



PENDAMPINGAN PENERAPAN LOCATION STRATEGY PADA UMKM BAKSO CAHNOGIRI MENGGUNAKAN METODE FACTOR RATING

Nabila Nurfitria^{1*}, Rani Indriani², Damar Reymoza³, Wiji Safitri⁴

¹⁻⁴Universitas Pelita Bangsa, Cikarang, Indonesia

*Corresponding Author: nabilanurfitria056@gmail.com

Abstrak

Lokasi usaha strategis merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan UMKM, termasuk Bakso Cahnogiri yang berencana membuka cabang baru dengan harga jual lebih terjangkau. Pemilihan lokasi cabang sangat penting untuk mendukung kelangsungan usaha, mengurangi risiko kerugian, dan meningkatkan potensi keuntungan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi pemilik usaha dalam menentukan lokasi strategis dengan menggunakan metode factor rating atau pemeringkatan faktor. Lima Key Success Factors (KSF) yang digunakan sebagai kriteria penilaian adalah daya tarik konsumen, aksesibilitas, kedekatan dengan pasar, area parkir, dan kinerja karyawan. Kegiatan dilakukan di dua alternatif lokasi, yaitu Sukaragam dan Sukasari, Bekasi, melalui wawancara, observasi langsung, dan survei lokasi. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa lokasi Sukaragam memperoleh skor tertinggi, yakni 82,75, dibandingkan dengan Sukasari yang memperoleh skor 78,9. Lokasi Sukaragam lebih unggul pada faktor daya tarik konsumen dan aksesibilitas karena letaknya di jalan utama yang ramai dilintasi. Hasil ini memberikan rekomendasi kepada pelaku usaha untuk memilih Sukaragam sebagai lokasi cabang baru, yang diharapkan dapat mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Studi ini juga menegaskan pentingnya penggunaan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan lokasi bagi UMKM.

Kata Kunci: Manajemen Operasional, Pemeringkatan Faktor, Strategi Lokasi, Usaha Mikro Kecil Menengah



Abstract

A strategic business location is one of the key factors for the success of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including Bakso Cahnogiri, which plans to open a new branch offering more affordable prices. The selection of a branch location is crucial to support business sustainability, minimize the risk of loss, and enhance profit potential. This extension activity aims to assist the business owner in determining a strategic location using the factor rating method. Five Key Success Factors (KSF) were considered in the assessment: consumer attraction, accessibility, proximity to the market, parking area, and employee performance. The activity was conducted at two alternative locations, Sukaragam and Sukasari, Bekasi, through interviews, direct observation, and site surveys. The results showed that Sukaragam achieved the highest total score (82.75), compared to Sukasari (78.9). Sukaragam excelled particularly in consumer attraction and accessibility, as it is located on a busy main road. This finding provides a recommendation for choosing Sukaragam as the new branch location to support sustainable business growth. The study also highlights the importance of applying scientific methods in location decision-making for MSMEs.

DOI:
10.53491/numbay.v3i1.1426

Keywords: Operational Management, Factor Ranking, Location Strategy, Micro, Small and Medium Enterprises

PENDAHULUAN

Penentuan lokasi usaha merupakan salah satu faktor utama yang sangat penting untuk ditetapkan sejak awal demi mencapai keberhasilan usaha. Lokasi usaha sangat berkaitan dengan keberlangsungan, keberhasilan, dan kesuksesan usaha yang berkelanjutan. *Keberhasilan* adalah ketika seseorang dapat mencapai hasil yang diinginkan setelah merencanakan sesuatu, sedangkan *kesuksesan* adalah ketika seseorang melakukan lebih banyak upaya untuk mencapai hasil yang telah mereka capai sebelumnya. Lokasi yang strategis diyakini mampu mengurangi risiko kerugian, mendukung kelancaran operasional, serta memperkuat posisi usaha di pasar yang semakin kompetitif. Aspek ini menjadi fokus berbagai program penguatan UMKM yang menggabungkan literasi keuangan dan inovasi sebagai pendorong keberlanjutan usaha (Silalahi et al., 2025).

