

EVALUASI STRATEGI LOKASI DALAM PENGEMBANGAN USAHA KAFE DI DAERAH SUBURBAN: KASUS CAFÉ KOBOCOFFEE DI KECAMATAN MAJALAYA

Triyana

Universitas Teknologi Digital
triyana10120062@digitechuniversity.ac.id

Riyan Hadithya

Universitas Teknologi Digital
riyanhadithya@digitechuniveristy.ac.id

ABSTRACT

Location selection is an important factor for companies to survive in competition. Therefore, it is necessary to have a business location that is strategic and easily accessible to consumers. Choosing the right location is one of the determining factors for the success of a company. It is hoped that a suitable business location can meet the expectations of entrepreneurs to attract consumers and increase profits. Therefore, choosing a business location that is close to the target market and has access to appropriate infrastructure is also a strategy to help consumers access the desired products/services.

The research method is qualitative using descriptive analysis. The population is 50 people seen from visitors who buy merchandise and the sample is 45 people. To collect answers from respondents, a questionnaire was distributed containing statements relating to 5 location indicators, namely Access, Visibility, Traffic, Parking and Environment.

The research results show that the location indicator values can be obtained very good results with a respondent score of 61.6 and an average assessment of 4.1. This significant figure shows that the Kobocoffee location is considered very appropriate by respondents. Factors such as accessibility, visibility, traffic, security, and the surrounding environment are likely to be factors that contribute to this positive assessment. The results of this research confirm that Kobocoffee's location selection has been carried out carefully and takes into account the preferences and needs of potential customers, which in turn can support the growth and success of Kobocoffee's business.

Keywords: Accurate Location, Kobocoffee, Majalaya District

ABSTRAK

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk bertahan dalam persaingan. Oleh karena itu diperlukannya lokasi usaha yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi usaha yang sesuai diharapkan dapat memenuhi harapan para pengusaha untuk menarik konsumen dan meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi

usaha yang dekat dengan target pasar dan memiliki akses infrastruktur yang sesuai juga menjadi strategi untuk membantu konsumen mengakses produk/jasa yang diinginkan.

Metode penelitiannya adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi nya berjumlah 50 orang yang dilihat dari pengunjung yang membeli marchandise dan sampel nya 45 orang. Untuk mengumpulkan jawaban dari responden maka dilakukan penyebaran kuisioner yang berisikan pernyataan yang berkaitan dengan 5 indikator lokasi yaitu Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir dan Lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai indicator lokasi dapat diperoleh hasil yang sangat baik dengan nilai responden sebesar 61,6 dan rata-rata penilaian sebesar 4.1. Angka yang signifikan ini menunjukkan bahwa lokasi Kobocoffee dianggap sangat tepat oleh para responden. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilita, lalu lintas, keamanan, serta lingkungan sekitar kemungkinan besar menjadi faktor yang berkontribusi pada penilaian positif ini. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pemilihan lokasi Kobocoffee telah dilakukan dengan cermat dan memperhitungkan preferensi serta kebutuhan pelanggan potensial, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan dan kesuksesan bisnis Kobocoffee.

Kata Kunci: Ketepatan Lokasi, Kobocoffee, Kecamatan Majalaya

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sebelum memulai usaha alangkah baiknya seorang *entrepreneur* melibatkan konsep marketing mix yang di kenal dengan 4P (*product, price, place, promotion*) di dalam perencanaan bisnisnya terlebih lagi jika seorang entrepreneur tersebut baru memulai sebuah *start up*. Fokus pembahasan kali ini adalah pada *place* yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha dalam bisnis.

