

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, pertumbuhan ekonomi semakin berkembang, terutama dalam dunia bisnis. Dimana setiap perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan dan harus mampu beradaptasi secara cepat terhadap perubahan yang terjadi akan kebutuhan konsumennya. Dengan tumbuhnya ekonomi yang begitu cepat, menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus memiliki strategi khusus agar tetap bisa bersaing dengan kompetitornya.

Di Indonesia sendiri, jenis usaha/ bisnis yang menjamur adalah bisnis dalam bidang kuliner yang semakin berkembang dan berprospek baik. Dengan berubahnya perilaku masyarakat Indonesia yang menyukai hal instan dan nongkrong di tempat umum, termasuk dalam segi kebutuhan pangan, masyarakat sekarang ini lebih memilih membeli makanan yang tersedia di *foodcourt, restaurant*, dan kafe daripada memilih untuk memasak dirumah. Hal ini yang semakin membuka peluang bagi para pengusaha untuk membuka bisnis di bidang kuliner.

Disamping itu, usaha kuliner adalah usaha yang tidak ada matinya karena makan dan minum adalah sebuah kebutuhan primer bagi manusia. Saat ini, bisnis kuliner di Indonesia sudah bukan hal yang diragukan lagi kesuksesannya,

dengan bermodalkan keagaman sumber daya alam Indonesia yang cukup tinggi menjadikan usaha kuliner ini terus berkembang dari waktu ke waktu baik bermodal besar maupun kecil.

Fenomena yang menarik beberapa tahun ini yakni semakin tumbuh suburnya bisnis waralaba atau *franchise* di bidang makanan dan minuman. Maraknya bisnis waralaba atau *franchise*, tentunya tidak terlepas dari beberapa pertimbangan agar bisnisnya berjalan dengan lancar dan bisa berkembang, sehingga 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 perkantorannya. Pentingnya penetapan lokasi adalah sebagai keputusan stratejik, karena akan mempengaruhi kemampuan perusahaan menghadapi prospek pasar ke depan, menentukan kedudukan perusahaan di pasar dan kemampuan perusahaan menghadapi persaingan (Assauri, 2016:253).

Memilih lokasi usaha tidaklah mudah karena harus mempertimbangkan beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut pada pelaksanaannya tentu berbeda antara usaha satu dengan usaha lainnya sesuai dengan jenis usahanya masing-masing. Menurut Ariffa Tio Hanffita (2018) dalam jurnalnya, mengatakan bahwa faktor pemilihan lokasi usaha diantaranya tenaga kerja, fasilitas, pasar, energi, persaingan dan peraturan pemerintah.

Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mengurangi kemungkinan resiko negatif yang akan dihadapi perusahaan diantaranya biaya-biaya yang tinggi yang ditimbulkan akibat pemilihan lokasi tersebut. Pemilihan lokasi juga akan

berpengaruh terhadap potensi penjualan dan realisasi penjualan pada lokasi tersebut, yang mana bisa saja realisasi penjualan ini tidak sesuai dengan potensi penjualan.

Fenomena yang terjadi di Kafe Kopi Siloka - Banjar adalah menurunnya laba dari awal buka yaitu 2 Januari 2021 hingga akhir tahun 2022. Fenomena ini tentunya menjadi permasalahan bagi perusahaan tersebut, karena jika laba dari Kopi Siloka – Banjar terus turun dan tidak dapat meningkat, maka bisa saja Kafe Kopi Siloka – Banjar ini tutup karena minimnya laba. Sejak bulan September 2021, laba dari Kopi Siloka – Banjar ini turun drastis sekitar 70% dan stabil di kisaran angka yang sama hingga sekarang di akhir tahun 2022.

Grafik Laba Kopi Siloka Banjar
Periode Bulan Januari 2021 – Desember 2022



Gambar 1.1

Laba Bulan Januari 2021 – Desember 2022

Sumber: Data Kopi Siloka

Balanced scorecard atau disingkat BSC, adalah pendekatan dalam ranah manajemen strategi yang dikembangkan oleh Dr. Robert Kaplan dan David Norton pada tahun 1990. *Balanced scorecard* awal kali digunakan untuk mengukur kinerja sektor bisnis. *Balanced scorecard* terdiri atas 2 kata, yaitu *balanced* yang artinya berimbang dan *score card* yang artinya kartu skor. Inti dari *balanced score card* adalah adanya keseimbangan dalam memandang kinerja bisnis dari perspektif keuangan dan non keuangan, kinerja jangka pendek dan jangka panjang, kinerja internal maupun eksternal, yang terkuantifikasi dalam suatu kartu skor.

Kaplan dan Norton menemukan 4 perspektif *balanced scorecard* yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Empat perspektif tersebut adalah perspektif keuangan (*finance*), pelanggan (*customer*), proses bisnis internal (*internal business process*), dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*). Menurut (Fahmi, 2010: 152) laporan keuangan pada dasarnya merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan, dimana selanjutnya itu akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja suatu perusahaan. Kinerja perusahaan sering diukur berdasarkan pada perspektif keuangan. Suatu perusahaan disebut berkinerja baik jika laporan keuangannya menunjukkan tingkat laba yang tinggi. Begitupun sebaliknya, suatu perusahaan disebut berkinerja buruk jika laporan keuangannya menunjukkan tingkat laba yang rendah.