Pemilik usaha wajib berhati-hati dan teliti dalam memilih lokasi bisnis karena lokasi akan sangat memengaruhi kelancaran usaha sekaligus mengurangi potensi kerugian. Lokasi yang strategis tidak hanya memudahkan akses pelanggan, tetapi juga memengaruhi efektivitas operasional. Meskipun strategi digital marketing kini banyak diterapkan oleh UMKM, lokasi fisik tetap menjadi faktor dasar yang mendukung peningkatan nilai jual dan daya saing produk di pasar (Ridzal et al., 2025).

Setiap usaha memiliki target pasar dan prioritas berbeda dalam menentukan lokasi usaha. Beberapa usaha memilih lokasi dekat dengan pelanggan, sementara lainnya mempertimbangkan kedekatan dengan pemasok bahan baku atau tempat tinggal karyawan.

Berbagai strategi ini menunjukkan bahwa setiap usaha memiliki pendekatan unik dalam memilih lokasi dengan tujuan meningkatkan keuntungan dan meraih kesuksesan (Rosiana & Cahyani, 2024).

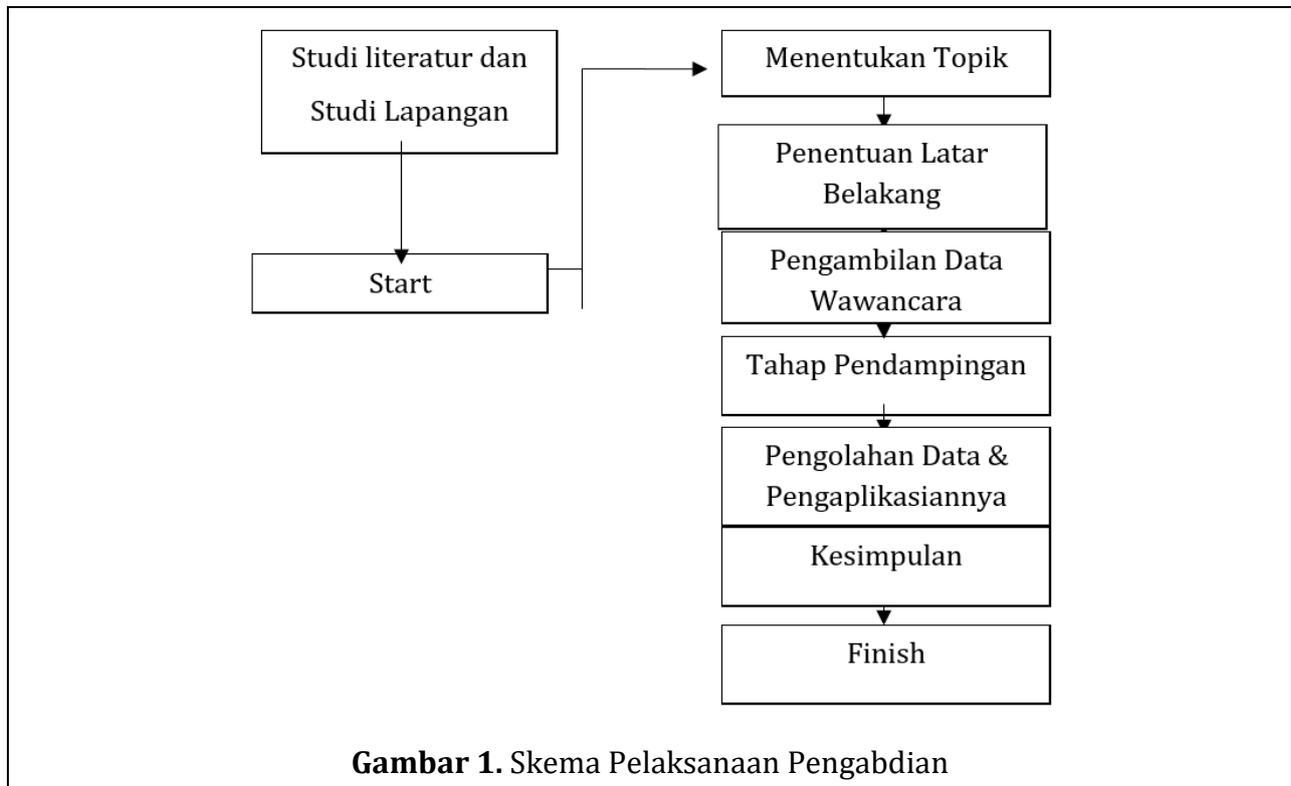
Studi ini mengangkat kasus UMKM Bakso Cahnogiri, usaha kuliner yang didirikan Bapak Khoirul pada tahun 1993. Usaha tersebut awalnya berlokasi di Perumahan Mutiara Bekasi Jaya dan Mega Regency dengan status mengontrak, kemudian berkembang hingga memiliki ruko sendiri di Perumahan Kota Serang Baru. Berbagai menu ditawarkan, mulai dari bakso urat, bakso halus, bakso iga, hingga sop iga sapi dan rica-rica iga sapi, serta layanan makan di tempat dan pesan antar. Lokasi utama usaha ini berada di Jalan Utama Perumahan Kota Serang Baru Blok A.

