

ANALISIS PENENTUAN LOKASI USAHA *FRANCHISE* MAKANAN CEPAT SAJI SONIC CHICKEN

Mohammad Muhyidin¹

¹Program Studi Teknik Akademi Maritim Cirebon

Email: mohammadmuhyidin29@gmail.com

Abstrak:

Lokasi usaha adalah letak atau tempat yang digunakan pengusaha untuk melakukan operasional sebuah usaha pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi pemasaran yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen. Jadi memilih lokasi usaha *franchise* merupakan keputusan penting yang harus dilakukan oleh perusahaan *franchise* untuk membuat pelanggan tertarik datang ke tempat bisnis dalam rangka pencapaian laba yang maksimal, karena pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha yaitu memperoleh laba yang sebanyak - banyaknya. 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. Kotler (2009) berpendapat bahwa *place* atau tempat menentukan arti penting dari kegiatan bisnis untuk membuat produk dengan mudah diketahui dan diperoleh oleh seseorang pelanggan dan tentunya selalu tersedia untuk pelanggan. Tjiptono (2008), menyatakan tentang lokasi usaha merupakan suatu tempat kegiatan atau beroperasinya usaha yang menghasilkan barang dan atau jasa yang memfokuskan di bidang ekonomi.

Kata Kunci: Lokasi Usaha, *Franchise*, makanan cepat saji

Abstract:

Business location is the location or place used by entrepreneurs to carry out business operations in strategic areas so that they can maximize profits. Marketing locations that are comfortable, safe, clean, crowded, and easy to reach are some of the location criteria that are in demand by many consumers. So choosing The location of a franchise business is an important decision that must be made by a franchise company to attract customers to come to the place of business in order to achieve maximum profit, because the choice of location has a strategic function in determining the achievement of the business entity's goal, namely to earn as much profit as possible. The choice of location of a company will affect the risks and profits of the company as a whole, considering that location greatly affects fixed costs and variable costs, both in the medium and long term. Kotler (2009) argues that place determines the importance of business activities to make products. easily known and obtained by a customer and of course always available to the customer. Tjiptono (2008), states that the location of the business is a place of activity or the operation of a business that produces goods and or services that focus on the economy. Sonic Chicken is a start-up or newcomer in the fried chicken business, this brand has opened outlets in Purwokerto, Ajibarang and others, this brand has opened the widest possible area for investors who will partner with Sonic Chicken management to cooperate in the form of a franchise, as for the opening of outlets, it must begin with the feasibility of the business location that will be submitted to Sonic Chicken management by going through strict and accurate surveys.

Keywords: Business Location, Franchise, Fast Food

Pendahuluan

Franchise adalah jenis usaha yang favorit bagi pebisnis baik pebisnis pemula ataupun pebisnis besar yang menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh sistem bisnis lain seperti *brand* atau merek yang telah dikenal luas oleh masyarakat dan sudah teruji bisa diterima oleh masyarakat luas dikarenakan oleh sistem manajemen yang sudah tersusun dengan baik dari semua hal baik ketersediaan Sumber daya manusia, barang, jasa serta supplier dan pendistribusian yang stabil untuk kelancaran dan operasional bisnis *franchise* tersebut. Kendati demikian, usaha *franchise* tidak jarang mengalami kegagalan yang menimbulkan kerugian bagi *franchisee*, salah satu penyebab kegagalan *franchisee* adalah kesalahan dalam pemilihan sebuah lokasi usaha *franchise* tersebut. Pemilihan lokasi yang tidak memenuhi kriteria tertentu berdampak langsung pada kegagalan usaha *franchise*. Apalagi didalam bisnis makanan cepat saji, banyak sekali kompetitor atau pesaing yang setipe dengan *franchise* tersebut. Selama ini, penentuan kelayakan lokasi usaha untuk objek yang diteliti memiliki pola komputasi yang tidak jelas, tidak terarah dan tidak konkret. Oleh karena itu, penting untuk menetapkan kelayakan lokasi usaha yang tepat didukung dengan pola perhitungan yang tepat pula. Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis *franchise* saat ini akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Situasi yang seperti ini menuntut setiap perusahaan untuk lebih seksama mengarahkan perhatian pada banyak faktor untuk menentukan keberhasilannya. Salah satunya adalah menentukan lokasi tempat untuk bisnis *franchise*.