Keberhasilan suatu usaha dapat diukur dari berbagai faktor, salah satunya yaitu dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha dalam kurun

waktu tertentu (Waridah,1992). Menurut Hendry Faizal Noor (2007:397) pada hakikatnya keberhasilan usaha adalah dari bisnis yang tercapai, suatu usaha yang berhasil dilakukan saat mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang yang melakukan bisnis. Suatu bisnis bisa dikatakan berhasil apabila bisnis tersebut mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha.

Sehingga dalam penelitian ini, dengan melakukan pengukuran kinerja perusahaan menggunakan perspektif keuangan dengan melihat laporan laba rugi. Menurut Mulyadi (2014:513) faktor-faktor yang mempengaruhi laba antara lain:

- 1) Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- 2) Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- 3) Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Menurut Mariatun (2021), hasil penelitiannya menyebutkan bahwa 86% volume penjualan dipengaruhi oleh lokasi, sedangkan sisanya 14% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitiannya. Hubungan antara lokasi usaha terhadap volume penjualan memiliki hubungan yang bersifat sangat kuat, berikut landasan teori yang menghubungkan lokasi dan volume penjualan. Lokasi sendiri dapat didefinisikan sebagai letak atau *took* pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Swasta

& Irawan 2008, dalam Rusdiana 2014:248). Nurlela (2007), yang menyatakan bahwa volume penjualan akan lebih besar jika lokasi usaha tempat penjualannya berada pada lokasi yang strategis yaitu mudah dijangkau.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat perlu diperhatikan dalam mendirikan usaha, penetapan lokasi merupakan suatu cara yang tepat bagi pengusaha atau pembisnis sebelum mendirikan usahanya, karena penempatan atau pemilihan lokasi sangat berpengaruh dalam kesuksesan suatu usaha. Hal ini juga berlaku kepada usaha kuliner dalam menentukan lokasi agar usaha yang dijalankan dengan mudah berkembang dan dengan mudah juga dikunjungi. Menurut Septika (2015) mengatakan bahwa lokasi usaha sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap suatu usaha. Hal ini membuktikan bahwasanya penempatan lokasi dalam tempat yang strategis dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha yang dijalankan.

Dengan berpengaruhnya lokasi terhadap kinerja perusahaan, dalam rangka evaluasi lokasi Kopi Siloka – Banjar, perusahaan ingin melakukan analisis *plant location* guna untuk mengetahui kinerja perusahaannya sudah sesuai dengan potensi dari lokasi usaha tersebut atau belum. Potensi ini berupa potensi penjualan dan POI yang dihasilkan dari suatu aplikasi yang bersumber dari sekolah bisnis kuliner Foodiz. Aplikasi analisis *plant location* ini juga dapat memberikan data yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan layak atau tidaknya suatu lokasi usaha ketika perusahaan akan menentukan lokasi usaha untuk cabang yang baru.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis *Plant Location* Untuk Mengetahui Kinerja Perusahaan Pada Kafe Kopi Siloka - Banjar**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis *plant location* yang dilakukan pada Kafe Kopi Siloka - Banjar?
2. Bagaimana kinerja perusahaan pada Kafe Kopi Siloka - Banjar?
3. Bagaimana perbandingan dan kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan potensi lokasi usaha pada Kafe Kopi Siloka - Banjar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis *plant location* yang dilakukan pada Kafe Kopi Siloka - Banjar.
2. Untuk mengetahui kinerja perusahaan pada Kafe Kopi Siloka - Banjar.
3. Untuk mengetahui perbandingan dan kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan potensi lokasi usaha pada Kafe Kopi Siloka - Banjar.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi ke khasanah ilmu pengetahuan mengenai “Analisis *Plant Location* Untuk Mengetahui Kinerja Perusahaan Pada Kafe Kopi Siloka - Banjar”.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan khususnya mengenai penentuan target penjualan sebuah perusahaan, dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap fenomena yang terjadi berdasarkan metode ilmiah, yang diharapkan memberikan manfaat mengenai “Analisis *Plant Location* Untuk Mengetahui Kinerja Perusahaan Pada Kafe Kopi Siloka - Banjar”.

1. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dan memperoleh suatu pembelajaran dan pemahaman yang lebih mendalam baik dalam teori ataupun dari penelitian dan pembahasan masalah yang dibahas.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan agar bisa dapat menghasilkan kesimpulan yang baik dan manfaat menjadi lebih positif bagi perusahaan yang bersangkutan dalam menentukan target penjualan sebuah perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Semoga dapat bermanfaat bahan pembelajaran serta pemahaman dan masukan bagi peneliti agar bisa lebih baik lagi dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya dalam penyajian

dan penyampaian topik-topik yang telah dibahas dalam penelitian.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kafe Kopi Siloka - Banjar yang beralamat di Jalan BKR No 39A Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Banjar, Kota Banjar.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai sejak Februari 2023 sampai dengan 30 Juni 2023, dengan jadwal terlampir (Lampiran 1).