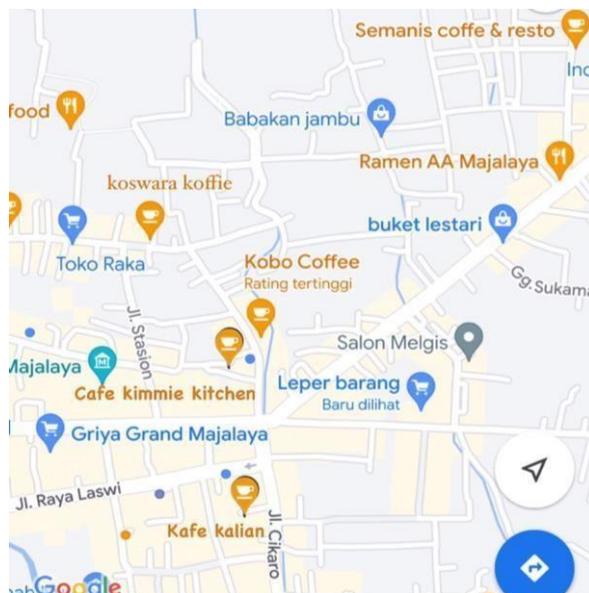
Menurut Kloter, Philip, & Keller di dalam jurnal Kumalasari (2017) *place (lokasi)* merupakan segala sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan bisnis untuk membuat produk agar mudah diperoleh oleh pelanggan dan selalu tersedia bagi pelanggan. Apabila berada dalam kondisi bisnis yang memiliki persaingan ketat, faktor pemilihan lokasi menjadi komponen utama yang penting agar usaha yang dijalankan juga dapat bersaing secara efektif, maka perlu adanya lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Para pengusaha selalu memiliki pertimbangan yang matang mengenai lokasi sebelum membuka usahanya. Tidak menutup kemungkinan bahkan usaha jasa pun juga harus memiliki lokasi yang dekat dengan para pelanggan dalam rangka memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan agar hubungan dengan para pelanggan dapat terjaga dengan baik.

Lokasi usaha yang sesuai di harapkan dapat memenuhi harapan para pengusaha untuk menarik konsumen dan meningkatkan keuntungan. Sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan mempengaruhi kinerja dan otomatis pengusaha tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha yang dekat dengan target pasar dan memiliki akses infrastruktur yang sesuai juga menjadi strategi untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk/jasa yang diinginkan. Menurut Harding.H.A di dalam jurnal Kumalasari (2017) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi bisnis yaitu lingkungan masyarakat, sumber daya alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi, tanah untuk ekspansi, dan pembangkit tenaga listrik.

Lokasi yang baik bagi café yaitu lokasi yang mudah diakses oleh pelanggan potensial dan memiliki lalu lintas yang cukup penting dan dapat di jangkau oleh transportasi umum. Sebuah cafe di pinggir jalan utama, area perkantoran, atau pusat perbelanjaan bisa menjadi pilihan yang baik. Sebuah café yang sesuai dengan gaya hidup dan suasana di sekitarnya akan

lebih mudah diterima oleh masyarakat lokal. Lokasi yang aman dan nyaman bagi pelanggan sangat penting. Maka area sekitar cafe tidak memiliki masalah keamanan yang berpotensi mengurangi daya Tarik pelanggan. Karena café sering di gunakan bukan hanya untuk kuliner namun sering digunakan untuk yang bekerja, belajar, bahkan hanya sekedar menenangkan diri.

Cafe "kobocoffee" adalah destinasi kuliner yang menyajikan pengalaman unik dengan suasana santai dan ramah yang berlokasi di Jl Saparako Timur No 10 Kecamatanamatan Majalaya Kabupaten Bandung. Kobo singkatan dari kolaborasi dimana kolaborasi antara petani kopi, *prosesor*, *roastery*, dan barista agar kobocoffe ini dapat menghasilkan yang maksimal. Dengan dekorasi yang modern dan hangat, cafe ini menciptakan ruang yang nyaman untuk para pelanggan menikmati berbagai macam minuman kopi berkualitas tinggi, teh pilihan, serta hidangan ringan yang lezat. Para pengunjung dapat menikmati suasana yang bersahabat sambil bekerja, berkumpul dengan teman, atau hanya bersantai dan menikmati momen santai dengan musik latar yang menenangkan.



Gambar 1.1

Peta lokasi Kobocoffee

Sumber : GoogleMaps

Gambar 1.1 diatas merupakan permasalahan tempat usaha yang saling dekat dengan café yang lain dimana café Kobocoffee berada diantara 4 café yaitu Kafe kalian, café Kimmie kitchen, Koswara koffie dan café Semanis, terutama dalam konteks bisnis ritel atau layanan, dapat menciptakan sejumlah tantangan yang memerlukan manajemen dan strategi yang bijak. Beberapa permasalahan umum yang timbul seperti keberadaan bisnis yang bersaing di lokasi yang dekat dapat menyebabkan persaingan yang ketat. Ini dapat mengakibatkan penurunan harga, peningkatan pengeluaran promosi, dan tekanan lebih lanjut pada margin keuntungan. Pemasaran untuk 5 (lima) bisnis yang berdekatan dapat menjadi tantangan, terutama jika kelimanya menargetkan segmen pasar yang sama. Upaya pemasaran harus difokuskan agar tidak terjadi tumpang tindih dan untuk membedakan nilai yang ditawarkan oleh masing-masing bisnis.

