

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kluster Usaha

Porter (1990, 1998) dalam Handayani dkk (2014) mendefinisikan kluster usaha merupakan konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu, yang saling berhubungan karena kebersamaan dan saling melengkapi. Kluster usaha mendorong perusahaan-perusahaan di dalamnya untuk bekerjasama dan bersaing satu sama lain. Menurut Enright (2000) dalam Handayani dkk (2014), perusahaan-perusahaan yang sejenis/sama atau yang saling berkaitan, berkumpul dalam suatu batasan geografis tertentu disebut kluster. Kluster adalah konsentrasi geografis antara perusahaan-perusahaan yang saling terkait dan bekerjasama, diantaranya melibatkan pemasok barang, penyedia jasa, usaha yang terkait, serta sejumlah lembaga yang secara khusus berfungsi sebagai penunjang dan atau pelengkap (Djamhari, 2006 dalam Susanty dkk, 2013)

2.2. Teori Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*Spatial Order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Tujuan dari mempelajari teori lokasi adalah melihat kedekatan atau jauhnya satu kegiatan

dengan kegiatan lain dan apa dampaknya atas kegiatan masing-masing karena lokasi yang berdekatan (berjauhan) tersebut (Tarigan, 2005, (A) :122).

2.2.1. Teori Lokasi Biaya Minimum Weber

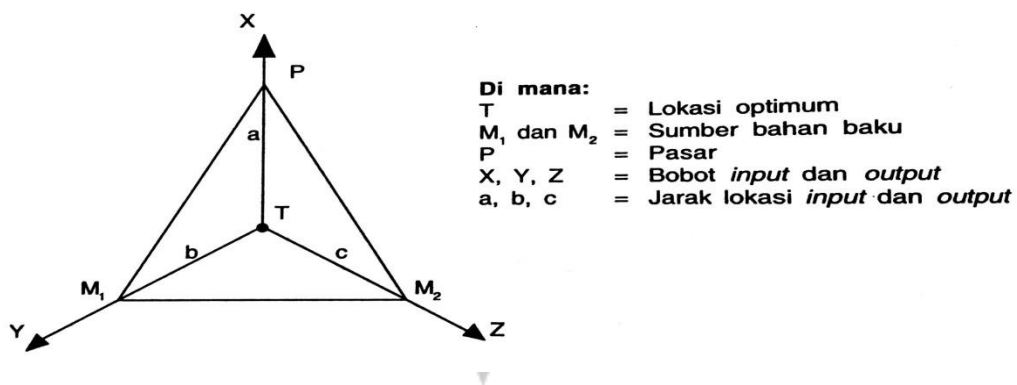
Alfred Weber seorang ahli ekonomi Jerman mendasarkan teorinya bahwa pemilihan lokasi didasarkan atas prinsip minimisasi biaya. Weber menyatakan bahwa lokasi setiap usaha tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja di mana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat di mana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Dalam perumusan modelnya, Weber bertitik tolak pada asumsi bahwa :

1. Unit telaahan adalah suatu wilayah yang terisolasi, iklim yang homogen, konsumen terkonsentrasi pada beberapa pusat, dan kondisi pasar adalah persaingan sempurna;
2. Beberapa sumber daya alam seperti air, pasir, dan batu bata tersedia di mana-mana (*ubiquitous*) dalam jumlah yang memadai;
3. Material lainnya seperti bahan bakar mineral dan tambang tersedia secara sporadis dan hanya terjangkau pada beberapa tempat terbatas;
4. Tenaga kerja tidak *ubiquitous* (tidak menyebar secara merata) tetapi berkelompok pada beberapa lokasi dan dengan mobilitas yang tersebar.

