

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Lokasi

Sangat penting bagi seorang pimpinan atau pengusaha dalam menentukan lokasi perusahaannya. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang strategis dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi dimana calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen, dan lokasi yang banyak dilalui atau dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual.

2.1.1.1 Pengertian Lokasi

Menurut Render (2015:378), tujuan dari pemilihan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan. Oleh karena itu, tak heran jika keputusan lokasi juga bergantung pada tipe bisnis yang dijalankan. Ini berarti bahwa dalam menentukan lokasi perusahaan/ pabrik perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya produksi dan biaya distribusi dari barang-barang atau jasa-jasa yang dihasilkan sehingga biaya-biaya ini dapat serendah mungkin. Dengan

adanya penentuan lokasi perusahaan/ pabrik yang tepat atau baik, akan menentukan:

1. Kemampuan melayani konsumen dengan memuaskan.
2. Mendapat bahan-bahan mentah yang cukup dan berkelanjutan dengan harga yang layak/ memuaskan.
3. Mendapatkan tenaga buruh yang cukup.
4. Memungkinkan diadakannya perluasan pabrik dikemudian hari.

Menurut Heizer & Render (2015:378) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Dalam hal ini ada tiga interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan)

Apabila keadaannya seperti ini, maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini, lokasi tidak terlalu penting, tetapi harus diperhatikan dalam pencapaian jasa harus tetap berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

Dalam hal ini, berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak terlaksana.

Menurut Fahmi (2014:32) lokasi merupakan posisi keberadaan suatu aktivitas produksi ditempat yang sesuai dengan ruang lingkup bentuk bisnis tersebut. Posisi lokasi produksi bersifat fleksibel, karena semua itu disesuaikan dengan bentuk bisnis atau usaha yang dijalankan dengan menempatkan perhitungan pendekatan skala ekonomi sebagai salah satu acuan dalam pengambilan keputusan yang dibuat. Penempatan skala ekonomi artinya dinilai dari segi nilai ekonomis, namun ada juga ukuran lain seperti skala non ekonomi. Seperti kondisi dan situasi masyarakat, alam, dan stabilitas politik ditempat tersebut.

Jadi, mengacu pada pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas usaha yang harus memperhatikan berbagai faktor-faktor tertentu dalam penentuannya agar lingkungan sekitar tempat usaha dapat sesuai dengan ruang lingkup perusahaan juga dapat membantu aktivitas perusahaan supaya lancar, efektif dan efisien.

2.1.1.2 Indikator Pemilihan Lokasi Perusahaan

Yang sering dilakukan para wirausaha dalam memilih usahanya adalah usaha apa yang akan di ambil, bagaimana pasarnya baru kemudian dimana lokasinya. Menurut Heizer & Render (2015:378), lokasi yang spesifik seringkali mempengaruhi pendapatan daripada terhadap biaya. Terdapat 8 faktor yang menentukan volume dan pendapatan bagi perusahaan jasa:

- 1) Daya beli konsumen pada area yang dituju

- 2) Jasa dan gambaran sesuai dengan demografis konsumen pada area yang dituju
- 3) Persaingan di dalam area
- 4) Kualitas persaingan
- 5) Keunikan dari lokasi perusahaan dan para pesaingnya
- 6) Kualitas fisik dari tempat fasilitas dan bisnis di sekitarnya
- 7) Kebijakan operasional perusahaan
- 8) Kualitas dari manajemen

Sedangkan menurut Kasmir (2017:152), secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
- 3) Apakah dekat dengan bahan baku
- 4) Apakah tersedia tenaga kerja
- 5) Tersedia sarana prasarana
- 6) Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
- 7) Apakah dekat dengan lembaga keuangan
- 8) Apakah berada di kawasan industri
- 9) Kemudahan untuk melakukan ekspansi/perluasan lahan
- 10) Kondisi adat istiadat/ budaya/ sikap masyarakat setempat
- 11) Hukum yang berlaku

2.1.2 Kinerja Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Menurut Torang (2014:74) “Kinerja adalah kualitas hasil kerja individu atau sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standard operasional prosedur, kriteria dan ukuran yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi.