Pemilihan lokasi usaha bagi UMKM kuliner di wilayah Bekasi jarang dibahas secara sistematis menggunakan metode ilmiah seperti *factor rating*, terlebih melalui pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Belum banyak studi yang mengkaji penerapan metode ini untuk mendukung pengambilan keputusan lokasi pada usaha bakso dengan konsep franchise. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan berbasis pendekatan objektif agar lokasi cabang baru benar-benar mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Studi ini bertujuan mendampingi pemilik Bakso Cahnogiri dalam menentukan lokasi strategis cabang baru melalui penerapan metode *factor rating*, sehingga dapat menjadi contoh praktik baik bagi UMKM serupa.

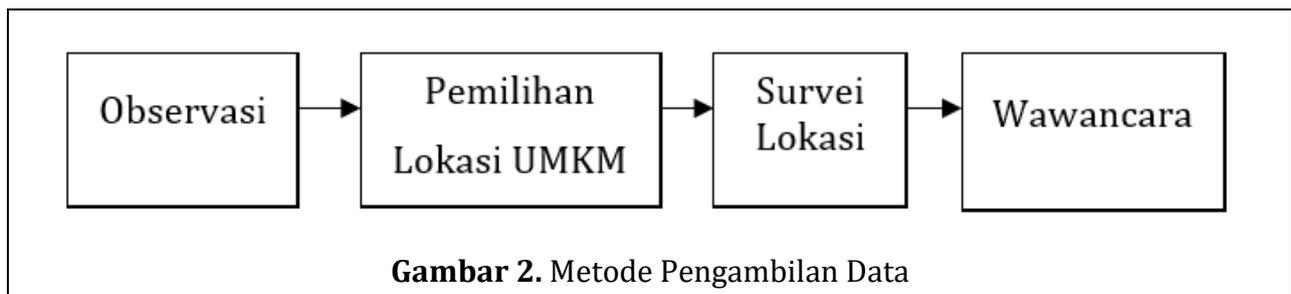
METODE

Dalam pengabdian ini menggunakan metode pendampingan melalui penentuan lokasi strategis dengan metode *factor rating* atau penilaian faktor dengan objek pendampingan UMKM Bakso Cahnogiri. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung ke ruko sekaligus rumah Bapak Khoirul selaku pemilik usaha UMKM Bakso Cahnogiri yang terletak di Jalan Utama Perumahan Kota Serang Baru, Kecamatan Sukaragam, Kelurahan Serang Baru, Kabupaten Bekasi. Observasi dilakukan dengan mewawancarai pemilik usaha UMKM pada Senin, 30 September 2024, pukul 13.00-14.00 WIB. Pengabdian ini dimulai dari tanggal 30 September - 06 Oktober 2024. Peserta kegiatan pendampingan ini dilaksanakan oleh mahasiswa semester tiga Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa untuk melakukan pendampingan penerapan lokasi strategi kepada cabang usaha *franchise* baru UMKM Bakso Cahnogiri yang dimiliki oleh Bapak Khoirul. Terdapat dua lokasi cabang yang dimilikinya. Kedua lokasi tersebut masih berada di wilayah yang sama, namun memiliki karakteristik yang berbeda sehingga tentunya akan memengaruhi hasil pendapatan yang dicapai, dan dilakukannya pengabdian ini semata-mata mengharapkan hasil yang terbaik untuk efisiensi UMKM (Utami & Hadita, 2023).

Diagram berikut disusun untuk memudahkan dalam penentuan alur atau skema dari pendampingan sehingga menunjukkan metode pengabdian secara sistematis (Meilanitasari *et al.*, 2023).



