

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Identifikasi dan Pembobotan Kriteria

Pada penelitian ini, kriteria yang digunakan dan penilaiannya berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Alfian (2016) dimana disebutkan kriteria dengan bobot tertinggi adalah akses lokasi pemasaran dengan bobot sebesar 0,293 diikuti oleh tingkat kompetisi (0,224), tingkat keramaian (0,173), keamanan (0,150), harga sewa tanah (0,120) dan kebersihan (0,040). Penentuan kriteria yang digunakan oleh Alfian (2016) mengacu pada penelitian Faizal E (2012) dengan penilaian yang berbeda. Peneliti sebelumnya, dalam hal ini Prakoso menggunakan data kuesioner tentang tingkat kepentingan dari setiap kriteria yang ada dengan mengambil 100 sampel, yaitu masyarakat umum. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, para pemberi keputusan bukanlah para ahli *decision maker* yang memiliki pengetahuan maupun pengalaman dalam masalah tersebut. Oleh sebab itu, rata-rata penilaian dari perbandingan berpasangan antar kriteria hanya bernilai 1 hingga 6 saja. Namun, agar dapat membandingkan hasil kualitatif dan kuantitatif dari penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang, maka perbandingan berpasangan antar kriteria menggunakan hasil penelitian sebelumnya.

5.2 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Kebersihan

Berdasarkan perhitungan sebelumnya diperoleh bobot tiap alternatif bila ditinjau dari kebersihannya diperoleh hasil bahwa Terminal Giwangan memiliki bobot tertinggi sebesar 0,53846, kemudian Stasiun Tugu memiliki bobot 0,32308 dan yang terakhir adalah Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,13846. Hal ini ditentukan dari besarnya biaya kebersihan yang dibebankan kepada setiap pelaku usaha yang menyewa tempat di lokasi alternatif tersebut. Berdasarkan peraturan yang telah ditentukan di setiap alternatif lokasi tentang penyewaan aset diperoleh bahwa dalam satu bulan, penyewa

wajib membayar biaya kebersihan sebesar Rp 9.000,- untuk Terminal Giwangan, Rp 15.000,- untuk Stasiun Tugu dan Rp 35.000,- untuk Bandara Adi Sucipto. Menurut Garrison dan Noreen (2004) dalam teori *break even point* dimana tingkat penjualan yang diperlukan bisa menutupi semua biaya operasional, dimana *break even* tersebut laba sebelum bunga dan pajak sama dengan nol (0). Langkah pertama untuk menentukan break even adalah membagi harga pokok penjualan (HPP) dan biaya operasi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan fungsi dari waktu, bukan fungsi dari jumlah penjualan dan biasanya ditetapkan berdasarkan kontrak, misalnya biaya yang dikeluarkan untuk menyewa lokasi. Sedangkan biaya variabel tergantung langsung dengan penjualan bukan fungsi dari waktu, misalnya biaya angkut barang. Tentu saja biaya kebersihan termasuk dalam kategori biaya tetap (*fixed cost*) sehingga semakin besar biaya kebersihan yang dikeluarkan maka semakin besar pula biaya operasi yang harus dikeluarkan dan sebaliknya, semakin kecil biaya kebersihan yang dikeluarkan maka semakin kecil pula biaya operasi yang harus dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil bahwa lokasi Bandara Adi Sucipto memiliki bobot tertinggi dengan nilai 0,62322 diikuti Stasiun Tugu dengan nilai 0,23949 dan Terminal Giwangan dengan bobot 0,13729. Dalam penelitian tersebut mengacu pada pendapat masyarakat yang menganggap Bandara Adi Sucipto memiliki tingkat kepentingan tertinggi pada kriteria kebersihan. Namun, para *decision maker* tersebut hanya melihat dari lingkungan fisik lokasi dan tidak mempertimbangkan aspek lain dari kriteria tersebut seperti biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan nantinya untuk kebersihan tersebut.