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu, untuk menilai kinerja perusahaan perlu dilibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari keputusan dan mempertimbangkan dengan menggunakan pengukuran komparatif.

2.1.2.2 Pengertian Pengukuran Kinerja Perusahaan

Menurut Moehariono (2014: 96), pengukuran kinerja (*performance measurement*) mempunyai pengertian suatu proses penilaian tentang kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, termasuk informasi dan atas efisiensi serta efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan organisasi. Penilaian kinerja merupakan hasil dari kegiatan atau kinerja perusahaan dengan standar kualitas, kuantitas, maupun kriteria yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan. Penilaian kinerja harus

dilakukan untuk mengetahui seberapa baik prestasi yang telah dicapai oleh setiap perusahaan. Penilaian tersebut penting dan berguna untuk perusahaan dalam mengambil keputusan serta menetapkan suatu kebijakan untuk periode selanjutnya.

Sistem pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai alat pengendali organisasi karena pengukuran kinerja diperkuat dengan menetapkan *reward* dan *punishment*. Pengukuran kinerja sebagai tolak ukur bagi manajemen perusahaan untuk melihat apakah kinerja dalam suatu perusahaan sudah baik dari segi keuangan maupun non keuangan. Manajemen melakukan evaluasi untuk perbaikan atas kegiatan operasional perusahaan dalam periode tertentu.

2.1.2.3 Tujuan Pengukuran Kinerja Perusahaan

Tujuan pokok dari pengukuran kinerja adalah untuk memberikan motivasi kepada karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan sebagai proses evaluasi agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Adapun tujuan umum pengukuran kinerja yaitu:

- a. Untuk melihat kondisi serta menentukan kontribusi dari suatu perusahaan terhadap organisasi secara keseluruhan.
- b. Sebagai dasar untuk melakukan evaluasi kinerja setiap manajemen.
- c. Memberikan motivasi masing-masing manajemen untuk menjalankan divisinya secara konsisten sehingga sesuai dengan tujuan perusahaan.

2.1.2.4 Pengertian BSC

Menurut Hansen dan Mowen (dalam Arisudhana, 2014) *Balanced scorecard* merupakan suatu metode pengukuran kinerja organisasi. Penilaian kinerja yang menggunakan *balanced scorecard* tidak hanya menilai aspek keuangan saja, namun juga menilai aspek non keuangan. Menurut Pramudita (2016), *Balanced scorecard* merupakan alat kontrol strategis lengkap yang harus diterapkan di perusahaan dan mungkin dipercaya untuk membawa perspektif lain untuk perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan pengukuran komprehensif yang mencakup empat perspektif yaitu keuangan, konsumen, proses bisnis dan internal serta pembelajaran dan pertumbuhan.

2.1.2.5 Perspektif BSC

a. Perspektif Pelanggan

Perspektif pelanggan difokuskan pada bagaimana organisasi memperhatikan pelanggannya agar berhasil. Perusahaan antara lain menggunakan tolak ukur kinerja berikut, pada waktu mempertimbangkan perspektif pelanggan:

- 1) Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*);
- 2) Retensi pelanggan (*customer retention*);
- 3) Pangsa pasar (*market share*);
- 4) Kemampuan pelanggan.

Tolak ukur kepuasan pelanggan menunjukkan apakah perusahaan memenuhi harapan pelanggan atau bahkan meyenangkannya. Tolak

ukur retensi atau loyalitas pelanggan menunjukkan bagaimana baiknya perusahaan berusaha mempertahankan pelanggannya.

b. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Untuk tujuan insentif, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memfokuskan pada kemampuan manusia. Tolak ukur kunci untuk menilai kinerja manajer adalah kepuasan karyawan, retensi karyawan, dan produktivitas karyawan. Kepuasan karyawan mengakui bahwa moral karyawan adalah penting untuk memperbaiki produktivitas, mutu, kepuasan pelanggan, dan ketanggapan terhadap situasi. Retensi karyawan mengakui bahwa karyawan mengembangkan modal intelektual khusus organisasi dan merupakan aktiva non keuangan yang bernilai bagi perusahaan. Produktivitas karyawan mengakui pentingnya keluaran per karyawan, keluaran dapat diukur dalam arti tolak ukur fisik seperti halaman yang diproduksi, atau dalam tolak ukur keuangan, seperti pendapatan per karyawan atau laba per karyawan.