Berdasarkan asumsi itu, ada tiga faktor yang mempengaruhi lokasi usaha, yaitu biaya transportasi, upah tenaga kerja dan dampak aglomerasi atau de-aglomerasi. Biaya transportasi dan biaya upah tenaga kerja merupakan faktor

umum yang secara fundamental menentukan pola lokasi dalam kerangka geografis. Kekuatan aglomerasi dan deaglomerasi merupakan kekuatan lokal yang berpengaruh menciptakan konsentrasi atau pemencaran berbagai kegiatan dalam ruang (Tarigan, 2005, (A) : 140-141)

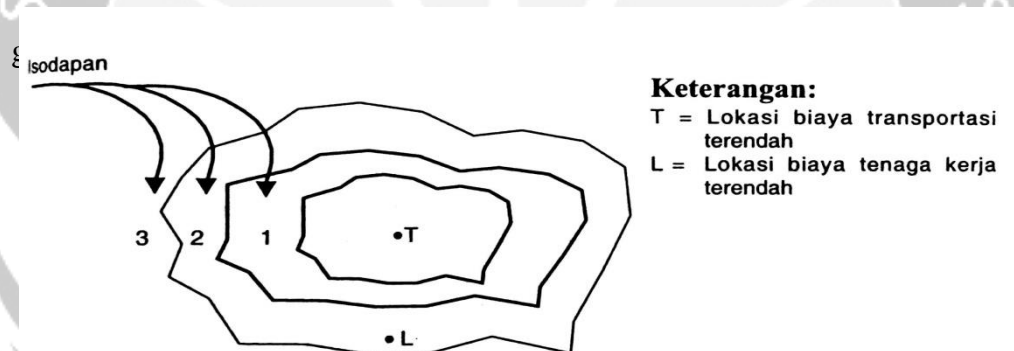
Biaya transportasi bertambah secara proporsional dengan jarak. Biaya transportasi dipengaruhi oleh berat lokasional. Berat lokasional adalah berat total semua barang berupa *input* yang harus diangkut ke tempat produksi untuk menghasilkan satu satuan *output* ditambah berat *output* yang akan dibawa ke pasar. Berat total itu terdiri dari satu satuan produk akhir ditambah semua berat *input* yang harus ke lokasi pabrik seperti bahan mentah, bahan setengah jadi, bahan penolong, dan lain-lain yang diperlukan untuk menghasilkan satu satuan *output*. Lokasi biaya transportasi termurah adalah pada pertemuan dari berbagai arah tersebut. Weber memberi contoh 3 arah dalam segitiga lokasi atau *locational triangle* yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1 *Locational Triangle* dari Weber

Gambar di atas dimisalkan dengan adanya dua sumber bahan baku yang lokasinya berbeda, yaitu M_1 dan M_2 dan pasar berada pada arah yang lain, dengan demikian, terdapat 3 arah lokasi sehingga ongkos angkut termurah adalah pada pertemuan dari 3 arah tersebut, dari gambar diatas terlihat bahwa lokasi optimum adalah titik T.

Biaya tenaga kerja adalah faktor kedua yang dapat memengaruhi lokasi usaha. Hal ini dapat terjadi apabila penghematan biaya tenaga kerja per unit produksi lebih besar daripada tambahan biaya transportasi per unit produksi karena berpindahnya lokasi ke dekat sumber tenaga kerja. Penggabungan kedua jenis biaya tersebut melahirkan pendekatan biaya terendah seperti terlihat pada

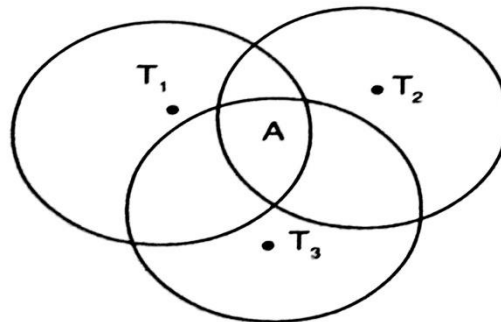


Gambar 2.2. Kurva Isodapan dari Weber

Isodapan adalah kurva yang menggambarkan berbagai lokasi usaha yang menggambarkan berbagai lokasi usaha yang memberikan tingkat biaya transportasi yang sama. Perbedaan isodapan yang satu dengan yang lainnya menunjukkan pertambahan biaya akibat pertambahan jarak dari titik T dengan tingkat penambahan yang sama pada masing-masing isodapan. Gambar di atas menunjukkan di luar titik T terdapat isodapan 1,2, dan 3. Titik L adalah lokasi

pasar tenaga kerja di dalam isodapan 2 dan perusahaan akan melihat apakah tetap berada pada titik T atau pindah lokasi di mana ada terdapat pasar buruh dengan upah yang lebih rendah.