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk bertahan dalam persaingan. Oleh karena itu diperlukannya lokasi usaha yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi usaha yang sesuai diharapkan dapat memenuhi harapan para pengusaha untuk menarik konsumen dan meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi

usaha yang dekat dengan target pasar dan memiliki akses infrastruktur yang sesuai juga menjadi strategi untuk membantu konsumen mengakses produk/jasa yang diinginkan. Café Kobbocoffee, kafe Kalian, café Kimmie kitchen, Koswara koffee dan café Semanis, termasuk di antara lima tempat cafe kobocoffee berada. Dimana Kobocoffee memiliki banyak tantangan, terutama dalam konteks industri ritel dan jasa. Kehadiran pesaing di sekitar dapat menimbulkan persaingan yang ketat. Upaya pemasaran harus fokus pada menghindari duplikasi dan membedakan nilai yang diberikan setiap perusahaan.

Pada penelitian terdahulu Hanggita (2018) telah menunjukkan bahwa hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor lokasi: tenaga kerja, akses, fasilitas, pasar, energi, persaingan dan peraturan pemerintah menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha jasa yang ada di Kecamatanamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Dari ketujuh faktor tersebut, faktor akses, fasilitas, pasar dan energi masuk dalam kategori sangat penting. Sedangkan faktor tenaga kerja, persaingan dan peraturan pemerintah termasuk dalam kategori penting. Menurut hasil analisis, faktor yang paling dipertimbangkan oleh usaha jasa pada UMKM di Kecamatanamatan Paciran adalah faktorSDM & Pajak.

Pada penelitian terdahulu Zuliarni & Hidayat (2013), telah menunjukkan bahwa penentu dalam pemilihan lokasi usaha pada bisnis restoran kelas Kecamatanil 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.

Pemilihan lokasi usaha yang tepat dan dekat dengan target pasar adalah langkah kunci untuk menarik konsumen, meningkatkan keuntungan, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Strategi ini tidak hanya relevan untuk bisnis produk, tetapi juga berlaku untuk bisnis jasa seperti cafe "Kobocoffee." Dengan berlokasi di Jl Saparako Timur No 10 Kecamatanamatan Majalaya Kabupaten Bandung, cafe ini tidak hanya menawarkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga menciptakan suasana santai yang memikat untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Faktor-faktor seperti lingkungan masyarakat, sumber daya alam, dan kedekatan dengan pasar, sebagaimana disebutkan oleh **Invalid source specified.**, menjadi pertimbangan penting dalam memilih lokasi bisnis yang dapat memberikan akses yang mudah dan memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, kesuksesan cafe "Kobocoffee" dapat diatributkan tidak hanya pada kualitas produknya, tetapi juga pada strategi pemilihan lokasi yang tepat dan mendukung pertumbuhan bisnis secara optimal.

Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap ketepatan lokasi pada kobocoffee?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana tanggapan konsumen terhadap ketepatan lokasi pada kobocoffee

TELAAH LITERATUR

Pengertian Lokasi

Menurut Heizer, Jay, & Barry (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 bagi perusahaan. Memilih lokasi usaha yang strategis menjadi kunci keberhasilan dalam dunia bisnis. Lokasi yang tepat memiliki dampak besar terhadap pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Penting bagi pelaku usaha untuk memiliki Kecamatanerdasan dalam menganalisis kondisi pasar guna menentukan lokasi yang optimal untuk membuka usaha. Ketersediaan akses, kepadatan penduduk di sekitar, serta potensi pesaing harus menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Sebuah lokasi yang tepat diharapkan mampu menarik perhatian konsumen, menciptakan daya tarik, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas usaha. Sebaliknya, kesalahan dalam pemilihan lokasi dapat menghambat kinerja bisnis, mengurangi daya tarik pelanggan, dan menghalangi pelaku usaha untuk meraih keuntungan maksimal dari usahanya. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang cerdas menjadi langkah awal yang krusial dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Strategi Pemilihan Lokasi