c. Perspektif Keuangan

Balanced scorecard menggunakan tolak ukur kinerja keuangan, seperti laba bersih dan *ROI (Return On Investment)* karena tolak ukur tersebut secara umum digunakan dalam organisasi yang mencari laba. Tolak ukur keuangan memberikan bahasa umum untuk menganalisis dan membandingkan perusahaan. Tolak ukur keuangan adalah penting. *Balanced scorecard*, mencari suatu keseimbangan dari tolak

ukur kinerja yang multiple baik keuangan maupun non keuangan untuk mengarahkan kinerja organisasional terhadap keberhasilan.

d. Perspektif Usaha Internal dan Proses Produksi

Karyawan yang melakukan pekerjaan merupakan sumber ide baru yang terbaik untuk proses usaha yang lebih baik. Hubungan pemasok adalah kritikal untuk keberhasilan, khususnya dalam usaha eceran dan perakitan manufakturing. Perusahaan dapat berhenti berproduksi apabila terjadi masalah dengan pemasok. Pelanggan menilai barang dan jasa yang diterima dapat diandalkan dan tepat waktunya. Pemasok dapat memuaskan pelanggan apabila mereka memegang jumlah persediaan yang banyak untuk menyakinkan bahwa barang-barang tersedia di tangan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dibuat tidak hanya didukung oleh teori para ahli tetapi juga harus didukung dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu agar penelitian penelitian ini memiliki kekuatan yang relevan. Untuk mendukung penelitian ini, maka peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang didapat dari jurnal sebagai pembandingan antara penelitian yang dilakukan penrliti dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti lain. Penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Volume, Sumber, Tahun Terbit	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Relon Taufik Hidayat, Sri Zuliarni (2014), Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, Vol 9	Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil Di Lingkungan Universitas Riau)	Lokasi usaha memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap volume Penjualan kelas restoran kecil di lingkungan kampus Universitas Riau Panam.	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen. 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan.	1. Menggunakan uji-t dan analisis linear sederhana, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz. 2. Membahas urutan faktor terenting dalam pemilihan lokasi usaha, sedangkan dalam penelitian ini melakukan analisa <i>point of interest</i> yang terdapat pada lokasi usaha.
2	Deisyia Maulida Al Hamid, Nelson Rumui, Siti Kurnia, Wa Mutia (2022), Jurnal Ilmiah Ilmu Manajeme n dan Kewirausa haan, Vol 2	Analisis perbandinga n pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan pada pasar kelapa dua dan pasar thumburuni fakfak	Faktor lokasi sangat berpengaruh terhadap penjualan yakni 31% sedangkan sisanya yaitu 69% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen. 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan.	1. Jenis usahanya pasar, sedangkan dalam penelitian ini jenis usahanya di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3	Anugra Puryanda, Edwin Agung Wibowo dan Ade Parlaung n Nasution (2016), Jurnal Bening, Vol 3	Pengaruh Lokasi Usaha Dan Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perusahaan Oleh-Oleh Khas Batam	Variabel lokasi usaha (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan (Y)	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen. 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan.	1. Jenis usahanya pabrik dan toko oleh-oleh tradisional, sedangkan dalam penelitian ini jenis usahanya di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz.
4	Nuril Iksyaniyah, Yoyok Soesatyo (2015), Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), Vol 3	Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo	Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan antara variabel lokasi usaha (X1) terhadap keberhasilan usaha Pedagang kaki lima	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan	1. Jenis usahanya pedagang kaki lima, sedangkan dalam penelitian ini jenis usahanya di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Menggunakan uji-t dan analisis linear sederhana, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Foodiz.
5	Brando Musa, Jopie J. Rotinsulu 2019, Jurnal EMBA, Vol 7	Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam Pada Pt. Pandu Prima Manado	Secara simultan, lokasi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan pada PT. Pandu Prima Manado	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan	1. Usahanya bergerak di bidang penjualan telur ayam, sedangkan dalam penelitian ini di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Teknis analisisnya menggunakan regresi liner berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Foodiz.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6	Lia Nurlia 2021, Jursistekni, Vol 3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier	Lokasi minimarket memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian yang dibuat oleh pengunjung	Menggunakan lokasi sebagai variabel independen	1. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Foodiz. 2. Perbedaan dalam variabel dependennya
7	Sumarni Saota, Progresif Buulolo, Samanoi Halowo Fau, 2021, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, Vol 4	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ud. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di UD. Trialvela	Menggunakan lokasi sebagai variabel independen	1. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier sederhana, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Foodiz. 2. Perbedaan dalam variabel dependennya
8	Anggun Mela Sofiati, Indri Murniawaty (2019), Economic Education Analysis Journal, Vol 8	Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Lokasi Usaha berpengaruh terhadap Omzet Penjualan sebesar 28,94%, sisanya pengalaman usaha 9,73%, pengelolaan pasar 17,13%.	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan	1. Jenis usahanya pasar, sedangkan dalam penelitian ini jenis usahanya di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9	Putu Belza Meiliana Putri, I Wayan Sukadana (2020), Jurnal Ekonomi Pembangu nan Universita s Udayana, Vol 11	Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Manajerial, Lokasi Usaha, Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Penjualan Pedagang Kota Denpasar	Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa secara simultan variabel modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap penjualan pedagang bidang <i>fashion</i> di Kota Denpasar.	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan	1. Sektor usahanya di bidang fashion, sedangkan dalam penelitian ini sektor usahanya di bidang <i>food and baverage</i> . 2. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif <i>crosstabs</i> dan analisis regresi linier berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz.
10	Opan Arifudin, Yayan Sofyan, Rahman Tanjung, Udin Wahrudin (2020), Jurnal Ilmiah Manajeme n, Vol 15	Pengaruh Penjualan Personal Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota Bandung)	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi terhadap Volume Penjualan secara parsial.	1. Menggunakan lokasi sebagai variabel independen 2. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja perusahaan	1. Jenis usahanya dealer kamer, sedangkan dalam penelitian ini jenis usahanya di bidang <i>coffee shop</i> . 2. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi analisis dari Foodiz.

