

ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA JASA PADA UMKM DI KECAMATAN PACIRAN

Ariffa Tio Hanggita
Department of Management FEB UMM
E-mail: artioh18@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the most considered factor in selecting business place for Small and Medium Business Scale Empowerment (UMKM) in Paciran. The data were analyzed by using factor analysis. The results of the study showed that there were 3 considered factors in selecting business place, namely human resources & tax, power, and access. Based on factor analysis, the most considered factor in selecting business place in Paciran was human resources & tax (34.278%).

Keywords: *factor analysis, place factor, service factor*

PENDAHULUAN

Dalam upaya mendapatkan konsumen sebanyak mungkin, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Salah satu faktor tersebut adalah pemilihan lokasi. Dari beberapa pilihan lokasi usaha, pengusaha diharuskan untuk jeli dalam memilih lokasi karena hal ini berdampak pada proses berjalannya usaha. Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Pemilihan lokasi usaha dipengaruhi beberapa faktor berbeda penerapannya bagi satu usaha dengan usaha yang lain, sesuai produk dan jasa yang dihasilkan. Ketepatan dalam pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelaku usaha sebelum membuka usahanya.

Pemilihan lokasi yang strategis dan dekat dengan konsumen ataupun pasar akan mempengaruhi sukses atau tidaknya suatu usaha. Handoko (2000) menyatakan bahwa kesalahan-kesalahan di dalam pemilihan lokasi untuk membangun atau mendirikan harus diminimalkan sehingga industri/usaha yang didirikan tersebut dapat beroperasi secara efektif dan efisien.

Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan. Lokasi yang baik adalah persoalan individual. Hal ini sering disebut dengan pendekatan “situasional / contingency” untuk pembuatan keputusan. Bila dinyatakan secara sederhana, semuanya bergantung.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi

kriteria dari tiap kategori. Hal ini diatur berdasarkan Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Ciri-ciri UMKM adalah manajemen berdiri sendiri, daerah pemasarannya lokal, aset usahanya kecil, jumlah karyawan yang terbatas.

Menurut Chase, et al (2006) keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha jasa dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Diantara kriteria pemilihan tersebut adalah jarak ke pelanggan, iklim bisnis, total biaya yang harus dikeluarkan, infrastruktur, kualitas tenaga kerja, suplier, lingkungan masyarakat, dan pengaruh pajak.

I Wayan Sastrawan (2015) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam pemilihan lokasi usaha PKL adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor.

Penelitian ini mencari faktor yang paling dominan diantara kedelapan faktor tersebut. Diketahui faktor yang paling dominan adalah faktor akses dengan eigenvalue sebesar 56,331%. Sri Zuliarni dan Relon Taufik Hidayat, meneliti seberapa penting faktor lokasi usaha. Alat analisis yang digunakan disini adalah analisis deskriptif. Subvariabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa faktor yang sangat penting dalam pemilihan

lokasi usaha adalah akses, visibilitas, lingkungan, dan tempat parkir. Sementara faktor lain yang dianggap penting bagi pemilik usaha adalah persaingan. Pada penerapannya di dunia nyata, faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi untuk suatu usaha dengan usaha lain berbeda dengan teori-teori yang dikemukakan oleh pencetus teori lokasi. Karena semua bergantung dengan usaha yang dijakankan oleh pengusaha masing-masing. Dengan berjalannya waktu, kebutuhan akan lokasi usaha semakin tinggi sedangkan persaingan antar usaha semakin ketat.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari apakah faktor yang diangkat peneliti yaitu 7 faktor yang telah ditentukan yaitu tenaga kerja, akses, fasilitas, pasar, energi, persaingan, dan peraturan pemerintah yang dijadikan subvariabel menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha dan faktor apakah yang paling dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jasa yang ada di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan.

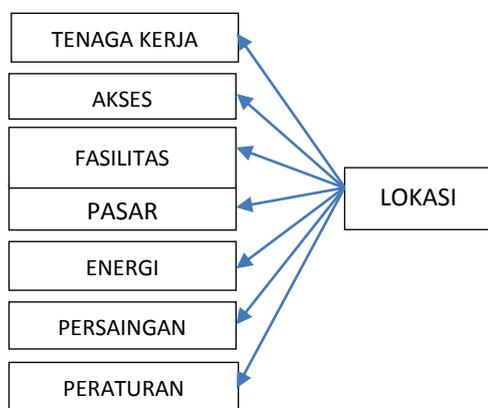
TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Tarigan (2006), teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

Lokasi berhubungan dengan di mana usaha harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi, 2009). Pemilihan lokasi

harus mempertimbangkan berbagai aspek yang tentunya diarahkan untuk mendorong penjualan dan memberikan keuntungan bagi usaha. Pemilihan lokasi usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor ini pada prakteknya berbeda penerapannya bagi satu usaha dengan usaha yang lain, sesuai dengan produk dan jasa yang dihasilkan.