Lokasi yang dianggap optimal oleh konsumen biasanya mencakup kriteria seperti kemudahan akses, lokasi strategis, dan dekat dengan jalur transportasi utama dan jalan raya. Jaringan transportasi yang baik dan aksesibilitas merupakan faktor kunci lokasi bisnis. Tempat yang memenuhi semua kriteria tersebut akan menciptakan persepsi positif di kalangan konsumen, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan pada akhirnya mendukung kesuksesan bisnis jangka panjang.

Dalam menentukan lokasi usaha teknik analisis penentuan lokasi belum ada yang dapat menentukan lokasi secara tepat. Pemilik usaha hendaknya memilih dan menentukan lokasi usaha yang memiliki risiko paling minim, karena tidak menutup kemungkinan pada masa yang akan datang akan terjadi masalah-masalah. Kemungkinan muncul masalah antara lain pembuangan limbah, biaya transportasi, peraturan tempat usaha, peraturan pajak. Menurut Monks, dalam menentukan lokasi usaha yang baik salah satu caranya adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis, antara lain:

- 1) Mengenali objek lokasi usaha.
- 2) Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang sesuai.
- 3) Mengumpulkan data lokasi yang akan dijadikan tempat usaha dan pilihan lokasi lain
- 4) Memilih lokasi yang memenuhi kriteria paling banyak
- 5) Menurut Rafsandjani & Firdian (2017).

Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono (2014) ada faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau.
- 2) Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat.
- 3) Lalu lintas, dalam hal ini ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu: Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya dorongan untuk membeli dan kepadatan dan kemacetan lu lintas bisa menjadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman. .
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa atau produk yang ditawarkan.

Indikator Lokasi

- 1) Akses, yaitu lokasi dapat dengan mudah dilalui menggunakan sarana transportasi umum dan dijangkau.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat dapat terlihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (Traffic) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan:
 - a) Banyak orang yang melewati sehingga dapat memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang tidak direncanakan.
 - b) Kepadatan atau kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.

- 4) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
- 5) Lingkungan sekitar Widiyanti dan Nurita Ika (2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam dan interpretatif terhadap konteks serta makna di balik suatu fenomena. Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis teks untuk mendapatkan wawasan yang kaya mengenai pengalaman, sikap, dan persepsi subjek penelitian. Penelitian kualitatif memberikan penekanan pada kompleksitas dan konteks sosial, memungkinkan peneliti untuk merincihubungan yang rumit dan dinamis antara variabel serta menjelaskan fenomena dengan cara yang lebih holistic Abdullah & Saebani (2014).

Alasan peneliti menggunakan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif membuka ruang fleksibilitas dan kedalaman dalam eksplorasi dimensi kompleks dari realitas sosial. Melalui teknik seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif, peneliti dapat menggali berbagai perspektif, sikap, dan makna yang mendasari perilaku atau kejadian tertentu. Pendekatan ini memungkinkan penangkapan nuansa dan dinamika yang sulit diukur secara kuantitatif, memberikan gambaran yang lebih holistik tentang kompleksitas suatu konteks. Selanjutnya, penelitian kualitatif dipilih karena kemampuannya menghasilkan temuan yang sesuai dengan konteks dan memberikan pemahaman yang makna. Dalam studi yang menitik beratkan pada pengalaman individu, budaya, atau fenomena yang sulit diukur secara kuantitatif, metode kualitatif memberikan wawasan kaya dan mendalam. Keseluruhan, pendekatan kualitatif sering menjadi pilihan ketika peneliti bertujuan menjawab pertanyaan penelitian yang memerlukan pemahaman mendalam tentang "bagaimana" dan "mengapa" suatu fenomena terjadi, terutama ketika fokus penelitian berada pada konteks sosial yang kompleks dan dinamis.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013) mengungkapkan teknik pengumpulan data sebagai langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian tersebut adalah untuk mendapatkan data. Dari pengertian yang didapatkan secara umum dan juga menurut pandangan para ahli, dapat diketahui bahwa teknik pengumpulan data memiliki hubungan yang sangat erat dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Di dalamnya terdapat masalah yang akan memberi arah dan juga mempengaruhi bagaimana penentuan teknik pengumpulan data yang dilakukan di dalam suatu penelitian. Sehingga, teknik pengumpulan data ini menjadi langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian agar peneliti bisa mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan dan sesuai dengan yang ada di lapangan.

