

Analisis Strategi PAC (*Perhitungan Area Coverage*) Dalam Mengukur *Daily Income* Ekspansi Minimarket Retail Studi Kasus Indomaret

Muh. Junelghy Imran^{1*}, Jumawan Jasman²

Fakultas ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah Palopo

muh.junelghyimran@student.umpalopo.ac.id, jumawan@stiem.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 9 Nopember 2022

Disetujui : 18 Nopember 2022

Dipublikasi : 2 January 2023

ABSTRACT

In the right location in a retail minimarket business, there are still many who use the method with a cursory condition of location conditions which can result in inappropriate targets because they do not consider the risk factors that occur at the location. Therefore, it is necessary to build a strategic system in making the decision to establish a retail minimarket using the observation and documentation method by means of PAC analysis (potential coverage area) where this model makes an assessment by surveying the location using the technique of calculating residential potential, calculating potential flows, calculating crowds of public facilities. observing the socio-economic conditions of the community. In calculating the potential for residential areas with the help of a computer/laptop with the help of the Google Earth (KMZ) satellite, calculating traffic potential using video capture techniques using the timestime application on a cellphone, calculating the potential for public facilities by conducting interviews with employees regarding the number of employees, analyzing the level of crowding of public facilities by counting the number of visitors, and analyzing the socio-economic level of the community by collecting data at the regional statistical center. So the purpose of the PAC calculation is to measure the estimated daily income.

Keywords: Calculation of Coverage Area, Daily Income, Expantion, Retail.

PENDAHULUAN

Industri retail sangat berkembang pesat, bukan hanya di Indonesia, melainkan juga di wilayah Asia. Saat ini di Indonesia berbagai macam jenis brand retail sangat banyak yang meliputi pasar modern, pasar swalayan, departement store, minimarket dan mall/supermall/plaza. Lokasi ritel banyak terdapat pada sebuah kota diantaranya kota metropolitan ataupun kota madya, dimana perkotaan adalah tempat perputaran ekonomi yang baik, aktifitas kegiatan masyarakat yang padat. Perkembangan yang pesat di sebuah kota karna adanya beberapa manusia yang bermukim disuatu tempat harus sejalan dengan perkembangan infrastruktur dikota tersebut. Salah satunya yang membuat berekembangnya kota kota yang ada di indonesia karna adanya ritel sebagai salah satu pelayanan publik. Pelayanan merupakan usaha untuk membantu meyiapkan apa yang diperlukan / dibutuhkan orang lain (powerwardaminta, 2007).

Peningkatan jumlah penduduk di indonesia mempengaruhi pertumbuhan pasar retail modern dikarenakan meningkatnya kebutuhan manusia. Pasar retail khususnya minimarket yang merupakan klasifikasi retail modern mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimana retail modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang

secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Dalam penentuan lokasi retail harus memperhitungkan sasaran lokasi yang tepat (strategis) dimana penentuan lokasi tersebut memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan juga jarak dengan pasar tradisional, usaha kecil, serta jarak antara minimarket modern sehingga, keberadaan keduanya tidak saling bersinggungan (PP No.12 Tahun 2007). Menurut beberapa peneliti faktor penentuan lokasi merupakan faktor utama dalam pemilihan titik dalam pembangunan bisnis retail dimana faktor ini adalah faktor yang unik dan susah ditiru oleh pesaing bagi perusahaan dalam bersaing dengan kompetitor.