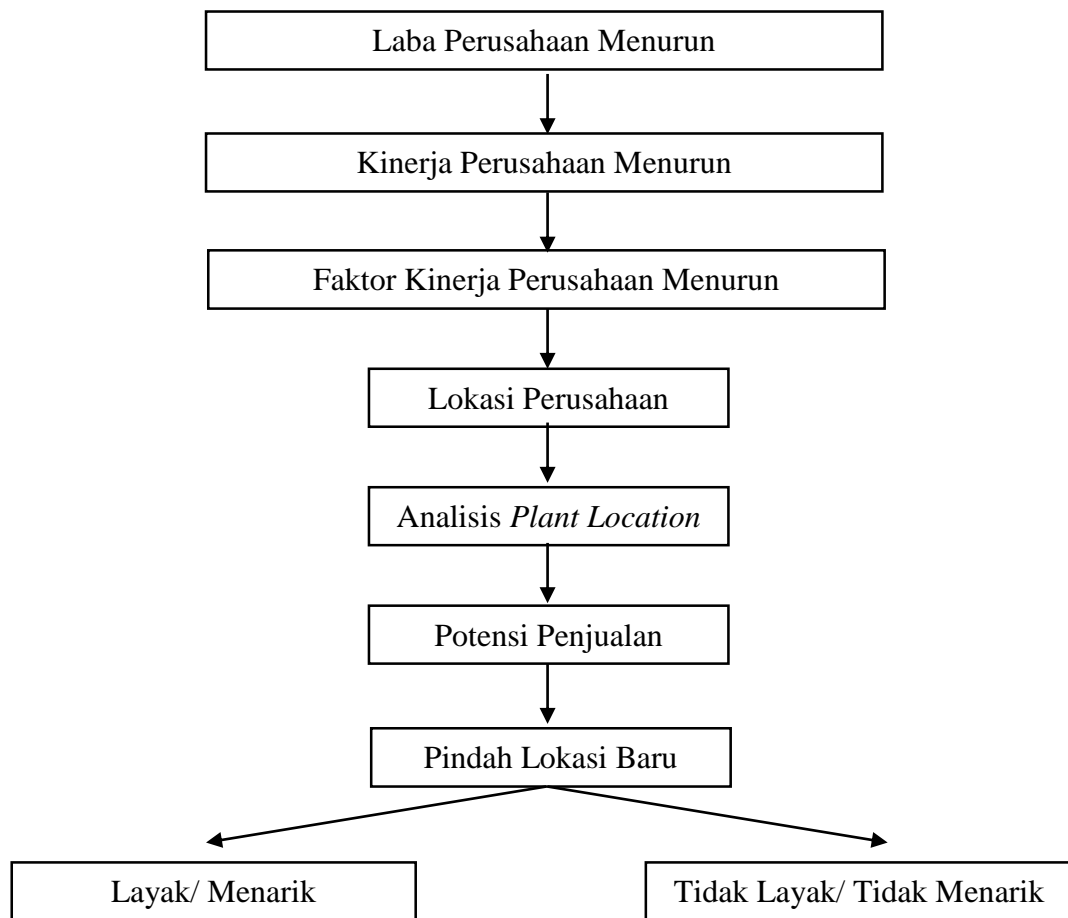
2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, Kopi Siloka Banjar telah mengalami penurunan laba yang sangat signifikan yaitu sekitar 70% sejak outlet tersebut mulai beroperasi pada Bulan Januari 2021 hingga Bulan Desember 2022 dan belum mengalami kenaikan laba signifikan seperti semula yaitu pada saat *honey moon period* (3 bulan sejak beroperasi). 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. Berdasarkan landasan teori tersebut, maka perusahaan melakukan pengukuran kinerja menggunakan perspektif keuangan yaitu dilihat dari laba perusahaan. Menurut Mulyadi (2014:513), salah satu faktor penurunan laba disebabkan oleh volume penjualan. Menurut Mariatun (2021), hasil penelitiannya menyebutkan bahwa 86% volume penjualan dipengaruhi oleh lokasi usaha. Menurut Ali Fatoni (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pemilihan lokasi suatu perusahaan akan mempengaruhi resiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat

penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Variabel biaya dan penjualan tersebut tentu saja akan berdampak terhadap besar atau kecilnya laba yang dihasilkan.

Sehingga dalam langkah evaluasi lokasi perusahaan, Kopi Siloka Banjar ingin melakukan analisis *plant location* menggunakan *software* yang bersumber dari Sekolah Bisnis Kuliner Foodiz yang bertujuan untuk mengetahui potensi penjualan dari lokasi usaha tersebut sehingga dapat mengambil kesimpulan bahwa lokasi usaha dapat mempengaruhi laba dan kinerja perusahaan. Ketika hasil analisis suatu lokasi usaha potensi volume penjualannya rendah, maka kemungkinan besar disebabkan oleh kesalahan dalam pemilihan lokasi usaha. Sehingga pihak perusahaan baiknya mengambil langkah solutif untuk memperbaiki kinerja perusahaannya yang dapat dilihat dari laba perusahaan dengan cara memindahkan lokasi usaha tersebut.

Hasil analisis *plant location* ini juga dapat digunakan dalam penentuan lokasi usaha yang baru akan di buka. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengambil keputusan apakah lokasi usaha yang akan dibuka itu dapat dikatakan layak (menarik) atau tidak.



Gambar 2.1
Diagram Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran yang dikembangkan maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut: “Analisis *Plant location* dapat mengetahui perbandingan dan kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan potensi lokasi pada Kafe Kopi Siloka - Banjar”.