanggan.

Ketersediaan sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penting pemilihan lokasi usaha batik karena sedikitnya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk membuat batik sehingga pengusaha batik penting memilih lokasi yang mempunyai banyak sumberdaya manusia yang mampu melakukan proses pembuatan batik. Selain itu, ketersediaan ruang usaha membuat pebisnis dapat lebih leluasa untuk melakukan proses pembuatan/produksi serta dalam hal penjualan, pebisnis akan lebih banyak memiliki waktu. Pebisnis dapat melakukan aktifitas usahanya, dapat pula menjalankan aktifitas pribadi karena ruang usaha yang tersedia akan memberikan kenyamanan. Kedekatan lokasi usaha dengan pelanggan juga perlu dipertimbangkan karena dalam usaha batik, pelanggan memperhitungkan jarak. Pada usaha batik, kedekatan usaha dengan konsumen akan lebih memberikan banyak hasil.

Pembahasan

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha toko/usaha batik di Kabupaten Sleman.

Berdasarkan hasil analisis faktor konfirmatori yang dikombinasikan dengan analisis faktor eksploratori, terdapat faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha batik di Kabupaten Sleman. Faktor-faktor tersebut terbentuk setelah melalui beberapa tahapan yaitu menentukan jumlah faktor menjadi 4 dan hasil tersebut terdapat ketidak sesuaian yang kemudian ditambahkan jumlah faktornya hingga terbentuk menjadi 5 faktor.

Menurut Santoso (2015) jika analisis faktor konfirmatori terdapat ketidak sesuaian dapat mengeksplorasi hasil faktor. Eksplorasi dapat dilakukan dengan penambahan jumlah faktor, dengan *total varian explained* mencapai 80 %.

a. Faktor aksesibilitas

Faktor aksesibilitas terdiri dari item pertanyaan tempat usaha berada di lokasi yang mudah dilalui konsumen, tempat usaha mudah dijangkau sarana transportasi, dan lokasi usaha terlihat dengan jelas. Semua item pembentuk faktor tersebut membuktikan bahwa lokasi usaha dapat ditentukan oleh pebisnis dengan mempertimbangkan aksesibilitas sehingga konsumen merasa mudah untuk mengunjungi lokasi usaha batik. Tersedianya aksesibilitas merupakan hal penting karena kemudahan untuk mengakses lokasi maka dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang. Melihat secara fisik, batik dapat dipertimbangkan dengan cara konsumen langsung datang untuk melihat dan menilai desain batik dan bahan dari batik itu sendiri sehingga aksesibilitas sangat dipertimbangkan.

b. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan terdiri dari item tempat usaha berada pada tempat terbuka, tempat usaha tersedia tempat parkir yang luas, tempat usaha tersedia tempat parkir yang aman, dan lokasi berdekatan dengan perkantoran/keramaian. Faktor lingkungan, pebisnis mempertimbangkan keadaan di sekitar lokasi usaha yang akan mempengaruhi keberlangsungan usaha. Pada usaha batik, berdekatan dengan perkantoran/keramaian sangat menguntungkan karena selain dapat dijadikan buah tangan, batik juga digunakan sebagai pakaian resmi. Selain itu, memiliki tempat usaha yang terbuka, tempat parkir luas dan aman akan memberikan kenyamanan konsumen saat mengunjungi usaha batik.

c. Faktor Strategi bersaing

Faktor strategi bersaing terdiri dari item lokasi usaha berdekatan dengan pesaing, diferensiasi produk dengan pesain di tempat lain, tersedia lahan untuk perluasan tempat usaha, dan terdapat persetujuan masyarakat untuk ekspansi. Faktor tersebut dapat dipertimbangkan pebisnis karena dengan adanya strategi bersaing, pebisnis menjadi lebih mudah untuk dapat berkompetisi. Usaha batik merupakan usaha yang memiliki banyak kreatifitas dan inovasi sehingga pebisnis memiliki produk yang berbeda yang akan dijadikan produk unggulan bersaing. Sehingga pada saat harus berdekatan dengan pesaingnya, usaha batik akan unggul dan bertahan kemudian dapat melakukan perluasan lahan untuk dapat menyediakan produk lebih banyak serta bervariasi.

d. Faktor tingkat keramaian

Faktor tingkat keramaian terdiri dari item pertanyaan lokasi usaha terdapat lalu lintas 2 arah. Pada faktor tingkat keraian, memberikan peluang bagi pebisnis karena lalu lalang pejalan kaki dan kendaraan akan membuat usaha batik dapat dilirik. Konsumen akan tertarik saat menjumpai tempat-tempat yang sering dilalui, sehingga pebisnis tidak hanya mengandalkan promosi untuk mengenalkan produknya namun konsumen dapat secara langsung mendapatkan informasi produk dan menilai produk tersebut.

e. Faktor Lalu lintas

Faktor lalu lintas terdiri dari item pertanyaan terdapat lalu lintas tanpa hambatan. Faktor ini dapat dipertimbangkan pebisnis dengan melihat lokasi usaha. Lokasi usaha yang baik yaitu lokasi usaha yang memiliki sedikit hambatan untuk dapat mencapainya sehingga konsumen dapat lancar mencapai lokasi usaha batik.