Kota Palu sebagai tempat penelitian adalah salah satu kota dimana merupakan kota perdagangan yang berkembang pesat di provinsi Sulawesi Tengah setelah pasca bencana tsunami, likuifaksi dan gempa. Dengan adanya bencana alam yang menipah Kota Palu disulawesi Tengah rupahnya tidak hanya mendatangkan sengsara namun ada pula manfaat yang bisa dipetik yaitu dengan adanya banyak calon investor yang datang ke Kota Palu. Banyaknya tenant yang datang ingin berinvestasi di Kota Palu, karena dengan adanya bencana satu dunia baru mengatahui ternyata Kota Palu adalah salah satu kota yang berada di pusat Indonesia dekat dengan ALKI II yang setiap tahun ada 10.000 kapal yang lewat dan juga calon investor melihat ternyata penduduk Kota Palu berdasarkan proyeksi penduduk sebanyak 379.593 jiwa penduduk dan industri seluas 700 hektare, kawasan perumahan 500 hektare ini mendakan bahwa Kota Palu adalah kota perkonomian yang baik bagi calon investor. Dilihat dari konstruksi ekonomi di Kota Palu memang terasa pada saat kejadian pascabencana 28 September 2018 silam dilanjutkan dengan pandemi covid-19 tetapi pelaku usaha berusaha payah untuk tetap bertahan dengan kondisi Kota Palu, pelaku UMKM mampu bangkit dan mendorong perekonomian masyarakat Kota Palu. Kebijakan dari kementerian investasi dan BKPM RI juga mendorong pelaku-pelaku besar wajib bermitra dengan UMKM. Inilah salah satu pendorong pelaku bisnis minimarket retail untuk melakukan ekspansi di Kota Palu karena melihat dari segi perekonomian Kota Palu sangat cepat berkembang pesat setelah adanya pascabencana. Pelaku bisnis minimarket yang saat ini ekspansi di Kota Palu meliputi beberapa gerai minimarket diantaranya Alfamidi dimana minimarket ini adalah pemain besar minimarket yang sangat mudah ditemui disepanjang jalan maupun pemukiman setiap kecamatan. Minimarket tersebut harus berekspansi memperluas wilayah usahanya. Pusat perbelanjaan yang ada di Kota Palu meliputi Palu Grand Mall, Carrefour Palu, Pertokoan Hasanuddin Palu, Plaza Palu, Swalayan dan Foodcourt Palu, BNS smart Dewi Sartika, Bumi Nyiur Swalayan, Alfamidi Dewi Sartika 2, Alfamidi Anoa 1, dan Alfamidi Garuda. Menjamurnya minimarket yang agresif sebagai salah satu efek dari era globalisasi ekonomi dimana pelaku industri minimarket yang justru mengejar keberadaan konsumen dengan melihat kondisi kepadatan suatu wilayah inilah salah satu alasan minimarket ekspansi di wilayah baru.

Dalam Pemilihan lokasi minimarket hal hal yang perlu di perhatikan yaitu dari segi kepadatan penduduk, arus traffic dan keramaian fasilitas umum. Kepadatan penduduk dalam penentuan lokasi berpengaruh dimana letak minimarket dekat dengan pemukiman sangat menarik konsumen untuk datang berbelanja dikarenakan jangkauan dekat sehingga ini dapat membuat kepadatan minimarket bisa profit setelah oprational, Traffic dalam penentuan lokasi sangat berpengaruh karena dengan adanya arus traffic yang lancar menunjukkan bahwa pusat aktivitas perekonomian dan keramaian pusat kota di daerah tersebut baik sehingga dengan adanya minimarket dapat menarik konsumen traffic singgah untuk berbelanja memenuhi kebutuhan, dan fasilitas umum dalam penentuan lokasi juga berpengaruh dimana dengan adanya fasilitas umum dekat dengan minimarket mempermudah untuk berbelanja kebutuhan baik itu karyawan/pekerja maupun pengunjung fasilitas umum.

Menurut Sjafrisal (2012) adanya kelompok kegiatan ekonomi terkonsentrasi pada suatu lokasi tertentu merupakan karakteristik pertama dari sebuah pusat pertumbuhan. Biasanya pusat

pertumbuhan berlokasi diderah perkotaan atau daerah tertentu yang mempunyai potensi ekonomi spesifik seperti daerah pertambangan, pelabuhan, perkebunan dan lain lain. Konsentrasi kegiatan ekonomi yang dapat berfungsi sebagai pusat pertumbuhan adalah yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional atau paling kurang daerah sekitarnya. Selain itu terdapat keuntungan dari aglomerasi yang diperoleh bila berlokasi pada tempat tertentu, jika kegiatan ekonomi yang saling terkait satu sama lainnya terkonsentrasi pada suatu tempat tertentu.

Dari landasan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana melakukan perhitungan potensin area coverage untuk mengukur daily income dalam penentuan lokasi minimarket retail.

STUDI LITERATUR

Lokasi

Lokasi merupakan suatu tempat berlangsungnya kegiatan usaha. Lokasi juga merupakan suatu investasi jangka panjang bagi perusahaan. Terjadinya pertemuan antara penjual dan pembeli dilakukan pada suatu tempat atau sering disebut sebagai lokasi usaha. Seberapa sering suatu usaha dikunjungi oleh konsumen dipengaruhi oleh penentuan lokasi usaha tersebut .

Menurut Haizer dan Render (2015), Lokasi memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan sehingga lokasi merupakan pendorong biaya dan pendapatan pada perusahaan, maka lokasi sering memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan, lokasi yang tepat akan meningkatkan pendapatan perusahaan, sebaaliknya lokasi yang kurang tepat akan menurunkan efektifitas perusahaan.