Setelah itu Weber mencoba menghubungkan antara biaya transportasi minimum dengan aglomerasi. Aglomerasi memberikan keuntungan, antara lain berupa saling membutuhkan produk di antara berbagai usaha, mungkin sudah tersedia fasilitas seperti tenaga listrik, air, perbengkelan, dan pemondokan, serta tenaga kerja terlatih. Fasilitas ini akan menurunkan biaya produksi atau kebutuhan modal kalau terpisah jauh semua fasilitas harus dibangun sendiri. Weber secara diagramatik, menjelaskan terjadinya aglomerasi sebagai berikut :



Gambar 2.3 Isodapan Kritis dan Lokasi Aglomerasi

Isodapan kritis adalah kurva yang menunjukkan selisih biaya dari salah satu kurva dari titik T adalah sama dengan keuntungan nontransportasi yang dapat diperoleh pada suatu tempat alternatif. Diagram di atas digambarkan ada 3 usaha yang masing-masing memiliki lokasi biaya transportasi minimum pada titik T_1 , T_2 , T_3 , masing-masing usaha memiliki isodapan kritis yang saling berpotongan pada lokasi A. Aglomerasi akan terjadi pada titik A karena lokasi itu lebih efisien dibanding dengan titik T masing-masing, akan tetapi apabila isodapan kritis dari

masing-masing usaha berpotongan maka aglomerasi tidak akan terjadi. Weber juga menyadari hal ini jarang terjadi karena usaha-usaha yang baru jarang berunding dulu untuk merembukkan lokasi mereka. Umumnya, yang terjadi adalah usaha baru memilih beralokasi dekat dengan usaha yang sudah ada atau memilih berlokasi pada titik T-nya (Tarigan, 2005, (A) : 141-144)

2.2.2. Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch

August Losch menyatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh dari pasar, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan penerimaan terbesar. Dengan demikian, lokasi produksi harus berada di pinggir kota atau bahkan di luar kota tetapi dengan membuka kantor pemasaran di dalam kota, artinya usaha itu walaupun berada di luar kota tetap merupakan bagian dari kegiatan kota dalam arti kata memanfaatkan *range* atau wilayah pengaruh dari kota tersebut (Tarigan, 2005, (B) :101).

2.2.3. Teori Biaya Minimum dan Ketergantungan Biaya Lokasi Melvin Greenhut

Dalam teori lokasi Melvin Greenhut menyatukan teori lokasi biaya minimum dengan teori ketergantungan lokasi, dan jua menambahkan beberapa unsur biaya yang sebelumnya masih terabaikan dan faktor yang mempengaruhi permintaan, maka dalam teori ini mencakup unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Biaya lokasi yang meliputi biaya angkutan, tenaga dan pengelolaan

- b. Faktor lokasi yang berhubungan dengan permintaan, yaitu ketergantungan lokasi dan usaha untuk menguasai pasar.
- c. Faktor yang menurunkan biaya
- d. Faktor yang meningkatkan pendapatan.
- e. Faktor pribadi yang berpengaruh terhadap penurunan biaya dan peningkatan pendapatan.
- f. Pertimbangan pribadi

Sekalipun Greenhut banyak menekankan segi permintaan, namun perkembangan teori maupun praktek penentuan lokasi masih cenderung ke pertimbangan biaya. Segi permintaan baru mendapat perhatian, sejauh menyangkut biaya angkutan untuk memasok pasar yang bersangkutan. Greenhut lebih sering menekankan segi permintaan ini, baginya permintaan tidak hanya ditentukan oleh lokasi, tetapi juga mempengaruhi lokasi. (Djojodipuro, 1992 :129)

2.2.4. Teori Keunggulan Kompetitif Menurut Michael Porter (Model Berlian Daya Saing Internasional)

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi, seperti inovasi, budaya yang kohesif, atau implementasi yang baik. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu usaha, arena fundamental dimana persaingan berlangsung. Strategi bersaing bertujuan membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan dalam usaha.

Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Keunggulan bersaing dalam satu usaha dapat sangat diperkuat oleh hubungan dengan unit-unit usaha yang bersaing di sejumlah usaha terkait, hubungan di unit-unit usaha merupakan sarana utama bagi perusahaan yang terdiversifikasi untuk menciptakan nilai (manfaat).