2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pemilihan lokasi usaha batik di Kabupaten Sleman.

Berdasarkan perhitungan tanggapan responden terhadap subvariabel sebelumnya, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha. Setelah mengetahui rata-rata skor faktor paling dominan dalam pemilihan

lokasi usaha, maka di peroleh hasil yang dapat dipertimbangkan oleh pebisnis batik di Kabupaten Sleman.

Skor tertinggi dari rata-rata faktor yang paling dominan yaitu pada faktor tingkat keramaian. Faktor ini menjadi faktor yang utama/dominan para pebisnis untuk dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi karena dengan tempat usaha berada di lokasi yang sering di lalui, maka memungkinkan pengunjung untuk datang. Faktor ini akan sangat menguntungkan pebisnis karena dapat mengurangi biaya promosi yang dikeluarkan. Pengunjung akan datang langsung untuk dapat memilih produk yang disukai tanpa harus ragu dengan desain dan bahan yang ditawarkan.

PENUTUP

Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian faktor-faktor pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha pada IKM di Kabupaten Sleman sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu aksesibilitas, lingkungan, strategi bersaing, tingkat keramaian, dan lalu lintas.
2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pemilihan lokasi usaha toko batik di Kabupaten Sleman yaitu tingkat keramaian.
3. Faktor-faktor lain yang dapat dipertimbangkan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha yaitu SDM, ruang usaha, dan dekat dengan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian ini melibatkan subyek berjumlah 38 responden dari keseluruhan 45 IKM batik di Kabupaten Sleman. Sehingga peneliti belum dapat menjangkau semua populasi yang terdaftar pada data potensi IKM tahun 2015 Disperindag Kabupaten Sleman.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. IKM batik Kabupaten Sleman dapat mempertimbangkan faktor yaitu:
 - a. Aksesibilitas yaitu mudah dilalui konsumen, mudah dijangkau transformasi dan lokasi terlihat dengan jelas.
 - b. Lingkungan yaitu lokasi usaha terbuka, tersedia tempat parkir yang luas dan aman, lokasi dekat dengan keramaian.
 - c. Strategi bersaing yaitu lokasi dekat dengan pesaing, perbedaan produk dengan pesaing, tersedia perluasan lahan dan persetujuan perluasan.
 - d. Tingkat keramaian yaitu terdapat lalu lintas 2 arah.
 - e. lalu lintas yaitu lalu lintas tanpa hambatan.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan subvariabel SDM, ruang usaha dan dekat dengan pelanggan yang diperoleh dari kuisioner terbuka penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani, 2000, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: BPFE.
- Heizer, J. & Render, B, 2015, *Operation Management*, Jakarta: Salemba Empat.
- Indarti, N, 2004, Business Location and Success: The Case of Internet Cafe Business in Indonesia, *Gajah Mada International Journal of Business*, vol. 6 No. 2
- Kasmir, 2014, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Jakarta, Prenadamedia Group.
- Kotler, P., 2008, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A., 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakarta, Salemba Empat.
- Munawaroh, Munjiati, 2013. *Manajemen Operasi*. Edisi 2, Yogyakarta: LP3M UMY.
- Rahmawati, Fajarwati, Fauziyah, 2012, *Statistik*, Edisi 1, Penerbit Laboratorium Manajemen FEUMY.
- Santoso, Singgih, 2015, *Menguasai Statistik Multivariat*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Sastrawan, I Wayan, 2015, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima di Pantai Penimbangan", *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5 No. 1
- Soeratno, & Arsyad, 1995, *Metode penelitian*, Yogyakarta, Penerbit: YKPN.
- Subagyo, Pangestu, 2000, *Manajemen Operasi*, Yogyakarta, BPFE-YOGYAKARTA.

Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Swastha, B, & Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

Tjiptono, F, 2007, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

Yazid, 2001, *Pemasaran Jasa: Konsep Implementasi*, Edisi kedua, Yogyakarta: FE UI.

Wamaliya, Firmila dan I Gusti Putu Natha Wirawan. 2014, "Perbandingan Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Lokasi Pedagang Perak Dan Emas di Pasar Seni Celuk Dan Ubud", *Jurnal EP Unud*, Vol. 3 No. 6.

Zuliarni, Sri dan Hidayat, Relon, T, 2013, "Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 3 No. 2.

<http://www.slemankab.go.id/9416/pemkab-sleman-gelar-lomba-batik-pewarna-alami.slm> (Dikutip pada Sabtu, 1 April 2017)

<http://www.pengertianahli.com/2014/01/pengertian-batik-dan-jenis-batik.html> (Dikutip pada Rabu, 12 April 2017)