Proses penentuan lokasi

Perencanaan lokasi usaha yang baru merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum usaha penjualan jasa mulai beroperasi, penentuan lokasi yang tepat akan mempengaruhi kemampuan usaha (Herjanto 1999).

Menurut Tjiptono (2015) pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor faktor akses, visibility, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan penduduk, persaingan dan peraturan pemerintahan.

Menurut joko (2001), dalam menentukan lokasi perusahaan ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan , antara lain tenaga kerja, transportasi dan logistik, konsumen dan pasar, lingkungan masyarakat, karakteristik lokasi.

Menurut Fitsimmonts (2014), mengungkapkan dalam penentuan lokasi usaha yaitu, akses, visibility, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, kompotisi, pemerintahan, tenaga kerja, kelengkapan fasilitas, saling berkaitan dalam pemilihan lokasi.

Tidak ada teori tunggal yang bisa menetapkan dimana lokasi suatu perusahaan itu dipilih, banyak faktor faktor yang di kemukakan oleh para ahli menyebabkan beragam puluh rumusan faktor yang memepengaruhi pemilihan lokasi. Oleh karna itu disini peneliti mengambil faktor (akses lokasi, lalu lintas, lingkungan masyarakat, fasilitas tambahan, ekspansi, visibility, tempat parkir, letak posisi) dalam pemilihan lokasi perusahaan untuk menentukan apakah faktor tersebut berpengaruh terhadap pemilihan lokasi dan faktor apa yang paling berpengaruh dalam pemilihan lokasi minimarket retail.

METODE

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu : Cara ilmiah,data,tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah yang berarti

kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang dilakukan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode observasi dan dokumentasi yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) mengenai suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam studi kasus yaitu untuk memahami apa faktor-faktor penyebab dalam penentuan calon lokasi indomaret Jalan Imam Bonjol Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah.

Sumber Data

Sumber data ini terdapat dua buah data yang terkumpul oleh penulis antara lain:

a. Data primer

Data primer yaitu data utama dalam penelitian ini, yang meliputi jumlah kepala keluarga pada pemukiman, jumlah pengguna traffic yang lewat, jumlah karyawan fasilitas umum dan jumlah pengunjung fasilitas umum, calon lokasi indomaret Jalan Imam Bonjol Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Data ini diambil dari sumber survey lapangan, wawancara terhadap manager departemen location indomaret, dan wawancara terhadap penghuni fasilitas umum.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung terhadap data primer, data sekunder ini diperoleh dari sumber buku pedoman workshop departemen location indomaret dan data dari dinas BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Palu.

Teknik Pengumpulan Data

a. Perhitungan potensi pemukiman (residensial)

Dalam melakukan perhitungan perumahan dapat dilakukan pada aplikasi Google Earth dengan menghitung jumlah atap rumah. Untuk melakukan perhitungan tidak hanya sebatas menghitung atap rumah dari Google Earth tetapi melakukan perhitungan survey lapangan untuk menghindari Google Earth tidak update, rumah kosong, rumah yang baru bangun, dan rumah kumuh dan rusak. Untuk menghitung rumah pemukiman harus mengikuti ketentuan BPS dimana setiap rumah dihuni 4 orang, jika ada rumah kosong dihitung jumlah kamar yang sedang disewakan ditambah dengan 4 (pemilik kosan) dan apabila dalam area pemukiman terdapat apartemen yang disurvei maka yang dihitung adalah jumlah kamar.

b. Perhitungan potensi traffic

Pada penelitian studi kasus teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu setiap objek survey yang terdiri dari pejalan kaki, motor, mobil, dan sepeda diambil datanya masing-masing selama 5 sampai 10 menit selama 4 kali periode pengambilan video yaitu: (1) Pagi pukul 08:00 WITA, (2) Siang pukul 13:00 WITA, (3) Sore pukul 17:00 WITA, (4) Malam pukul 20:00 WITA. Pengambilan sampel dilakukan dua kali yaitu hari sepi (senin sampai jumat) dan hari ramai (sabtu, dan spesial event seperti pasar) sebagai perbandingan.

C. Perhitungan potensi fasilitas umum

Dalam pengambilan data teknik yang digunakan untuk menghitung potensi fasilitas umum yaitu dengan cara melakukan interview terhadap salah satu karyawan untuk mengetahui jumlah karyawan dan juga jumlah pengunjung fasilitas umum setiap hari.

Metode Analisis

Dalam melakukan pengujian analisis rumus yang digunakan untuk menguji kelayakan dalam penentuan ekspansi indomaret, diantaranya rumus istilah dunia retail yaitu $DI = STD \times APC$. Dimana DI bertujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan perhari, STD bertujuan untuk mengetahui estimasi prakiraan struk perhari, dan APC bertujuan untuk mengetahui rata-rata belanjaan masyarakat perhari.