Skema pelaksanaan pendampingan dimulai dari studi langsung ke UMKM Bakso Cahnogiri dan sudah memiliki tema yang akan dibahas, kemudian menentukan latar belakang permasalahan yang ada di UMKM Bakso Cahnogiri, lalu melakukan proses wawancara dan pendampingan, terakhir membuat kesimpulan atau laporan.



Skema pengambilan data pendampingan ini dimulai dari observasi, pemilihan lokasi UMKM, survei lokasi, dan mewawancarai pemilik usaha Bakso Cahnogiri.



Gambar di atas menunjukkan proses ketika melaksanakan wawancara dan setelah wawancara selesai yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Pelita Bangsa bersama Bapak Khoirul selaku pemilik usaha Bakso Cahnogiri.

Setelah mengidentifikasi berbagai standar penilaian, pendampingan dilanjutkan dengan menghitung hasil penilaian yang sesuai untuk melakukan proses pengolahan selanjutnya adalah proses pengaplikasian tentang subjek atau masalah (Heriyani *et al.*, 2024).

a. Metode kualitatif

Metode kualitatif terkait pendampingan dengan melakukan pencarian dari beberapa jurnal yang efektif dan efisien melalui internet maupun *google scholar* yang sesuai dengan tema lokasi strategi pada UMKM khususnya Bakso Cahnogiri.

b. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memantau dan menyediakan solusi teknis untuk masalah keberlanjutan program (Hermiati *et al.*, 2023).

c. Pemeringkatan Faktor

Pemeringkatan faktor (*factor rating*) adalah metode umum yang bermanfaat untuk menentukan lokasi berdasarkan nilai terbesar dari perbandingan berbagai alternatif lokasi. (Sulaiman *et al.*, 2021). Metode pemeringkatan faktor memerlukan beberapa *Key Success Factor* (KSF) untuk menentukan hasil pembobotan dan derajat kesuksesannya (Sofansyah *et al.*, 2024). Objektivitas dalam metode ini sangat ditekankan dalam lokasi yang sukar untuk dipecahkan (Buhori *et al.*, 2022). Kriteria diberi bobot berdasarkan skala 1-100, dan evaluasi dilakukan oleh *owner* UMKM atau individu yang memiliki otoritas untuk membuat keputusan tentang objek yang dibahas dengan mempertimbangkan prioritas dari nilai yang paling tinggi (Sulistyowati *et al.*, 2025). Setiap faktor diberi bobot menurut tingkat kepentingannya, kemudian skor untuk setiap lokasi dikalikan dengan bobot tersebut, dan akhirnya semua skor ini dijumlahkan untuk menghasilkan skor total yang dianggap sebagai

hasil dari pertimbangan. Modal pengambilan keputusan pengabdian ini menggunakan skor total lokasi = \sum (Bobot \times Skor) dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) Bobot adalah tingkat kepentingan masing-masing kriteria (dalam desimal) dan,
- 2) Skor adalah nilai performa lokasi terhadap kriteria (dalam skala 1–100) (Hidayat *et al.*, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengabdian ini, metode pemilihan lokasi yang digunakan adalah pemeringkatan faktor (*factor rating*) dengan skor 10-100. Skor tersebut kemudian dikalikan dengan bobot yang telah ditentukan dan hasil tertinggi akan dipilih sebagai lokasi usaha (Maulana & Lusiani, 2023). Pengaplikasian metode pemeringkatan faktor yang akan menjadi penentu dari pemilihan cabang lokasi strategis usaha Bakso Cahnogiri adalah pada tabel di bawah ini (Heriyani *et al.*, 2024). Metode *factor rating* atau pemeringkatan faktor dikenal dengan sebuah metode atau cara dalam menentukan lokasi strategis secara objektivitas untuk memahami kebutuhan terhadap biaya yang sukar dievaluasi. Maka dari itu metode *factor rating* menggunakan beberapa lokasi alternatif yang efektif dan efisien yang akan ditentukan dan dinilai oleh para pelaku usaha. Penentuan lokasi usaha tentu merupakan hal yang sangat penting karena jika salah dalam menentukan suatu lokasi usaha maka usaha tidak dapat berjalan dengan baik.