5.3 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Tingkat Kompetisi

Pada perhitungan sebelumnya diperoleh hasil bobot tiap lokasi alternatif ditinjau dari tingkat kompetisi atau jumlah pesaingnya adalah sebagai berikut; (1) Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,54622; (2) Stasiun Tugu dengan bobot sebesar 0,32773 dan (3) Terminal Giwangan dengan bobot 0,12605. Sedangkan pada penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil pembobotan sebagai berikut: (1) Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,76710; (2) Stasiun Tugu dengan bobot sebesar 0,14292 dan (3) Terminal Giwangan dengan bobot 0,08998. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa Bandara Adi Sucipto

memiliki peluang besar untuk dijadikan lokasi usaha gudeg karena jumlah pelaku usaha gudeg yang berada di dalam Bandara Adi Sucipto hanya ada tiga tempat. Dua tempat di area dalam bandara dan satu tempat di *foodcourt* luar. Sedangkan untuk lokasi Stasiun Tugu terdapat 5 pelaku usaha gudeg, dimana empat usaha berada di dalam stasiun dan satu usaha berada di dekat pintu keluar stasiun. Terminal Giwangan memiliki banyak pelaku usaha gudeg, khususnya di bagian dalam (*foodcourt* lantai satu). Terdapat 13 pelaku usaha gudeg di dalam Terminal Giwangan. Namun, rata-rata pelaku usaha gudeg yang berada di Bandara Adi Sucipto, Stasiun Tugu maupun di Terminal Giwangan menjual gudeg dalam bentuk makan di tempat, dibungkus dengan kertas pembungkus nasi/ kardus/ kendhil. Belum ada yang menjual gudeg dalam bentuk kalengan di area tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kuntjoroadi & Safitri (2009) tentang ‘Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial’ dijelaskan bahwa semakin rendah kompetisi yang ada pada area pemasaran, maka akan semakin banyak orang yang membeli di area tersebut, dan sebaliknya makin banyak para pesaing pelaku usaha yang sama pada area tersebut maka semakin sedikit orang yang akan membeli di tempat usaha kita. Itu artinya, makin rendah tingkat kompetisi, maka makin tinggi peluang perusahaan dalam menjual produknya, dan sebaliknya.

5.4 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Akses Lokasi Pemasaran

Dalam pengolahan data diperoleh hasil bahwa Stasiun Tugu memiliki bobot tertinggi dengan nilai 0,61340 kemudian Terminal Giwangan dengan nilai 0,23854 dan Bandara Adi Sucipto dengan nilai 0,14806. Hal ini dipengaruhi oleh jarak dan waktu tempuh dari lokasi produksi gudeg ‘Bu Lies’ menuju ke masing-masing lokasi alternatif. Jika dilihat pada Google Map, jarak terdekat dari Gudeg ‘Bu Lies’ menuju ke Stasiun Tugu adalah 2,3 km dengan waktu tempuh 7 menit dengan menggunakan transportasi roda 4 (mobil) – tanpa adanya macet. Sedangkan untuk sampai ke Terminal Giwangan membutuhkan waktu 18 menit (5,8 km) dengan menggunakan transportasi roda 4, dan dari lokasi produksi ke lokasi alternatif 2 (Bandara Adi Sucipto) membutuhkan waktu sekitar 29 menit (10,1 km) dengan menggunakan transportasi roda 4 – tanpa adanya macet.

Pada penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,68773; (2) Stasiun Tugu dengan bobot sebesar 0,23443 dan (3) Terminal Giwangan dengan bobot 0,07784. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa Bandara Adi Sucipto memiliki nilai tertinggi dari kriteria akses lokasi pemasaran. Namun, perlu diketahui bahwa penilaian yang diberikan oleh para pemberi keputusan bersifat subjektif, sehingga tergantung dari jarak antara tempat tinggal para pemberi keputusan dengan lokasi pemasaran. Hal ini dilihat dari akses bagaimana cara konsumen dapat mencapai lokasi tersebut, apakah menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum (Bus Trans Jogja, kereta api, dll). Namun, pemberi keputusan tidak mempertimbangkan dari aspek biaya transportasi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, biaya transportasi merupakan biaya variabel yang berpengaruh dalam perhitungan analisis keuangan. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, peneliti mengambil dari sudut pandang pelaku usaha.

Berdasarkan penelitian oleh TS (2010) tentang 'Kajian Kebutuhan Pelanggan, Bauran Pemasaran, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan' dijelaskan bahwa semakin mudah akses pada suatu tempat pemasaran, maka akan semakin rendah biaya transportasi menuju area pemasaran tersebut. Sebaliknya semakin sulit akses pada suatu tempat pemasaran, maka akan semakin tinggi biaya transportasi menuju area pemasaran tersebut. Hal ini berarti dapat memangkas biaya operasional perusahaan dalam hal biaya transportasi, sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan pun menjadi lebih tinggi.