C. Rumus analisis Perhitungan potensi pemukiman (residensial)

$$STD = \frac{\text{JUMLAH RUMAH} \times \text{JUMLAH PENGHUNI}}{\text{HARI DALAM SEBULAN}} \times \text{KOEFSIEN}$$

$$APC = \frac{\text{BELANJAAN ANAK ANAK} + \text{BELAJAAN DEWASA} + \text{BELANJAAN IRT}}{3}$$

Anak anak = Rp. 10,000,00 / hari

Dewasa = Rp. 35,000,00 / hari

IRT = Rp. 75,000,00 / hari

3 = tiga tingkatan konsumen

$$DI = STD \times APC$$

B. Rumus analisis Perhitungan potensi traffic

$$STD \% = \text{AVERAGE} \times \text{PERSENTASI POTENSI TRAFFIC} \times 12 \times 15 \times \text{PERSENTASI STRUK}$$

Dimana: Average = nilai rata rata

12 : dikali 12 untuk tiap jam ($12 \times 5 = 60$ menit)

15 : dikali 15 jam (ketentuan jam oprational minimarket)

$$APC = \frac{\text{BELANJAAN ANAK ANAK} + \text{BELAJAAN DEWASA} + \text{BELANJAAN IRT}}{3}$$

$$DI = STD \times APC$$

C. Rumus analisis Perhitungan potensi fasilitas umum

$$STD = \frac{J + P \times K \times PK}{H}$$

Dimana : J = jumlah penghuni

P = pengunjung perhari

K = koefisien (perkantoran tidak termaksud dalam rumus)

H = jumlah hari oprational fasilat umum dalam satu bulan

PK = pengali koefisien

$$APC = \frac{\text{BELANJAAN ANAK ANAK} + \text{BELAJAAN DEWASA} + \text{BELANJAAN IRT}}{3}$$

$$DI = STD \times APC$$

D. Asumsi Koefisien indomaret

1. Toko yang terletak pada traffic antara beberapa perumahan terbuka dimana penduduk tersebut berjumlah 700 orang maka koefisien 0,8. berjumlah diatas 700 sampai 1.300 orang koefisen 1,2
2. Lokasi terletak di perumahan tertutup hook dijalan utama dimana penduduk tersebut Berjumlah 1.300 orang maka koefisien yang masuk perhitungan adalah 2.2

3. Lokasi terletak diperumahan terbuka noon hook jalan utama dimana jumlah penduduk Tersebut 1.800 orang maka koefisien 2.0

E. Persentase Potensi Std Berdasarkan Traffic

Tabel 1 Persentasi Potensi Std Berdasarkan Traffic

Traffic	Persentasi PotensiTraffic
Motor	35% - 40% dari hasil perhitungan
Mobil	25% - 30% dari hasil perhitungan
Kendaraan Umum	10% - 15% dari hasil perhitungan
Sepeda	5% - 10% dari hasil perhitungan
Pejalan Kaki	0% - 5% dari hasil perhitungan

F. Asumsi Koefisien dan Pengalih Koefisien Indomaret

Table 2 Asumsi Koefesian Indomaret

Jenis Fasilitas Umum	Koefisien
Perkantoran	1,91
Pasar	3,21
Puskesmas	0,67
Tempat ibadah	2,64

Table 3 Asumsi Pengalih Koefisien Indomaret

Jarak Dari Lokasi	Pengali Koefisien
5 - 100	0,75
100 - 200	0,50
200 - 300	0,0

HASIL

Hasil Pac (Perhitungan Area Coverage) Dalam Mengukur Daily Income

1. Hasil Perhitungan Pemukiman (Residensial)

Table 4 Hasil Perhitungan Pemukiman (Residensial)

Kuadran 1 (Radius 400 meter)

Kuadran 2 (Radius 400 Meter

Nama jalan	Jumlah kk	Nama jalan	Jumlah kk
JL Imam Bonjol	21	JL Imam Bonjol	23
JL H Agus Salim	12	JL H Agus Salim	28
Gang H Agus Salim	66	JL Cokroaminoto	57
JL KH Wahid Hasyim	27	JL Daeng Pawindu	19
Gang KH Wahid Hasyim	26	JL PS Selatan	34
JL Diponegoro	46		
<i>Total</i>	198	<i>Total</i>	161

Kuadran III (Radius 400 Meter)

Kuadran IV (Radius 400 meter)