Lokasi usaha adalah letak atau tempat yang digunakan pengusaha untuk melakukan operasional sebuah usaha pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi pemasaran yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen. Jadi memilih lokasi usaha *franchise* merupakan keputusan penting yang harus dilakukan oleh perusahaan *franchise* untuk membuat pelanggan tertarik datang ke tempat bisnis dalam rangka pencapaian laba yang maksimal, karena pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha yaitu memperoleh laba yang sebanyak - banyaknya. 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.

Di tengah maraknya bisnis *franchise* makanan cepat saji yang begitu banyak di Indonesia, ada salah satu pendatang baru pelaku bisnis pemula (*start up*) dalam usaha makanan cepat saji yaitu Sonic Chicken yang ikut bermain dalam konsep bisnis *franchise* ini, mereka sudah membuka 4 cabang outlet restoran yang berada di Purwokerto, Ajibarang dan lain - lain nya, mereka selalu menerapkan konsep marketing mix berupa *Product, Price, Place* dan *Promotions* (4P). Adapun *founder* merek Sonic Chicken sendiri adalah seorang yang sangat profesional karena sudah puluhan tahun bekerja sebagai *manager* di perusahaan ternama dengan produk yang sejenis, oleh

karenanya konsep bisnis *franchise* nya langsung berkembang pesat dan sudah teruji diterima oleh konsumen, bagi Sonic Chicken konsep marketing mix yang berupa *Product*, *Price*, dan *Promotions* bagi mereka sudah tidak ada masalah lagi, karena untuk produk yang mereka keluarkan sudah melalui test market dengan produk yang sejenis dan rasanya juga mirip dan hampir bisa dikatakan sama yaitu produk ayam crispy / ayam dengan balutan tepung yang renyah dan turunan produknya. Adapun untuk *Price* / harga dan *Promotions* / promosi juga tidaklah menjadi masalah besar untuk Sonic Chicken karena pengelolaan dan sumber daya manusianya sudah mumpuni dan professional dalam hal tersebut. Kotler (2009) berpendapat bahwa *place* atau tempat menentukan arti penting dari kegiatan bisnis untuk membuat produk dengan mudah diketahui dan diperoleh oleh seseorang pelanggan dan tentunya selalu tersedia untuk pelanggan. Tjiptono (2008), menyatakan tentang lokasi usaha merupakan suatu tempat kegiatan atau beroperasinya usaha yang menghasilkan barang dan atau jasa yang memfokuskan di bidang ekonomi. Dari uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENENTUAN LOKASI USAHA *FRANCHISE* MAKANAN CEPAT SAJI SONIC CHICKEN”**

Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematis, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum dan masyarakat, dengan jalan menganalisisnya. Yang diadakan pemeriksaan secara mendalam terhadap fakta hukum tersebut permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan. Agar suatu penelitian ilmiah dapat berjalan dengan baik maka perlu menggunakan suatu metode penelitian yang baik dan tepat. Metodologi merupakan suatu unsur yang mutlak harus ada di dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan (Soerjono Soekanto, 1986: 7).

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif, yaitu menganalisis dan mendeskripsikan tentang konsep bisnis dan tata cara bagaimana pemilihan lokasi outlet di Sonic Chicken, prosedur – prosedurnya pemilihan lokasi yang tepat. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan empiris, Pendekatan empiris dimaksudkan memberikan jawaban – jawaban terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kenyataan yang terjadi di dalam masyarakat yang berhubungan dengan masalah yang hendak dikaji.

Desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Desain penelitian dibuat sebagai rancangan, format, pedoman, aturan main atau acuan dalam penelitian. (Burhan Bungin Jakarta 2005:85). Jadi Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka menyusun dan menyelesaikan penelitian.

Tahapan *pertama* peneliti melakukan tahapan pra observasi dalam rangka mengetahui kondisi awal Sonic Chicken berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga tahapan berikutnya dapat dipastikan untuk dilaksanakan pada sebuah restoran yang akan diteliti, dalam hal ini adalah Sonic Chicken. Pada tahapan

pra observasi ini adalah mengadakan komunikasi dengan *owner* atau pemilik Sonic Chicken.