Faktor penentu fundamental pertama dari kemampuan suatu perusahaan adalah daya tarik usaha. Strategi bersaing harus mencerminkan pemahaman yang canggih mengenai aturan main persaingan yang menentukan daya tarik usaha, dalam usaha apapun, apakah usahak domestik atau internasional, apakah menghasilkan barang atau jasa, aturan persaingan tercakup dalam lima faktor persaingan : masuknya pendatang baru, ancaman produk substitusi, daya tawar-menawar pembeli, daya tawar-menawar pemasok, dan persaingan di antara peserta pesaing yang ada.



Gambar 2.4 Lima Faktor Persaingan yang Menentukan Kemampuan usaha

Kekuatan kolektif dari kelima faktor persaingan ini menentukan kemampuan perusahaan dalam suatu usaha untuk memperoleh tingkat

pengembalian investasi yang melebihi biaya modalnya. Kelima faktor ini menentukan kemampuan suatu usaha karena mereka mempengaruhi harga, biaya, dan investasi yang diperlukan. Kekuatan pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan perusahaan, misalnya seperti ancaman dari produk pengganti. Daya tawar-menawar pemasok menentukan biaya bahan baku dan masukan lain. Intensitas persaingan mempengaruhi harga dan biaya bersaing di berbagai bidang. Ancaman pendaatang baru membatasi harga dan menentukan tingkat investasi yang dibutuhkan untuk merintanginya masuknya pendaatang baru. Kekuatan setiap faktor persaingan ini merupakan fungsi dari struktur suatu usaha, atau karakteristik ekonomi dan teknis yang mendasari suatu usaha (Porter, 1993).

2.3. Studi Terkait/Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Maarif, Nugroho, Damaiyanti, Wardhani, Sephastika (2014) dengan judul Faktor-Faktor Penentuan Pemilihan Lokasi Minimarket Di Jalan Mulyosari, Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penentuan lokasi ritel di Jalan Mulyosari, Surabaya dan mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh. Metode Analisis yang digunakan adalah metode analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Untuk mengetahui faktor-faktor penentuan lokasi minimarket, dilakukan tinjauan pustaka dan diambil 3 variabel, yaitu aksesibilitas, sosio-ekonomi, dan persaingan. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan analisis AHP, terlihat bahwa aksesibilitas merupakan faktor terpenting dengan bobot (68%), disusul dengan faktor persaingan (8%), dan sosio-ekonomi (24%). Faktor aksesibilitas dibagi menjadi 3 sub faktor, dan yang paling

penting adalah kepadatan lalu lintas (67%), disusul oleh jarak terhadap permukiman (26%), dan lahan parkir (7%). Untuk faktor persaingan, dibagi menjadi 2 sub faktor, dan yang paling penting adalah jarak terhadap pesaing terdekat (84%) dan jarak terhadap pasar tradisional (16%). Sedangkan faktor sosio-ekonomi dibagi menjadi 3 faktor, dan yang terpenting adalah jumlah penduduk (67%), disusul oleh kesejahteraan penduduk (27%) dan terakhir kepadatan penduduk (6%).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2010) dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar Kampus UNDIP Pleburan). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha pada usaha jasa mikro kecil disekitar kampus Undip Pleburan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda dengan variabel *dependentnya* adalah kesuksesan usaha, variabel *independentnya* adalah kedekatan dengan infrastuktur, lingkungan bisnis, biaya lokasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 66%. Hasil uji F menunjukkan pada usaha jasa mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan, variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dari ketiga variabel independen biaya lokasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan kedua variabel yang lainnya.