Menurut Tjiptono (2007) pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut: Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan, dan Peraturan pemerintah. Sedangkan Hindrayani (2010) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha seperti letak konsumen atau pasar, sumber bahan baku, sumber tenaga kerja, air dan listrik, transportasi, lingkungan masyarakat dan sikap yang muncul, peraturan pemerintah, pembuangan limbah industri, fasilitas pabrik dan karyawan. Dari beberapa teori yang telah dicantumkan diatas maka kerangka pikir yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik (owner) usaha jasa yang berada di Paciran, Lamongan yang berjumlah 160 unit usaha. Peneliti menggunakan metode non probability sampling yaitu judgmental sampling.

Widayat (2004) menjelaskan *judgemental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria dalam pengambilan sampel ialah usaha dengan ciri-ciri UMKM yang bergerak pada bidang usaha jasa dan telah berdiri minimal 6 bulan. Definisi operasional variabel lokasi dibagi menjadi 7 sesuai dengan faktor yang diangkat dan indikator yang digunakan dalam penelitian guna mengetahui rumusan yang diangkat. Tenaga kerja dengan indikator pendidikan tenaga kerja, budaya tenaga kerja, jumlah tenaga kerja, kemudahan memperoleh tenaga kerja, murah nya gaji.

Subvariabel akses dengan indikator kemudahan untuk menuju lokasi dan mudah dijangkau sarana transportasi. Subvariabel fasilitas dengan indikator lahan parkir, tingkat keamanan dan kesesuaian harga dengan kondisi fisik.

Subvariabel pasar dengan indikator jumlah penduduk di daerah sekitar lokasi, tingkat pendapatan di daerah sekitar lokasi dan daya beli konsumen. Dalam subvariabel energi dengan indikator ketersediaan listrik dan ketersediaan air.

Dalam subvariabel persaingan dengan indikator jarak dengan usaha

yang sebidang dan diferensiasi harga jasa. Dalam subvariabel peraturan pemerintah dengan indikator kemudahan perizinan, insentif pemerintah dan pajak.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah rentang skala dan ukuran interval. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 5 titik untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

Dengan acuan poin 5 adalah sangat penting dan poin 1 adalah sangat tidak penting. Dalam penelitian ini rentang skala

digunakan untuk mengetahui nilai indikator tiap subvariabel yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi dengan menggunakan rumus rentang skala yang dinyatakan oleh Umar (2008), yang mana R_s adalah rentang skala, n adalah jumlah sampel, m adalah jumlah alternatif jawaban, sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Berdasarkan perhitungan rentang skala diperoleh sebesar 80. Dengan demikian skala penelitian setiap kriteria tertera pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Rentang Skala Untuk Indikator Subvariabel

Rentang Skala	Tenaga Kerja	---	Peraturan Pemerintah
100-180	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
181-260	Tidak Penting	Tidak Penting	Tidak Penting
261-340	Cukup	Cukup	Cukup
341-420	Penting	Penting	Penting
421-500	Sangat Penting	Sangat Penting	Sangat Penting

Ukuran interval adalah skala yang sama seperti nominal dan ordinal namun mempunyai karakteristik tetap dan dapat dinotasikan dalam fungsi matematika. Skala interval menentukan perbedaan, urutan dan kesamaan besaran perbedaan tiap variabel (Sekaran 2006). Selanjutnya adalah penentuan ukuran interval untuk masing-masing subvariabel dan untuk variabel lokasi.

Pertama, untuk subvariabel tenaga kerja maka perhitungan Nilai indeks min = skor min x jumlah item pertanyaan x jumlah responden yaitu, 300. Nilai indeks maks = skor maks x jumlah item pertanyaan x jumlah responden, sehingga nilai indeks maks 1500. Interval = nilai indeks maks – nilai indeks min, sehingga intervalnya adalah 1200. Jarak Interval = Interval : jenjang interval, maka jaraknya adalah 240.

Tabel 2. Ukuran Interval Subvariabel Tenaga Kerja

Sangat Penting	Tidak penting	Cukup	Penting	Sangat Penting
500	900	1300	1700	2100 2500

Kedua, subvariabel akses, energi dan persaingan. Untuk nilai indeks

min = skor min x jumlah item pertanyaan x jumlah responden maka

hasilnya 300. Nilai indeks maks = skor maks x jumlah item pertanyaan x jumlah responden sehingga hasilnya adalah 1500. Interval = nilai

indeks maks – nilai indeks min, maka hasilnya 1200. Jarak Interval = Interval : jenjang interval, sehingga jarak intervalnya 240.