5.5 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Keamanan

Berdasarkan data jumlah kasus kejahatan di setiap lokasi alternatif yang diperoleh dari BPS Yogyakarta diperoleh hasil Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,38396; Stasiun Tugu dengan bobot 0,36180 dan Terminal Giwangan dengan bobot 0,25424. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan Bandara Adi Sucipto memiliki nilai keamanan yang tinggi dengan dilihat dari jumlah kasus yang lebih sedikit dari lokasi alternatif lainnya. Seperti pada penelitian Alfian, hasil yang diperoleh adalah Bandara Adi Sucipto memiliki bobot 0,62698, Stasiun Tugu dengan bobot 0,29233 dan Terminal

Giwangan dengan bobot 0,08069. Dari hasil tersebut, ranking dari tiap alternatif berdasarkan kriteria keamanan tidak jauh berbeda.

Berdasarkan penelitian Suska V (2013) yang menjelaskan bahwa semakin aman suatu lokasi pemasaran maka semakin nyaman seseorang melakukan kegiatan berbelanja di area tersebut. Sebaliknya semakin tidak aman suatu lokasi pemasaran, maka orang akan merasa tidak aman berbelanja di area tersebut. Tingkat keamanan ini juga berpengaruh pada pelaku usaha itu sendiri. Jika si pelaku usaha merasa keamanan di lokasi itu kurang menjamin, dirinya menjadi merasa tidak aman berjualan di lokasi tersebut. Hal ini akan mempengaruhi tingkat penjualan produk nantinya.

5.6 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Tingkat Keramaian

Dari pengolahan data sebelumnya didapat hasil perhitungan bobot tiap alternatif jika ditinjau dari tingkat keramaiannya adalah sebagai berikut: (1) Stasiun Tugu dengan bobot 0,43705; (2) Bandara Adi Sucipto dengan bobot sebesar 0,40550 dan (3) Terminal Giwangan dengan bobot 0,15745. Hal ini menjelaskan bahwa Stasiun Tugu merupakan lokasi terbaik untuk dijadikan lokasi pemasaran yang baru. Sedangkan pada penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil bahwa Bandara Adi Sucipto memiliki bobot tertinggi sebesar 0,72080, diikuti Terminal Giwangan dengan bobot 0,15242 dan Stasiun Tugu dengan bobot 0,12678. Berdasarkan penelitian Alfian (2016) disebutkan bahwa Bandara Adi Sucipto memiliki tingkat kepentingan lebih besar dibanding lokasi yang lainnya di kriteria tingkat keramaian. Hal ini dikarenakan kapasitas Bandara Adi Sucipto yang sudah *over capacity* sehingga terlihat begitu ramai, namun apabila dilihat dari jumlah kedatangan penumpang, nilai Bandara Adi Sucipto dan Stasiun Tugu tidak jauh berbeda.

Berdasarkan penelitian Aqli (2016) tentang Kajian *Crowding* di Anjuang Pengantar (*Waving Gallery*) Bandara Internasional Adisucipto Yogyakarta, diketahui bahwa semakin ramai suatu tempat pemasaran maka akan semakin banyak peluang orang yang melakukan belanja di lokasi tersebut. Dan sebaliknya, semakin sepi suatu lokasi pemasaran maka akan semakin rendah peluang orang yang berbelanja di lokasi

tersebut. Hal ini akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Semakin banyak orang yang berbelanja maka akan semakin banyak produk yang terjual, dan sebaliknya.

5.7 Alternatif Ditinjau dari Kriteria Harga Sewa

Berdasarkan hasil perhitungan bobot tiap lokasi alternatif ditinjau dari bobot harga sewa diperoleh bahwa lokasi Terminal Giwangan memiliki bobot sebesar 0,50919 sehingga cocok dijadikan lokasi usaha. Untuk bobot Stasiun Tugu dan Bandara Adi Sucipto masing-masing adalah 0,37395 dan 0,11686. Berdasarkan Peraturan Wali Kota Yogyakarta tentang Besaran Tarif Sewa Aset di Terminal Giwangan Yogyakarta disebutkan untuk jenis usaha makanan dikenakan tarif Rp 45.900 per m² per bulan. Sedangkan untuk membuka usaha di Stasiun Tugu dikenakan tarif sewa sebesar Rp 62.500 per m² per bulan – berdasarkan peraturan PT. KAI DAOP 6 Yogyakarta. Untuk menyewa lokasi di daerah Bandara Adi Sucipto dikenakan tarif Rp 200.000 per m² per bulan tanpa memperhatikan biaya-biaya lainnya.