Tahap *kedua* pada penelitian ini adalah membuat instrumen penelitian dengan didasarkan pada landasan teori. Teori adalah alur logika atau penalaran, yang merupakan seperangkat konsep, definisi dan proposisi yang disusun secara sistematis (Sugiono 2007:54). Teori ini berfungsi sebagai pedoman dalam menyusun instrumen sehingga kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan dapat fokus pada rumusan masalah. Instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data dapat berbentuk tes, angket untuk pedoman wawancara atau observasi. (Sugiono 2007: 17)

Ketiga adalah tahap pengumpulan data. Setelah menyusun instrumen tahap berikutnya adalah pengumpulan data dari lokasi penelitian. Menyusun instrumen adalah pekerjaan penting di dalam langkah penelitian. Akan tetapi mengumpulkan data jauh lebih penting (Suharsimi Arikunto 2006: 222). Semakin lengkap dan akurat data yang diperoleh maka hasil penelitian akan lebih sempurna dan penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

Keempat, pada tahapan ini adalah melakukan reduksi data. reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema serta polanya. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung (Sugiyono 2007:15). Langkah-langkah yang dilakukan dalam reduksi data adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau mengkategorisasikan ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data, sehingga dapat ditarik kesimpulan dan diverifikasi. Data yang direduksi merupakan seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik atau owner Sonic Chicken, tentang pemilihan lokasi untuk pembuatan outlet baru Sonic Chicken, hal utama yang perlu diperhatikan adalah adanya kios atau ruko yang luasnya minimal 100 m² dimana luasan ini, bisa dengan ukuran 5 m x 20 m, bisa juga ukuran 4 m x 25 m ataupun ukuran kotak misalnya 10 m x 10 m, adapun dalam pemilihan atau Strategi memilih lokasi yang cocok untuk Sonic Chicken berdasarkan wawancara dengan owner Sonic Chicken adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi radius 3 kilometer.

Usahakan memilih lokasi usaha yang memiliki kepadatan penduduk cukup tinggi. Untuk Sonic Chicken sendiri mempunyai parameter tingkat kepadatan penduduk suatu daerah yang akan dijadikan lokasi pembukaan outlet melalui google maps atau berapa jumlah perumahan ataupun perkampungan radius 3 km dari titik lokasi tersebut, berapa jumlah pabrik / perusahaan yang mempekerjakan karyawan diatas 500 orang, lingkungan pasar untuk lokasi pembikinan outlet Sonic Chicken juga merupakan salah satu parameter yang diperhitungkan, semakin dekat dengan pasar akan memudahkan masyarakat melihat dan membeli produk yang dihasilkan oleh Sonic

Chicken, karena pasar merupakan tempat jual beli dan transaksi kegiatan ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Semakin tinggi kepadatan penduduk di suatu lokasi, maka semakin besar pula potensi pasar sebuah usaha.

2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi dan mata pecaharian umum masyarakat sekitar lokasi.

Besar pendapatan masyarakat dan mata pencaharian umum masyarakat yang ada di sekitar lokasi juga merupakan salah satu pertimbangan lokasi pembikinan outlet Sonic Chicken, apabila lokasi pembikinannya di kota atau suatu daerah kabupaten tertentu, tentunya akan dengan mudah mengetahui berapa Upah Minimum Regional kabupaten tersebut, sebab tingkat pendapatan masyarakat juga akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Dikarenakan pangsa pasar Sonic Chicken adalah untuk semua kalangan masyarakat, baik ekonomi atas, menengah ataupun kebawah, maka Sonic Chicken tidak terlalu mempermasalahkan lokasi di kota ataupun di desa, akan tetapi untuk pemilihan lokasinya minimal di kota kecamatan suatu daerah tertentu.

3. Memperhatikan tingkat keramaian wilayah survey dan lalu lalang kendaraan yang lewat.

Perhatikan tingkat keramaian dan *traffic* lalu lalang kendaraan atau pejalan kaki yang lewat, karena hal ini juga mempengaruhi jenis usaha yang cocok di daerah tersebut. Untuk Sonic Chicken sendiri dalam memilih lokasi haruslah ditempat yang ramai, dalam artian dekat dengan keramaian seperti pasar, pusat perbelanjaan, mall ataupun swalayan yang ramai dengan beberapa kali survey dan check lokasi tersebut tidak hanya satu atau dua hari tetapi perlu mengamati berhari – hari ataupun memperoleh info dari masyarakat daerah tersebut bahwa lokasi tersebut memang ramai.