Nama jalan	Jumlah kk	Nama jalan	Jumlah kk
JL Imam Bonjol	41	JL Imam Bonjol	28
JL Rambutan	44	JL Rambutan	37

JL Siranindi	63	JL Jeruk	69
JL Jambu	61	JL Durian	48
		JL Nangka	59
		JL Jaelangkara	11
<i>Total</i>	209	<i>Total</i>	252

$$\text{STD} = \frac{820 \times 4 \times 100\% \times 1.2}{30}$$

$$\text{APC} = \frac{10,000 + 35,000 + 75,000}{3}$$

$$\text{STD} = 131$$

$$\text{APC} = 40,000$$

Jadi prakiraan estimasi daily income untuk analisis perhitungan potensi pemukiman yaitu

$$\text{DI} = \text{STD} \times \text{APC}$$

$$\text{DI} = 131 \times 40.000$$

$$\text{DI} = \text{Rp. } 5,240,000,00$$

2. Hasil Perhitungan Potensi Traffic

Table 3 Hasil Perhitungan Potensi Traffic Hari Sepih (Weekday)

Object Kendaraan	Pagi	Siang	Sore	Malam
Motor	122	148	176	120
Mobil	62	66	81	53
Kendaraan Umum	-	-	-	-
Sepeda	-	-	-	-
Pejalan Kaki	-	-	-	-
<i>Total</i>	184	214	257	394

Table 4 Hasil Perhitungan Potensi Traffic Hari Ramai (Weekend)

Object Kendaraan	Pagi	Siang	Sore	Malam
Motor	112	161	157	133
Mobil	55	60	65	47
Kendaraan Umum	-	1	2	-
Sepeda	-	-	-	-
Pejalan Kaki	-	-	-	-
<i>Total</i>	167	222	224	346

Tabel 6 Hasil Prakiraan Std Perhitungan Potensi Traffic Hari Sepih

Traffic	Average	Persentase Potensi Traffic	Struk 2,0%
Motor	141,50	68%	152
Mobil	65,50	32%	61
Kendaraan Umum			
Sepeda			
Pejalan Kaki			
<i>Total</i>	207	100%	213

Tabel 7 Hasil Prakiraan Std Perhitungan Potensi Traffic Hari Ramai

Traffic	Average	Persentase Potensi Traffic	Struk 2,0%
Motor	140,75	71%	151
Mobil	56,75	29%	53
Kendaraan Umum	0,75	0 %	1

Sepeda			
Pejalan Kaki			
<i>Total</i>	198	100%	205

Untuk menghasilkan perbandingan STD hari sepih dan STD hari ramai kita mengambil perbandingan angka pertengahan antara total std hari sepih dan total std hari ramai yaitu 210 jadi total struk by traffic 210

Jadi hasil prakiraan daily income untuk analisis perhitungan potensi traffic yaitu :

$$DI = STD \times APC$$

$$DI = 210 \times 40.000$$

$$DI = \text{Rp. } 8,400,000,00$$

3. Hasil Perhitungan Potensi Fasilitas Umum (Fasum)

Table 8 Hasil Perhitungan Potensi Fasilitas Umum

Nama Fasilitas Umum	Jarak Dari Lokasi	Karyawan/Siswa/Penghuni	Pengunjung Perhari	Hari Oprational Fasum Dalam Seminggu
Bank bri unit imam bonjol	113	25	120	5
Bank mandiri	114	20	120	5
Bank bni	198	25	120	5
Pasar bamburu	50	50	500	7
Puskesmas kamonji	115	30	50	5
Mesjid jami tua	89	7	100	7

Tabel 11 Hasil Penelitian Perhitungan Potensi Fasilitas umum

Jenis	Nama	Jarak	Penghuni	Pngunjung	Hari Oprational toko	Koefisien	Pengali Koefisien	Std
Perkantoran	BRI	113	25	100	22	1,91	0,50	3
Perkantoran	Mandiri	114	20	100	22	1,91	0,50	3
Perkantoran	Bni	198	25	100	22	1,91	0,50	3
Pasar	Bambar	215	50	500	14	3,21	0,00	0
Puskesmas	Kamonji	115	30	50	22	0,67	0,50	1
Tempat Ibadah	Jami	89	7	60	30	2,64	0,75	4
<i>Total Std</i>								14

Jadi prakiraan estimasi daily income untuk analisis perhitungan potensi traffic yaitu :

$DI = STD \times APC$

$DI = 14 \times 40.000$

$DI = \text{Rp. } 560.000,00$

Dalam penelitian ekspansi indomaret yang berada di jalan imam bonjol, kelurahan siranindi, kecamatan palu barat, kota palu, provinsi sulawesi tengah, estimasi prakiraan Daily Income dari hasil *Pac* diperoleh total *Daily Income* menggunakan rumus dunia retail yaitu:

$DI = \text{TOTAL KONTRIBUSI STD} \times APC$

$DI = \text{STD PENDUDUK} + \text{STD TRAFFIC} + \text{STD FASUM} \times APC$

$DI = 131 + 210 + 14 \times 40.000$

$DI = \text{Rp. } 14.200.000,00$

Dengan demikian, hasil temuan peneliti total *Daily Income* rujukan untuk menghitung payback period, dimana peneliti menemukan bahwa payback priode total dari *Daily Income* calon lokasi indomaret yang berada di jalan Imam Bonjol Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah adalah Payback Period 42 dengan kalkulasi total investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan indomaret jadi pengembalian dana investasi yang di keluarkan oleh perusahaan indomaret kembali selama 42 bulan. perhitungan area coverage dalam mengukur daily income berpengaruh dalam penentuan lokasi indomaret di jalan Imam Bonjol karna maksimal payback periode yang ditetapkan oleh indomaret yaitu payback 45 bulan dari perhitungan kalkulasi investasi yang sudah di tentukan oleh manajemen perusahaan indomaret.

PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Keputusan Pemilihan Lokasi Indomaret.

Dalam penelitian studi kasus Indomaret yang sekarang ini eksapasi di kota palu tepatnya di jalan Iman Bonjol Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah peneliti menyimpulkan beberapa faktor – faktor dalam penentuan lokasi yang sedang diuji kelayakan oleh indomaret yaitu meliputi :

A. Accesbility dan Visibility

Kriteria accesbility dan visibility memiliki beberapa sifat fisik diantaranya yaitu meliputi area parkir, Easy to entry, Easy to go, Visibility.;

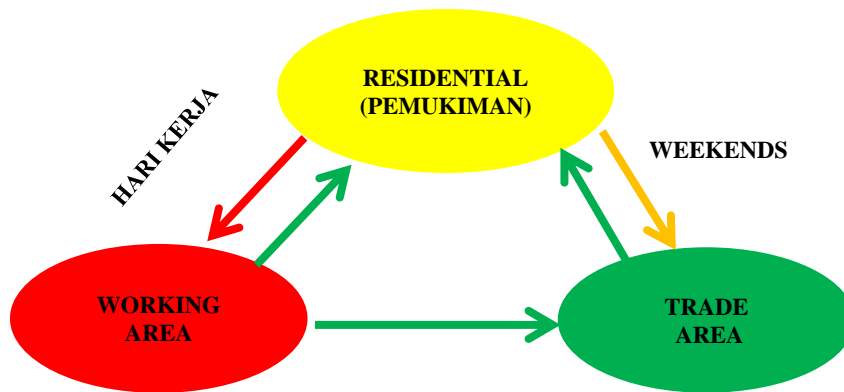
B. Demografi Penduduk

Demografi atau ilmu kependudukan adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia. Demografi meliputi ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan.

C. Traffic

Traffic Flow/Arus Lalu Lintas

Dalam pentuan lokasi indomaret salah satu pertimbangan yang harus diperhatikan yaitu arus traffic, dimana arus traffic yang baik akan menambah Std toko indomaret. Arus traffic strategi penentuan lokasi indoamret yaitu arus traffic Flow yang dibagi menjadi beberapa bagian meliputi: arus traffic 1 arah, 2 arah, 1 arah menuju pemukiman, 1 arah menuju working area, 1 arah menuju trade area, 2 arah menuju pemukiman, 2 arah menuju working area dan 2 arah menuju trade area. Dalam studi kasus indomaret peneliti menyimpulkan untuk syarat traffic dalam penentuan lokasi indomaret yaitu traffic flow dua arah, dimana traffic dua arah sangat memudahkan akses pengguna jalan untuk singgah belaja di toko indomaret.



Tingkat Kepadatan Arus Kendaraan dan Tipe kendaraan

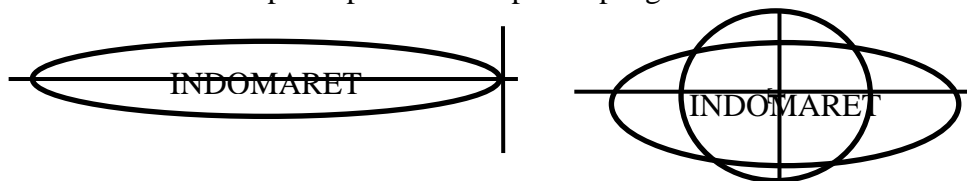
Tingkat kepadatan arus traffic dalam suatu wilayah memiliki beberapa karakteristik tingkat kepadatan yang terbagi beberapa prioritas dimana berpengaruh terhadap toko indomaret yaitu Lancar, Padat, Merayap dan Macet (cenderung menjadi barrier). Untuk type kendaraan dibagi menjadi beberapa type yaitu pejalan kaki, sepeda motor, mobil, sepeda, dan angkutan umum.