Tabel 3. Ukuran Interval Subvariabel Akses, Energi dan Persaingan

Sangat Penting	Tidak penting	Cukup	Penting	Sangat Penting
200	360	520	680	1000

Ketiga, subvariabel fasilitas, pasar dan kebijakan pemerintah. Untuk nilai indeks min = skor min x jumlah item pertanyaan x jumlah responden maka hasilnya 300. Nilai indeks maks = skor maks x jumlah

item pertanyaan x jumlah responden sehingga hasilnya adalah 1500. Interval = nilai indeks maks – nilai indeks min, maka hasilnya 1200. Jarak Interval = Interval : jenjang interval, maka hasilnya 240.

Tabel 4. Ukuran Interval Subvariabel Fasilitas, Pasar, dan Kebijakan Pemerintahan

Sangat Penting	Tidak penting	Cukup	Penting	Sangat Penting
300	540	780	1020	1500

Keempat, variabel lokasi. Untuk nilai indeks min = skor min x jumlah item pertanyaan x jumlah responden maka hasilnya 2000. Nilai indeks maks = skor maks x jumlah item pertanyaan x jumlah responden

sehingga hasilnya adalah 10000. Interval = nilai indeks maks – nilai indeks min, maka hasilnya 8000. Jarak Interval = Interval : jenjang interval, maka jarak intervalnya adalah 1600.

Tabel 5. Ukuran Interval Variabel

Sangat Penting	Tidak penting	Cukup	Penting	Sangat Penting
2000	3600	5200	6800	10000

Uji validitas adalah metode yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas instrumen dilakukan dengan membandingkan nilai r hasil dengan nilai r tabel dengan derajat bebas (n-2).

Apabila dibandingkan, nilai r hasil perhitungan > dari nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan itu valid. Apabila r hasil < daripada r tabel maka data dikatakan tidak valid (Sanusi 2011). Arikunto (2003)

mengatakan realibilitas menunjukkan tingkat keandalan sesuatu. Pengujian reliabilitas instrument menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Ghazali (2005) mengatakan bahwa instrumen dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* = 0.60

Analisis faktor adalah teknik yang digunakan untuk mencari faktor yang menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi (Hidayat, 2014). Tujuan analisis faktor adalah untuk menjelaskan

struktur hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk faktor. Langkah-langkah analisis faktor adalah dengan validasi analisis faktor, jumlah faktor yang terbentuk, menamakan faktor, dan faktor yang berpengaruh dominan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah diolah dengan aplikasi SPSS 23 ditunjukkan oleh Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel	Subvariabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket.	
Lokasi		X1	0.594	0.1966	Valid	
		X2	0.445	0.1966	Valid	
	Tenaga Kerja	X3	0.674	0.1966	Valid	
		X4	0.425	0.1966	Valid	
		X5	0.357	0.1966	Valid	
		Akses	X6	0.719	0.1966	Valid
			X7	0.804	0.1966	Valid
	X8		0.656	0.1966	Valid	
	Fasilitas	X9	0.529	0.1966	Valid	
		X10	0.495	0.1966	Valid	
	Pasar	X11	0.689	0.1966	Valid	
		X12	0.613	0.1966	Valid	
		X13	0.675	0.1966	Valid	
	Energi	X14	0.804	0.1966	Valid	
		X15	0.859	0.1966	Valid	
	Persaingan	X16	0.756	0.1966	Valid	
		X17	0.678	0.1966	Valid	
		X18	0.743	0.1966	Valid	
	Peraturan Pemerintah	X19	0.701	0.1966	Valid	
		X20	0.756	0.1966	Valid	

Berdasarkan hasil Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa semua indikator pada subvariabel menunjukkan valid dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,1966 atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil ini menunjukkan bahwa semua pernyataan variabel lokasi dalam kuesioner yang diajukan kepada responden dapat digunakan untuk mengukur faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha jasa.

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi variabel yang ada. Hasil perhitungan dengan SPSS 23 didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 7 Uji Reliabilitas

Cronbachs Alpha	N of Items
0.628	20

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data reliabel. Untuk mengetahui faktor yang paling dipertimbangkan dilakukan dengan menggunakan analisis faktor dengan mengukur validasi analisis factor melalui kecukupan sampel dalam penelitian dengan menggunakan *Bartlett's Test of Sphericity*, Koefisien *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), *Measures*

Sampling Adequacy (MSA) dan *Comunalities*.