Secara umum, teknik pengumpulan data kualitatif adalah melalui wawancara, Observasi, kuesioner dan dokumenstasi

Populasi dan sampel

Dalam penelitian ini, indikator yang di teliti adalah sebanyak 5 indikator terdiri dari aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan dimana setiap indikator terdapat 3 soal seluruh soal dalam indikator sebanyak 15. Selanjutnya, dari rentang ukuran sampel 5-10, ukuran sampel yang di pilih adalah 5 dengan pertimbangan agar jumlah sampel sesuai dengan Ferdinand (2014;173). Berdasarkan penjelasan diatas jumlah sampel dalam penelitian ini di tentukan memlalui formula:

$$\begin{aligned} &\text{Jumlah Indikator} \times \text{Ukuran sampel (5)} \\ &15 \times 5 = 75 \text{ Responden} \end{aligned}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakter Ristik Responden

Dalam penelitian ini, untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap responden yang berjumlah 45 orang dengan menyebarkan kuisioner secara online kepada pengunjung Kobocoffee. Untuk mengetahui karakteristik setiap responden nya, dapat dilihat pada pengelompokan table-table dibawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-Laki	28
2	Perempuan	47
Total		75

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Perempuan, artinya pengunjung Kobocoffee didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 47 orang.

Perempuan sering kali memilih untuk berkunjung ke cafe seperti Kobocoffee untuk menikmati estetika yang unik dan menarik yang ditawarkan tempat tersebut. Dari dekorasi interior yang menawan hingga tata letak yang dipikirkan dengan baik, cafe ini sering menawarkan pengalaman visual yang memikat bagi para pengunjungnya. Dengan suasana yang hangat dan sentuhan desain yang berkelas, cafe seperti Kobocoffee memberikan ruang yang sempurna bagi perempuan untuk bersantai, mengambil foto Instagramable, dan merasakan keindahan dalam setiap sudutnya. Keindahan estetika cafe sering menjadi daya tarik utama bagi perempuan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (orang)
1	< 20 Tahun	7
2	20 – 30 Tahun	48
3	> 30 Tahun	20
Total		75

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 20-30 Tahun menempati Tingkat tertinggi artinya pengunjung didominasi oleh remaja berusia 20-30 tahun sebanyak 48 orang.

Usia 20-30 sering menjadi pengunjung utama di Kobocoffee karena beberapa alasan. Pertama, rentang usia ini sering mencari tempat yang cocok untuk bersantai dan berkumpul bersama teman-teman atau rekan kerja setelah jam kerja. Kobocoffee menawarkan suasana yang santai dan nyaman, membuatnya menjadi tempat yang ideal untuk menikmati waktu luang.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)
1	PNS	1
2	Pegawai Swasta	16
3	Mahasiswa	40

4	Honorer	5
5	Wiraswasta	8
6	Barista	4
7	Marketing Support	1
Total		75

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui Mahasiswa menempati Tingkat tertinggi artinya pengunjung Kobocoffee didominasi oleh mahasiswa sebanyak 40 orang.

Banyak mahasiswa yang memilih untuk mengerjakan tugas di cafe untuk tetap konsentrasi dalam pengerjaannya. Dengan suasana yang tenang namun tetap hidup, serta tersedianya fasilitas seperti Wi-Fi dan berbagai pilihan minuman, Kobocoffee menjadi pilihan yang populer di kalangan mahasiswa dan profesional muda untuk belajar dan bekerja sambil menikmati suasana yang menyenangkan.