4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut

Semakin banyak usaha yang ada di sekitar lokasi tersebut, maka akan sangat membantu Sonic Chicken dalam menentukan cocok atau tidaknya tempat tersebut, dikarenakan konsumen yang datang ke lokasi tersebut juga pastinya ramai. Karena di lokasi tersebut terdapat berbagai macam usaha yang menyediakan produk yang berbeda pula, sehingga para konsumen lebih mudah memilih makanan apa sajakah yang mereka inginkan.

5. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah atau yang setipe dengan produk Sonic Chicken.

Dikarenakan Sonic Chicken adalah brand baru, maka dalam pemilihan lokasi untuk pembuatan outlet baru, sebisa mungkin di daerah tersebut belum banyak *competitor* dari usaha yang sejenis yaitu restoran *friedchicken*. Jika di lokasi tersebut sudah banyak usaha yang sejenis dengan usaha yang setipe dengan Sonic Chicken, sebaiknya lokasi ini dihindari. Namun jika baru satu atau dua brand yang ada di daerah tersebut tidaklah masalah karena dengan keyakinan posisinya yang sangat strategis dan Sonic Chicken siap dengan inovasi – inovasi baru yang membikin beda dengan usaha sejenis tersebut.

6. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha

Usahakan pilih lokasi usaha yang mudah di akses oleh para konsumen. Jika memungkinkan, pilih lokasi usaha yang dilalui transportasi umum, akan tetapi sangatlah dihindari untuk pembikinan outlet baru Sonic Chicken di jalur cepat, karena pastinya konsumen akan terganggu dan susah untuk menyebrang dan membahayakan karena dilalui bus cepat, truk besar dan lain – lain.

7. Tingkat keamanan yang mendukung terutama di lahan parkir.

Lokasi usaha yang mempunyai halaman parkir motor dan mobil yang luas, sangat membantu untuk menarik konsumen datang, apalagi didukung oleh lingkungan yang aman juga menambah kenyamanan para konsumen. Mereka tidak akan ragu meninggalkan kendaraan mereka di tempat parkir, dan bisa menikmati pelayanan usaha Anda dengan merasa nyaman. Dengan lingkungan yang aman, Anda bisa mengurangi resiko pencurian maupun kerusakan yang bisa terjadi pada usaha yang ada di lokasi kurang aman.

8. Perhatikan kebersihan disekitar lokasi usaha.

Kebersihan lokasi sangatlah penting untuk usaha yang berbasis makanan, Sonic Chicken menghindari lokasi yang dekat got yang sering meluap kalau hujan, drainase pembuangan cucian harus lancar, jangan sampai sisa - sisa makanan tidak bisa dibuang. Konsumen tidak akan mengunjungi sebuah toko, warung ataupun sebuah outlet yang berada di lingkungan kotor atau kumuh. Mereka akan merasa ragu untuk membeli produk Anda. Untuk itu jaga kebersihan lingkungan sekitar Anda, agar konsumen merasa nyaman berkunjung ke lokasi usaha Anda dan akan datang kembali sebagai konsumen yang loyal.

Disamping hal – hal tersebut di atas, ada beberapa tips menurut Sonic Chicken dalam pembuatan outlet baru yaitu :

1. Mudah Terlihat.

Memilih tempat yang mudah terlihat akan membuat tempat usaha anda dengan cepat dikenal oleh masyarakat, dengan memilih lokasi yang mudah dilihat tentunya akan menekan budget promosi karena neon box Sonic Chicken akan bisa terlihat dari jalan dari sudut manapun dan neon bok dengan lampu LED akan menyala dengan terang diwaktu malam.

2. Akses ke lokasi outlet.

Dalam memilih lokasi usaha Sonic chicken sangatlah penting dalam mempertimbangkan akses jalur yang dilalui, akan tetapi bukan lah jalur cepat yang dilalui tronton dan bus – bus antar kota dan antar propinsi. Dengan memilih lokasi yang punya akses yang mudah, maka akan membuka peluang pengunjung yang datang semakin banyak tanpa khawatir terjadi kecelakaan karena tidak melewati jalur cep

3. Sewa Tempat

Untuk sewa Sonic Chicken dengan minimal luas 100 m2 kisaran Rp 25 juta s/d 40 juta per tahun, disesuaikan dengan wilayah kios tersebut, semakin berada di pusat bisnis, akan semakin mahal dan dengan perjanjian awal bahwa kios tersebut bisa dikontrak minimal 2 tahun dan seterusnya bisa diperpanjang sampai dengan 5 tahun.