D. Barrier

Penentuan calon lokasi indomaret barrier juga termaksud salah satu faktor dalam penentuan lokasi indomaret, dimana barrier memiliki beberapa uraian meliputi : fisik, psikis, peraturan daerah dan infrastruktur.

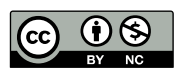
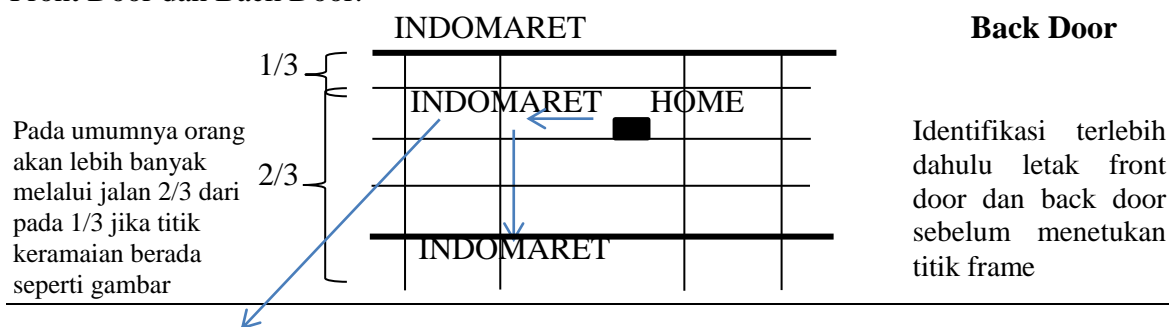
E. Letak-Posisi

Letak posisi strategis penentuan lokasi retail dalam penelitian studi kasus indomaret yaitu lokasi yang berada pada Hook dan Noon Hook. Persimpangan adalah lokasi yang penting bagi setiap pelaku bisnis karena persimpangan merupakan titik dimana calon konsumen dari area coverage terkonsentrasi. persimpangan juga merupakan titik yang secara otomatis menjadi titik favorit. jika sulit mendapatkan lokasi yang berada pada hook maka semaksimal mungkin menggeser pada titik noon hook tetapi tetap mendekati persimpangan.

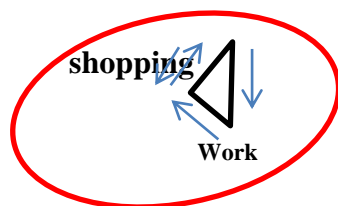


F. Letak-Areal

Letak areal adalah besaran yang menyatakan ukuran dua dimensi suatu bagian permukaan yang dibatasi dengan jelas, biasanya suatu daerah yang dibatasi oleh kurva tertutup, dalam penelitian studi kasus indomaret letak areal terbagia menjadi beberapa bagian yaitu : Front Door dan Back Door.



Central point



Front Door

Pop : 40,000

G. Fasilitas Umum (Fasum)

Fasilitas umum (fasum) adalah tempat sarana atau prasarana masyarakat melakukan kunjungan baik itu kunjungan resmi maupun kunjungan tidak resmi yang di sediakan oleh pemerintah yang dapat digunakan untuk kepentingan bersama dalam melaksanakan kegiatan sehari hari.

H. Sosio Ekonomi

Sosial ekonomi masyarakat adalah daya beli masyarakat terkait dengan tingkatan pendapatan (area yang mempunyai tingkat pendapatan yang tinggi) mencerminkan lokasi yang baik bagi retail.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan bahwa ekspansi indomaret menggunakan teknik *Pac* berpengaruh dalam mengukur *Daily Income* dimana sebagai rujukan untuk menghitung *Payback Perod* (menghitung kecepatan kembalinya dana investasi melalui profit dalam jangka waktu tertentu). Jadi dengan adanya estimasi prakiraan *Daily Income* dapat mengukur total pendapatan perbulan dimana pendapatan tersebut dapat mengukur jangka waktu kembalinya dana investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Namun perusahaan juga tidak hanya berpatokan dengan perhitungan area coverage tetapi harus menganalisa secara detail tingkat perputaran ekonomi yang baik diwilayah tersebut, karna perputaran ekonomi yang baik disuatu wilayah dapat sebagai rujukan untuk pendapatan toko yang profit.