Tabel 1. Penghitungan Metode *Factor Rating*

KSF	WEIGHT	SCORES (OUT OF 100)		WEIGHT SCORES	
		Sukaragam	Sukasari	Sukaragam	Sukasari
<i>Consumer Attraction</i>	.30	95	90	28.5	27
<i>Accessibility</i>	.15	85	82	12.75	12.3
<i>Proximity to the market</i>	.25	78	70	19.5	17.5
<i>Parking Lot</i>	.10	60	55	6	5.5
<i>Employee Performance</i>	.20	80	83	16	16.6
<i>Totals</i>	1.00			82.75	78.9

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan metode faktor pemeringkatan dari beberapa *Key Success Factor* (KSF) disertai dengan *weight* atau bobot, *scores* atau nilai, serta *weight scores* atau bobot nilai. KSF merupakan faktor-faktor kesuksesan yang menjadi tolak ukur dalam menentukan lokasi yang tepat untuk dijadikan sebagai lokasi usaha. *Weight* atau bobot merupakan hal yang harus dilakukan setelah menetapkan *Key Success Factor* (KSF) melalui penafsiran berdasarkan perkiraan yang sesuai dengan fakta di lokasi usaha tersebut (Heriyani *et al.*, 2024). *Scores* dan *weight*

scores merupakan nilai dari pembobotan dari perbandingan kedua lokasi usaha yang akan dipilih.

Berdasarkan data pada tabel 1. dapat disimpulkan bahwa lokasi pertama yang akan dijadikan sebagai lokasi strategis untuk cabang baru *frenchise* Bakso Cahnogiri adalah dengan perbandingan dua lokasi yaitu:

- a. Sukaragam dengan total nilai sebanyak 82.75.
- b. Sukasari dengan total nilai sebanyak 78.9.

Berdasarkan pada tabel 1. *factor rating* berdasarkan total nilai di atas bahwa pada *Key Success Factor* (KSF) yang pertama yaitu daya tarik konsumen (*consumer attraction*) untuk Sukaragam mendapatkan hasil 28.5 dan untuk Sukasari mendapat hasil 27 selanjutnya, akses lokasi (*accessibility*) untuk Sukaragam mendapatkan hasil 12.75 dan Sukasari mendapatkan hasil 12.3 selanjutnya yaitu, kedekatan dengan pasar (*proximity to the market*) untuk Sukaragam mendapatkan hasil 19.5 dan Sukasari mendapatkan hasil 17.5 kemudian area parkir (*parking lot*) untuk Sukaragam mendapatkan hasil 6 dan Sukasari mendapatkan hasil 5.5 dan yang terakhir yaitu, kinerja karyawan (*employee performance*) untuk Sukaragam mendapatkan hasil 16 dan Sukasari mendapatkan hasil 16.6. Jadi, dapat disimpulkan bahwa cabang lokasi *frenchise* yang dipilih adalah lokasi yang memiliki *Key Success Factor* (KSF) yang paling tertinggi yaitu pada lokasi di Sukaragam karena dari ke-5 *Key Success Factor* (KSF) yang dipilih untuk pemeringkatan faktor untuk lokasi di Sukaragam lebih unggul dibandingkan dengan lokasi di Sukasari dengan perbandingan nilai atau hasil sebanyak 82.75:78.9.

KESIMPULAN

Berdasarkan data pengabdian di atas dapat disimpulkan bahwa cabang baru lokasi yang strategis untuk *frenchise* Bakso Cahnogiri yang terpilih adalah lokasi Sukaragam yang ramai dilintasi orang banyak. Skor atau nilai total cabang Sukaragam adalah sebesar 82.75 sementara nilai total cabang Sukasari adalah sebesar 78.9. Dengan ini memiliki potensi pasar yang lebih besar dari pada cabang di Sukasari. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, kepadatan penduduk, dan aktivitas ekonomi yang lebih tinggi memiliki skor 82.75 untuk Sukaragam. Diharapkan hal ini akan meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi cabang baru *frenchise* Bakso Chanogiri di pasar serta keberadaan potensi dan kemajuan Desa Sukaragam dapat membantu UMKM Bakso Cahnogiri berkembang secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini kami mengucapkan terima kasih atas rahmat Allah Swt. yang telah memberi kelancaran dalam proses penyelesaian jurnal ini dan terima kasih banyak kepada Bapak Khoirul selaku pemilik UMKM Bakso Cahnogiri atas dukungan dan informasi yang diberikan

sehingga kegiatan pendampingan ini dapat terlaksana dengan baik. Keberhasilan pendampingan ini sangat bergantung pada kolaborasi antara semua pihak yang terlibat. Kami berharap melalui upaya ini, UMKM tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