4. Ketersediaan lahan parkir

Walaupun kios nya mencukupi secara ukuran dan terletak di keramaian, akan tetapi kios tersebut tidak memiliki lahan parkir, maka lokasi tersebut tidaklah cocok untuk pembikinan outlet Sonic Chicken. Semakin lahan parkirnya luas, ada kemungkinan bisa menjaring banyak konsumen untuk datang, mereka dengan nyaman bisa keluar masuk outlet dengan mudah dan nyaman, baik untuk kendaraan roda dua ataupun mobil.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Sonic Chicken adalah *start up* atau pendatang baru dalam usaha bisnis ayam tepung atau fried chicken, merk ini telah membuka gerai di Purwokerto, Ajibarang dan lain – lainnya, brand ini telah membuka seluas – luasnya untuk investor yang akan bermitra dengan manajemen Sonic Chicken untuk bekerjasama dalam bentuk franchise, adapun pembukaan gerai harus dimulai dengan kelayakan lokasi usaha yang akan di ajukan ke manajemen Sonic Chicken dengan melalui survey – survey yang ketat dan akurat. Menurut owner atau pemilik Sonic Chicken lokasi usaha menentukan keberlangsungan bisnis ini, adapun kriteria kelayakan lokasi usaha Sonic Chicken didasarkan pada hal – hal beriku ini yaitu :

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi radius 3 kilometer.
2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasidan mata pecaharian umum masyarakat sekitar lokasi.
3. Memperhatikan tingkat keramaian wilayah survey dan lalu lalang kendaraan yang lewat.
4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut.
5. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah atau yang setipe dengan produk Sonic Chicken.
6. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha.
7. Tingkat keamanan yang mendukung terutama di lahan parkir.
8. Perhatikan kebersihan disekitar lokasi usaha.

Di samping hal – hal tersebut diatas, pemilhan lokasi usaha untuk Sonic Chicken adalah mudah dilihat, akses yang mudah menuju ke lokasi outlet, sewa tempat yang masuk akal dan tersedianya lahan parkir yang memadai.

Daftar Pustaka

- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fadhiliya, L., dkk. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha pada Alumni SMK di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 1(2).

- Fathoni, A. (2016). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro di Kabupaten Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(1), 22-33. <http://dx.doi.org/10.30736%2Fjpm.v1i1.3>.
- Fuad, E.N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro / Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1), 56-67. <http://dx.doi.org/10.24856.v30i1.234>.
- Gupta, S. dan Starr, M. (2014). *Production and Operations Management Systems*. Boca Raton: CRC Press.
- Hanggita, A.T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2), 167-176. <http://doi.org/10.22219/jmb.v8i2.7069>.
- Heizer, J. dan Render, B. (2016). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. Edisi Keduabelas*. London: Pearson.
- Hidayat, R.T. dan Zularni, S. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha pada Volume Penjualan (Survei pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(2), 92-100.
- Iksyaniyah, N. dan Soesatyo, Y. (2015).Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 3(3).
- Irawan, A. dan Mulyadi, H. (2016).Pengaruh Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 213-223. <http://doi.org/10.17509/jbME.v1i1.2290>.
- Kamarullah, R. (2017). Pemilihan Lokasi Strategis Usaha Toko Peralatan Listrik Berdasarkan Karakteristik dan Pola Sebarannya di Kabupaten Bantul. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(3), 1-20.
- Maulana, Y.S. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 211-221.
- Nuritha, I., dkk. (2013). Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Sainstek*, I(1), 825-835.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sutedi, Adrian. (2008). *Hukum Waralaba*, Bogor : Galia Indonesia.

Syahputra tunggal, Iman. (2005). *Franchising : Konsep dan Kasus* , Jakarta : Harvarindo.

Yustisia, Cita. (2015). *Franchise top Secret*. Yogyakarta : Andi Offset