Saran kepada pihak manajemen perusahaan adalah harus mampu lebih akurat dalam metode ekspansi bisnis retail agar mampu bersaing dengan pelaku industri bisnis International untuk mencapai kemajuan perusahaan. Pihak manajemen juga harus cepat beradaptasi dengan kondisi lingkungan untuk bersaing dengan kompotitor bisnis minimarker retail modern baik itu minimarket nasional maupun minimarket lokal. Untuk parah peneliti selanjutnya bahwasanya penelitian ini memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian salah satunya kelengkapan data perusahaan yang tidak sepenuhnya didapatkan oleh peneliti dan juga peneliti belum mampu menerapkan bantuan aplikasi untuk menghitung area coverage secara detail. Oleh karna itu, peneliti mengusulkan untuk parah peneliti selanjutnya untuk dapat menerapkan penambahan model lain dalam strategi menganalisa perhitungan area coverage ekspansi minimarket retail modern, agar dapat dibandingkan model manakah yang paling akurat dalam penentuan lokasi ekspansi minimarket retail modern.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palopo melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memfasilitasi kegiatan penelitian dan publikasi selama kegiatan penelitian. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan PT Indomarco Prismatama Cabang Palopo (Indomaret Grop) khususnya departemen Location yang telah membantu dan memberikan informasi, arahan dan dukungan selama kegiatan penelitian. Dan terima kasih

kepada kedua orang tua , teman terdekat atas support selama kegiatan penelitian sampai kegiatan penyusunan artikel berlangsung.

REFERENSI

- Ashari, I. A., Wirasto, A., & Triwibowo, D. N. (2022). *Implementasi Market Basket Analysis dengan Algoritma Apriori untuk Analisis Pendapatan Usaha Retail Implementation of Market Basket Analysis with Apriori Algorithm for Retail Business Income Analysis*. 21(3). <https://doi.org/10.30812/matrik.v21i3.1439>
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., & Jumiyani, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(2), 201–208. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>
- Faiz, M. A., Wulandari, A., & Puryanti, V. (2019). Konsep Lokasi Minimarket Di Kecamatan Pontianak Tenggara. *Jurnal Bumi Indonesia*, 1(1), 1–6.
- Kamal, I., & Akbar, A. M. (2022). *Comparative Analysis of Innovations in Alfamart and Indomaret Minimarkets : A Study in Indonesia*. 4(1), 28–45.
- Manajemen, J., Politeknik, B., Batam, N., Manajemen, J., Politeknik, B., & Batam, N. (2018). *Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara minimarket indomaret dengan alfamart di kota batam*. 6(2), 119–134.
- Municipality, P., & Figures, I. N. (2021). *Kota palu dalam angka*.
- Pabuaran, V. D., & Yudono, A. (2013). *Studi Sebaran Lokasi Ritel Consumer Goods di Permukiman Tamalanrea Kota Makassar*. 1(2), 109–114.
- Purnomo, S. D., Serfiyani, C. Y., & Hariyani, I. (2013). *Sukses Bisnis Ritel Modern*. 431.
- Sa, L., & Jannah, K. (2021). 2) 1,2. *Pendapatan Rata Rata*, 2(1).
- Sari, N., Akil, A., & Natalia, V. (2017). Pola Sebaran dan Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Retail Kecamatan Manggala, Kota Makassar. In *Jurnal Wilayah dan Kota Maritim* (Vol. 5, Issue 1).
- Statistik, B. P., & Jakarta, P. D. K. I. (2022). *Berita resmi statistik*. September.
- Sudirga, R. S. (2017). Faktor – Faktor Yang Menentukan Peningkatan Bisnis Ritel Di Indonesia. *Journal of Business & Applied Management*, 10(02), 138–150. <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i02.933>
- Sutrisno, H. T. (2018). *Strategi Internasionalisasi Aliexpress (E-Retail Subsidiaris Internasional Alibaba Group) Di Rusia*. 7(1), 72–86.
- Triyawan, A., & Jayanti, K. F. (2018). *Analisis Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3(1), 1–11.
- Wiyata, W. Y. R., & Ikhwana, A. (2012). Penentuan Lokasi Minimarket Di Kecamatan Cibiuk Dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process(Ahp). *Jurnal Sttgarut*, 12, 1–9.
- Yang, A. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15, 128–142.
- Indomaret, Location. Dept. (2018). Metode Survey Location, Mind Map_Strategi Location, Loc. Comption Gov. Regulation.