Pada pengujian pertama, ada 7 indikator tidak memenuhi syarat $MSA > 0,5$. Hal ini berarti harus dilakukan pengujian ulang dengan mengeluarkan indikator yang tidak memenuhi syarat. Pada pengujian kedua didapatkan hasil $MSA < 0,5$

tetapi ada 6 indikator yang *comunalitiesnya* $> 0,5$ dan nilai *initial eigenvalues comulatives* dari kurang dari 60%. Hal ini berarti harus dilakukan pengujian ulang.

Setelah melalui 2 (dua) kali proses reduksi, maka proses reduksi dihentikan karena seluruh syarat validasi didapatkan.

Tabel 8: Hasil untuk Pengujian KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity*

Jenis Pengukuran		Skor
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.697
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	119.220
	df	21
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa hasil KMO sebesar 0.697. Ini berarti analisis faktor tepat digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity* menunjukkan hasil 119.220 dengan signifikansi sebesar 0,000.

Hal ini berarti matriks korelasi yang signifikan dengan sejumlah variabel,

Hasil output SPSS 23 dapat diketahui bahwa pada setiap faktor telah memenuhi syarat $MSA > 0,5$. Hasil dari masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9: Anti-Image Matrices

	X1	X3	X6	X10	X14	X15	X20
Anti-image Covariance	X1	.658	-.174	.027	.082	-.164	-.049
	X3	-.174	.696	-.140	.134	-.028	-.067
	X6	.027	-.140	.865	-.136	.102	.172
	X10	.082	.134	-.136	.801	-.180	-.101
	X14	-.164	-.028	.102	-.180	.716	-.214
	X15	-.049	-.067	.172	-.101	-.214	.737
	X20	-.171	-.179	.049	.135	-.026	-.085
Anti-image Correlation	X1	.756 ^a	-.256	.036	.114	-.239	-.071
	X3	-.256	.710 ^a	-.181	.179	-.040	-.094
	X6	.036	-.181	.565 ^a	-.164	.130	.216
	X10	.114	.179	-.164	.561 ^a	-.238	-.132
	X14	-.239	-.040	.130	-.238	.661 ^a	-.295
	X15	-.071	-.094	.216	-.132	-.295	.710 ^a
	X20	-.255	-.260	.063	.183	-.038	-.120

Dari tabel 9, diketahui ada 7 faktor yang memenuhi syarat. Faktor itu adalah pendidikan tenaga kerja, budaya tenaga kerja, kemudahan untuk menuju lokasi, harga sewa

tempat usaha, ketersediaan listrik, ketersediaan air dan pajak. Faktor-faktor tersebut adalah komponen pembentuk faktor baru.

Tabel 10. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of	Cumulative	Total	% of	Cumulative	Total	% of	Cumulative
		Variance	%		Variance	%		Variance	%
1	2.399	34.278	34.278	2.399	34.278	34.278	2.110	30.140	30.140
2	1.440	20.573	54.852	1.440	20.573	54.852	1.595	22.779	52.919
3	1.006	14.369	69.220	1.006	14.369	69.220	1.141	16.301	69.220
4	.609	8.699	77.919						
5	.551	7.876	85.795						
6	.510	7.288	93.083						
7	.484	6.917	100.000						

Tabel 10 menunjukkan persentase dari faktor satu memiliki *eigenvalues* sebesar 2.399, faktor dua memiliki *eigenvalues* sebesar 1.440 sedangkan faktor tiga *eigenvalues* sebesar 1.006.

Untuk mengetahui distribusi dimensi-dimensi dapat dilihat pada Tabel 11 (*Rotated Component Matrix*) berikut ini:

Tabel 11. Rotated Component Matrix

Indikator	Component		
	1	2	3
X3	.802	.065	.179
X20	.756	.101	-.160
X1	.721	.298	-.070
X14	.197	.795	-.096
X15	.229	.692	-.280
X10	-.533	.582	.388
X6	.019	-.201	.917

Berdasarkan data pada tabel 11 diatas, maka dapat diketahui komponen faktor pertama terdiri dari X3, X20, X1. Komponen faktor kedua terdiri dari X14, X15 dan X10. Sedangkan X6 masuk dalam komponen faktor ketiga. Ketiga faktor tersebut nantinya akan diberikan nama sesuai dengan indikator/komponen yang menjadi pembentuk dalam faktor baru yang telah ditemukan.