Tabel 4.4
Rata-Rata Nilai Pernyataan Lokasi

No	Pernyataan	Skor					Total	Rata-rata	Ket
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Kobocoffee terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.	175	144	12	0	0	331	4.4	Sangat Baik
2	lokasi Kobocoffee mudah di jangkau oleh transportasi umum	145	120	42	4	0	311	4.1	Baik
3	Transportasi umum menuju kobocoffee mudah ditemukan.	150	124	42	0	0	316	4.2	Sangat Baik
4	Café Kobocoffee dapat terlihat dengan jelas di tepi jalan	190	112	27	0	0	329	4.3	Sangat Baik
5	Café Kobocoffee dapat di temukan dengan mudah	185	112	27	2	0	326	4.3	Sangat Baik
6	Papan nama Kobocoffee membantu menunjukan tempat	170	152	9	0	0	331	4.4	Sangat Baik
7	Lalu lintas menuju kobocoffee lancar	125	144	33	6	0	308	4.1	Baik
8	lalu lintas menuju kobocoffee mudah untuk di lalui	140	120	51	0	0	312	4.1	Baik
9	Lalu lintas menuju kobocoffee mudah untuk di ingat	190	104	33	0	0	327	4.3	Sangat Baik
10	Tempat parkir yang di sediakan kobocoffee itu luas	35	96	96	24	0	252	3.3	Cukup baik
11	Mudah untuk mendapatkan tempat parkir di kobocoffee	25	148	81	12	0	266	3.5	Baik
12	Merasa aman ketika parkir di kobocoffee	125	152	30	4	0	311	4.1	Baik
13	Kobocoffee saling berdekatan dengan pusat keramaian seperti alun-alun majalaya dan pusat belanja lainnya	190	116	21	2	0	321	4.2	Sangat Baik
14	Suasana sekitar membuat nyaman saat mengunjungi Kobocoffe	175	104	42	0	0	321	4.2	Sangat Baik

15	Kobocoffee menjadi pilihan utama dibandingkan pesaing lain yang berdekatan	105	156	39	4	0	304	4.0	Baik
Σ Rata-rata								61.5	
Rata-rata								4.1	Baik

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Berdasarkan analisis tabel 4.4, Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi memiliki kinerja yang baik, secara keseluruhan, penilaian terhadap variabel dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai baik, dengan nilai rata-rata sebesar 4.1, yang sesuai dengan kategori 4 (Baik). Hal ini menunjukkan bahwa aspek lokasi pada Kobocoffee mendapat tanggapan positif dari responden dan dianggap memenuhi harapan mereka.

Dari hasil dapat terlihat bahwa variabel lokasi memiliki nilai tertinggi pada pernyataan terkait papan nama dan kemudahan akses. Pernyataan mengenai Kobocoffee terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dan Papan nama Kobocoffee yang membantu menunjukkan lokasi sebesar 4,4 dimana kepuasan pelanggan pada variabel tersebut sangat puas.

Akan tetapi dari hasil tersebut, terdapat nilai yang paling rendah terdapat pada variabel “Tempat parkir yang di sediakan kobocoffee itu luas” mendapatkan nilai rata-rata 3,3 kepuasan pelanggan terhadap parkir yang disediakan oleh Kobocoffee kurang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pembahasan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis ketepatan lokasi café Kobocoffee di Kecamatan Majalaya 5 indikator lokasi Widiyanti dan Nurita Ika (2020) yaitu Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir, Lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat capaian responden (TCR) rata-rata pada Indikator ketepatan lokasi adalah 61,5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,1 yang termasuk dalam kategori baik, yang menandakan bahwa ketepatan lokasi pada Kobocoffee termasuk baik.

Kobocoffee telah berhasil menempatkan dirinya dengan tepat berdasarkan berbagai indikator yang memengaruhi nilai variabel lokasi, termasuk aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, dan lingkungan sekitarnya. Dalam penilaian ini, aspek terpenting yang memperoleh penilaian tertinggi adalah terkait dengan papan nama dan kemudahan akses, yang secara signifikan berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung. Pernyataan mengenai papan nama Kobocoffee, yang jelas dan strategis ditempatkan, memungkinkan pengunjung untuk dengan mudah mengidentifikasi lokasi Cafe tersebut, bahkan dari kejauhan. Selain itu, kestrategisan lokasi Kobocoffee menjadi kepuasan terhadap pelanggan untuk mengunjungi. Hal ini tercermin dalam nilai rata-rata yang tinggi sebesar 4.4 dalam penilaian kepuasan responden, menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan kemudahan menemukan dan mengakses Kobocoffee. Dengan demikian, lokasi Kobocoffee tidak hanya mencakup kriteria visibilitas dan aksesibilitas yang optimal, tetapi juga memberikan pengalaman kestrategisan lokasi, memperkuat posisinya sebagai destinasi kopi yang dihargai dan disukai oleh konsumen., hal ini pun selaras dengan pernyataan dari salahsatu informan yang saya wawancarai Owner Kobocoffee:

Menurut Deni sebagai owner, Alasan memilih lokasi untuk usaha Kobocoffee di Saparako adalah karena kestrategisan posisinya yang terletak di pinggir jalan serta dekat dengan keramaian, khususnya Alun-Alun Majalaya dan pusat perbelanjaan di sekitarnya. Keputusan ini didasari oleh pertimbangan akan aksesibilitas yang mudah bagi para pelanggan dari berbagai arah serta potensi peningkatan jumlah kunjungan dari pengunjung yang berpindah-pindah atau yang sedang berbelanja di area tersebut. Keberadaan di lokasi yang ramai memberikan peluang besar untuk menarik perhatian lebih banyak pengunjung, sementara akses yang lancar dari jalan utama menjadikannya destinasi yang menarik bagi

mereka yang sedang dalam perjalanan atau sekadar ingin bersantai dan menikmati kopi di tengah kesibukan sehari-hari. Dengan demikian, pilihan lokasi usaha Kobocoffee di Saparako tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemudahan akses serta kenyamanan lingkungan sekitarnya bagi para pengunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis ketepatan lokasi pada café Kobocoffee di Kecamatan Majalaya, diperoleh hasil yang sangat baik dengan nilai responden sebesar 61,6 dan rata-rata penilaian sebesar 4.1. Angka yang signifikan ini menunjukkan bahwa lokasi Kobocoffee dianggap sangat tepat oleh para responden. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, keamanan, serta lingkungan sekitar kemungkinan besar menjadi faktor yang berkontribusi pada penilaian positif ini. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pemilihan lokasi Kobocoffee telah dilakukan dengan cermat dan memperhitungkan preferensi serta kebutuhan pelanggan potensial, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan dan kesuksesan bisnis Kobocoffee.

Sedangkan adapun saran yang dapat saya berikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian analisis ketepatan lokasi pada café Kobocoffee di Kecamatan Majalaya, diperoleh hasil yang rendah pada luasnya parkir saran yang dapat diberikan adalah jika Kobocoffee berencana untuk membuka cabang lebih lanjut, penting untuk memperhatikan kembali luasnya area parkir, terutama mengingat minat pengunjung yang tinggi. Memiliki area parkir yang memadai adalah faktor utama dalam memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan memastikan bahwa pengalaman mereka saat berkunjung tidak terganggu oleh kesulitan mencari tempat parkir. Dengan minat yang tinggi dari pengunjung, Kobocoffee harus memastikan bahwa mereka memiliki area parkir yang memadai untuk mengakomodasi jumlah kendaraan yang meningkat. Hal ini akan membantu dalam menjaga kepuasan pelanggan dan memastikan kelancaran operasional. Selain itu, mengevaluasi opsi seperti kerjasama dengan tempat parkir terdekat atau menyediakan layanan valet parking juga dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan ruang parkir.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah untuk memperluas jumlah populasi dan sampel, juga bisa mencoba menggunakan indikator Lokasi dari sumber lain dan menambahkan variabel kepuasan pelanggan agar dapat membandingkan apakah hasilnya serupa, sama atau bahkan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka setia.
- Hanggita, A. T. (2018). ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA JASA PADA UMKM DI KECAMATAN PACIRAN. *ejournal.umm.ac.id*.
- Heizer, Jay, & Barry, R. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*. Jakarta: Salemba empat.
- Kumalasari, R. D. (2017). Pemilihan Lokasi Usaha Sebagai Salah Satu Strategi dalam

Business Start Up. *Binus University*.

Rafsandjani, & Firdian, R. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: CV Kautsar Abadi.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Widiyanti, & Ika, N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Kaliwuloh Raguklampitan Jepara Tahun 2019. *repository.iainkudus.ac.i*.

Zuliarni, S., & Hidayat, R. T. (2013). ANALISIS FAKTOR PERTIMBANGAN PEBISNIS RESTORAN KELAS KECIL DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS RIAU DALAM PEMILIHAN LOKASI USAHA. *Jurnal Aplikasi Bisnis, academia.edu*.