Pada penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Bandara Adi Sucipto dengan bobot 0,68529 (2) Terminal Giwangan dengan nilai 0,22113 dan (3) Stasiun Tugu dengan nilai 0,09338. Hal ini menjelaskan bahwa para pengambil keputusan menganggap alternatif lokasi pemasaran Bandara Adi Sucipto merupakan lokasi pemasaran paling penting ditinjau dari kriteria tanah/ lokasi. Namun, aspek apa yang menjadi patokan para pengambil keputusan tidak dijelaskan sehingga tidak dapat diketahui dasar-dasar para pengambil keputusan dalam penilaian. Hal ini dikarenakan para pengambil keputusan bukanlah para *decision maker* yang sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menilai masalah tersebut.

Berdasarkan penelitian tentang ‘Penentuan dan Pemilihan Lokasi Bandara dengan Menggunakan SIG dan Metode AHP di Kabupaten Kendal’ oleh Putri, Nugraha dan Yuwono (2015) dijelaskan bahwa semakin tinggi harga lokasi pemasran maka akan semakin banyak biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk area tersebut. Semakin banyak biaya yang dikeluarkan perusahaan maka semakin tinggi pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk lokasi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga lokasi

pemasaran maka semakin rendah pula biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

5.8 Pembahasan

Penelitian bertujuan untuk mencari lokasi pemasaran yang baru untuk perusahaan Gudeg 'Bu Lies' dalam meningkatkan volume penjualannya. Dalam hal ini, perusahaan Gudeg 'Bu Lies' tengah melakukan strategi penjualan dimana perusahaan berusaha menjual produknya sesuai dengan target perusahaan bukan dari jumlah permintaan kebutuhan *customer*. Selama ini perusahaan hanya dapat menjual setengah dari target yang diharapkan. Di dalam konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*, terdapat empat poin utama yang perlu diperhatikan yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Perusahaan Gudeg 'Bu Lies' sudah melakukan strategi pengembangan produk dengan cara membuat kemasan baru untuk produknya, yaitu gudeg kalengan yang lebih tahan lama dan lebih praktis untuk dibawa. Harga yang ditetapkan perusahaan sudah termasuk kategori mudah dijangkau oleh masyarakat. Nama Gudeg 'Bu Lies' itu pun sudah termasuk *brand* yang sudah dikenal masyarakat, khususnya daerah Yogyakarta karena gudeg ini sudah terkenal sejak tahun 1993. Namun, dengan pengembangan produk dan *brand* yang sudah melekat, perusahaan belum mampu mencapai target penjualannya. Oleh sebab itu, perusahaan mencoba untuk memperluas pasarnya dengan cara membuka cabang baru.

Dengan perhitungan metode AHP diperoleh bobot tiap alternatif ditinjau dari keseluruhan kriteria adalah sebagai berikut: (1) Stasiun Tugu dengan persentase 44,085% (2) Bandara Adi Sucipto dengan persentase 31,290% dan (3) Terminal Giwangan dengan persentase 24,625%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi alternatif 3 atau Stasiun Tugu merupakan lokasi yang terbaik untuk dijadikan lokasi cabang pemasaran baru Gudeg 'Bu Lies' bila dilihat dari kriteria kebersihan, tingkat kompetisi, akses lokasi, keamanan, tingkat keramaian, dan harga sewa. Sedangkan pada penelitian Alfian (2016) diperoleh hasil: (1) Bandara Adi Sucipto dengan persentase 69,920%; (2) Stasiun Tugu dengan persentase 18,730% dan (3) Terminal Giwangan dengan persentase 11,350%. Perbedaan hasil ini dikarenakan perbedaan data yang digunakan sebagai inputannya, dimana pada penelitian Alfian (2016) lebih menekankan pada data

kualitatif dan penggunaan skala Saaty di dalam penilaiannya, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus pada penggunaan data kuantitatif sebagai inputannya sehingga diperoleh hasil yang objektif, tanpa adanya perbedaan opini.

Dalam penentuan lokasi ini, banyak kriteria yang seharusnya digunakan sebagai faktor pengambil keputusan. Tetapi sedikit sekali kriteria yang bisa didapatkan data kuantitatifnya. Penelitian ini hanya berfokus pada data kuantitatif, maka dari itu data yang bersifat kualitatif seperti kuisisioner atau opini-opini masyarakat tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selain itu, penulis belum mempertimbangkan atau memisahkan jenis kriteria menjadi dua yaitu kriteria positif dan kriteria negatif. Struktur permasalahan dalam penelitian ini masih bersifat hirarki satu tingkat (tidak berbentuk jaringan) atau belum mempertimbangkan hubungan atau keterkaitan antar sub-sub kriteria. Keunggulan utama dari penyelesaian masalah dengan menggunakan struktur hirarki adalah lebih mudah dilakukan dan lebih cepat memperoleh suatu keputusan.