REFERENSI

- Buhori, Amanina, A. A., & Khatami, N. A. (2022). Analysis of determining factory location of consumer goods company. *Journal of Digital Business and Innovation Management*, 1(2), 168–176. <https://doi.org/10.26740/jdbim.v1i2.50510>
- Dennis, & Yusrin, N. A. (2024). Studi pengembangan usaha pemilihan lokasi cabang baru Bakmi brand “Mie Kepiting Hengman.” *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 4534–4547.
- Heriyani, N., Yanuardi, Handayani, N., & Mulyadi. (2024). Sistem pendukung keputusan menggunakan pendekatan additive ratio assessment pada penentuan lokasi usaha untuk UMKM. *Information System Research Journal*, 4(2), 1–12.
- Hermiati, N. F., Setyaningrum, R. P., Safitri, W., Maria, F., Hariroh, R., & Afandi, D. R. (2023). Supervisi desain kemasan dan e-marketing berbasis web teknologi SMS getaway supervision of web-based packaging design and e-marketing SMS technology getaway Bekasi banana chip production produk modern melalui internet ini lebih sering didengar dengan isti. 1(3).
- Hidayat, N., Maya, M., Putra, I., & Pasorong, L. (2025). Analisis penentuan lokasi optimal untuk bisnis kebab di Kota Tarakan. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 29–39.
- Maulana, M. R., & Lusiani, C. E. (2023). Studi literatur: Penetapan lokasi pabrik pada pra rancangan pabrik VCO di beberapa alternatif lokasi Jawa Timur menggunakan metode factor rating. *DISTILAT: Jurnal Teknologi Separasi*, 9(1), 93–105. <https://doi.org/10.33795/distilat.v9i1.511>
- Meilanasari, P., Adetya, N. P., Prasodjo, N. P., Anargya, E. W., Wirayudha, R. A., & Erdiansyah, S. R. (2023). Penentuan lokasi urban farming dengan metode factor-rating di Kabupaten Gresik. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 3(2), 265–276. <https://doi.org/10.54082/jupin.154>
- Ridzal, N. A., Sujana, I. W., Malik, E., Asrya, A., & Kirana, L. I. (2025). Digital marketing strategy to increase product selling prices. *Room of Civil Society Development*, 4(1), 56–66. <https://doi.org/10.59110/rcsd.476>
- Rosiana, D., & Cahyani, R. R. (2024). Strategi pemilihan lokasi usaha yang optimal dan strategis untuk keberhasilan bisnis bagi para perintis usaha. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)*, 1(2), 114–121. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JIMaKeBiDi/article/view/80>

- Silalahi, M., Sisca, S., Putri, D. E., Putra, H. S., Arshandy, E., & Silaen, M. F. (2025). Penguatan SDM dan literasi keuangan untuk inovasi produk UMKM Berkah Relief Pematangsiantar. *Room of Civil Society Development*, 4(3), 532–542. <https://doi.org/10.59110/rcsd.664>
- Sofansyah, M. F., Subchan, H. A., Firmansyah, M. D., Sulton, A., & Mustanir, F. M. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi pabrik PT. Obifood menggunakan metode factor rating. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan IV*, 4(1), 1–6.
- Sulaiman, A., Setiawan, M. A., Aliefta, G. N., & Maulana, M. (2021). Penentuan lokasi usaha coffeeshop menggunakan metode factor rating. *Bulletin of Applied Industrial Engineering Theory*, 2(2), 134–137.
- Sulistyowati, Prihananda, R., Rachman, A., & Uttunga, R. (2025). Implementasi metode simple multi attribute rating technique untuk penyeleksian calon tenaga kerja. *Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, dan Teknik Informatika*, 307–318.
- Utami, A. D., & Hadita. (2023). Analisis lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis butik Azqia Hijab. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(3), 354–365. <https://doi.org/10.38035/jim.v2i3.435>