Ada 2 cara dalam menamakan faktor yang terbentuk yaitu dari komponen yang terbentuk dan pendekatan *surrogate variabel*, yaitu memilih salah satu variabel dengan loading faktor tertinggi. Tabel berikut adalah penamaan faktor baru yang telah ditemukan, penjelasan komponen faktor pembentuk dan nilai dari varian faktor:

Tabel 12. Penamaan Faktor Baru

Nomor	Nama Faktor	Komponen Pembentuk	Nilai Varian Faktor
1	SDM dan Pajak	1. Jumlah Ketersediaan Tenaga Kerja	34.278
		2. Pajak	
		3. Pendidikan Tenaga Kerja	
2	Energi	1. Ketersediaan Air	20.573
		2. Ketersediaan listrik	
		3. Harga Sewa Tempat Usaha	
3	Akses	Kemudahan lokasi untuk dikunjungi	14.369

Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dominan dilihat dari % of variance eigenvalues tertinggi. Berdasarkan hasil pengelompokan faktor, diketahui bahwa faktor yang berpengaruh dominan dalam pemilihan lokasi usaha jasa di Kecamatan Paciran adalah faktor 1 yaitu SDM & Pajak dengan varian yang menjelaskan sebesar 34,278%.

Berdasarkan data diatas, dengan menggunakan ukuran interval setiap subvariabel dapat diketahui bahwa ada faktor yang penting dan ada juga yang sangat penting. Faktor penting terdiri dari faktor tenaga kerja, persaingan dan peraturan pemerintah sedangkan faktor yang dianggap sangat penting adalah faktor akses, fasilitas, pasar dan energi. Hal ini sama dengan penelitian Zuliarni dan Hidayat, yang menggunakan 5 faktor dalam penelitiannya. Hasil penelitian didapatkan ada 4 faktor yang dianggap sangat penting dan 1 faktor penting. Faktor sangat penting dalam pemilihan lokasi usaha tersebut adalah akses, visibilitas, lingkungan, tempat parkir. Sementara faktor lain yang dianggap penting bagi pemilik usaha adalah persaingan.

Hasil analisis data dapat diketahui melalui 2 kali reduksi jumlah indikator dari 20 direduksi hingga menjadi 7 indikator. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi persyaratan penggunaan analisis faktor. ketujuh indikator tersebut selanjutnya membentuk 3 faktor baru. Pemberian nama faktor dilakukan dengan melihat hasil dari perotasian.

Faktor pertama terbentuk dari indikator jumlah ketersediaan tenaga kerja, pajak dan pendidikan tenaga

kerja dengan nama faktor adalah SDM & Pajak. Faktor kedua terbentuk dari ketersediaan air, ketersediaan listrik dan harga sewa tempat usaha dengan nama faktor adalah Energi. Faktor ketiga dengan nama faktor Akses dengan indikator pembentuk kemudahan lokasi untuk dikunjungi.

Faktor pertama SDM dan Pajak sesuai Hidrayani (2010) yang mengemukakan bahwa salah satu faktor yang harus dipertimbangkan adalah SDM. Didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Chase, et al (2006) yang menyatakan bahwa keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha jasa dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Diantaranya adalah pengaruh pajak yang ada pada lokasi usaha.

Hasil faktor kedua sama dengan yang disebutkan oleh Hidrayani (2010) bahwa energi adalah salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Sedangkan faktor ketiga yakni akses, membantah hasil dari penelitian Sastrawan, (2015) dimana hasil penelitian menyatakan akses merupakan faktor yang paling dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Hal ini mungkin karena lokasi penelitian yang berbeda menyebabkan hasil yang berbeda.

Berdasarkan hasil analisis data diatas, untuk menentukan faktor yang paling mempengaruhi dilihat dari presentage of variance eigenvalues tertinggi. Berdasarkan hasil dari analisis faktor dapat diketahui bahwa faktor yang paling dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jasa mikro-kecil-

menengah yang berada di Kecamatan Paciran adalah faktor SDM dan Pajak.

SIMPULAN

Berdasarkan 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 Kecamatan 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 Kecamatan Paciran adalah faktor SDM & Pajak

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Chase, et al. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage with Global Case*. New York: Prentice Hall
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko. H. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hidayat, A. 2014. Penjelasan Analisis Faktor (Factor Analysis) PCA dan CFA. <http://www.statistikian.com/2014/03/analisis-faktor.html>[diakses pada 2 Maret 2017]
- Hindrayani, A. 2010. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Pohon Cahaya.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. 2006. *Marketing research: An Applied Orientation (5th Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Republik Indonesia. 2008. Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Sanusi, A. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Tarigan, R. 2006. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. 2008. *Metode penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: CV. Cahaya Pres