Nuritha, Bukhori, Ratnani (2013) melakukan penelitian dengan judul Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember dengan sistem informasi geografis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis spasial dengan operasi spasial *geocoding*, *overlay*, *measurement*, dan *query* dalam sistem informasi geografis berbasis *web* yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha dan menggunakan 5 metode *hierarchical clustering*. Hasil penelitian dengan menggunakan metode *single linkage* dengan mengelompokkan 29 minimarket waralaba di Kabupaten Jember ke dalam 4 tingkat keberhasilan usaha dengan label yang berbeda-beda berdasarkan hasil interpretasi cluster, yaitu minimarket waralaba dengan tingkat sangat berhasil (4 minimarket), berhasil (11 minimarket), cukup berhasil (10 minimarket) dan kurang berhasil (4 minimarket). Analisis secara spasial menunjukkan bahwa kedekatan lokasi dengan perguruan tinggi serta tingginya kepadatan dan pendapatan per kapita penduduk berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Sari, Rohmawati, Argentino, Witari (2015) dengan judul Analisis Faktor Penentu Lokasi RSUD Dr. Mohammad Soewandhie Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pemilihan lokasi rumah sakit dan mengetahui faktor-faktor dominan pada pemilihan lokasi RSUD dr. Mohamad Soewandi. Metode analisis yang

digunakan adalah metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode AHP menyatakan bahwa variabel yang paling penting berpengaruh terhadap pemilihan lokasi RSUD Dr. Soewandhie adalah aksesibilitas, dengan presentase 30,5 %, tata guna lahan 22,8%, sarana dan prasarana 19,9 %, variabel lingkungan 11,7%, dan internal rumah sakit sebesar 7,8%. Variabel sumber daya manusia, sub variabel yang paling mempengaruhi pemilihan lokasi rumah sakit adalah jumlah tingkat sakit penduduk dengan persentase 42,3%, kemudian mata pencaharian penduduk 21,6 %, jumlah penduduk 19,1 %, dan 17% jumlah dan jenis tenaga dokter umum dan spesialis di wilayah kerja berpengaruh 17%. Variabel tata guna lahan, sub variabel yang pengaruhnya paling besar terhadap pemilihan lokasi RSUD Dr. Mohamad Soewandhie adalah kesesuaian lahan dengan RT/RW, kemudian disusul oleh luas lahan sebesar 24,8%, sub variabel 13,4 %. Variabel aksesibilitas, sub variabel yang paling berpengaruh terhadap pemilihan lokasi RSUD Dr. Mohamad Soewandhie adalah jarak keterjangkauan dengan nilai persentase 39,6%, kemudian disusul oleh luas lahan 25,8%, fungsi jalan 18,4%, dan kondisi jalan 16,2%. Variabel sarana dan prasarana, sub variabel yang paling berpengaruh terhadap pemilihan lokasi RSUD Dr. Mohamad Soewandhie adalah listrik dengan persentase 16,9%, kemudian disusul oleh pengelolaan air dan limbah 16,4%, pengelolaan air dan limbah 16,4%, telekomunikasi 15,8 %, pemadam kebakaran 15,1 %, air bersih 14,7%, fasilitas penunjang medik 14,2 %, dan fasilitas parkir 0,07%. Variabel internal rumah sakit, sub variabel yang paling berpengaruh terhadap pemilihan lokasi rumah sakit adalah jumlah dan jenis pelayanan

kesehatan dengan persentase 41,9%, kemudian dilanjutkan oleh jenis dan kelas rumah sakit 36,7%, dan yang terakhir adalah sifat pelayanan 21,4%. Variabel lingkungan, sub variabel yang paling berpengaruh terhadap penentuan lokasi RSUD Dr. Mohamad Soewandhie adalah jumlah rumah sakit di wilayah kerja termasuk rumah sakit swasta dengan persentase 27,7%, kemudian kondisi topografi 27,3%, batas lokasi lahan 22,3 %, bebas asap dan uap 12,5%, dan kebisingan 10,2%.

Penelitian yang dilakukan oleh Sastrawan (2015) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima (PKL) dan faktor apa yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL serta masalah apa yang di hadapi PKL di Pantai Penimbangan dan bagaimana solusinya. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi, kuesioner dan wawancara kemudian dianalisis dengan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL adalah aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah. Faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL adalah faktor aksesibilitas sebesar 56,331%. Masalah yang di hadapi PKL adalah kepastian penempatan lokasi, retribusi, permodalan, tingkat kehadiran konsumen bersifat *incidental* dan lingkungan yg kotor. Solusi dari masalah tersebut adalah PKL sudah memiliki ijin usaha yang pasti, jumlah retribusi

disesuaikan dengan pendapatan PKL, adanya fasilitas bagi PKL dalam memperoleh modal dari bank, peningkatan pelayan dan disediakannya petugas kebersihan oleh dinas terkait.

