

Analisis Segmentation Targeting Positioning & Models Center Of Gravity untuk Menentukan Titik Lokasi Cabang Baru UD. Barokah

¹Hendy Suryana & ²Muhamad Fahmi Reza Fauzi

^{1,2} Teknik Industri Universitas Suryakancana
Jl. Pasirgede Raya, Bojongherang, Cianjur, Jawa Barat 43216

¹hendies.free@gmail.com

²fahmirezafauzi43@yahoo.com

Dikirimkan: 05, 2019. Diterima: 05, 2019. Dipublikasikan: 05, 2019.

Abstract— Placement of a new branch is one of the most important things. Location placement points are expected to be included in the target market zone to better meet the needs of consumers in the region, besides that it is also an easily accessible location and can reach the area to the fullest. UD BAROKAH, as a supplier of agricultural needs, plans to open a new branch to maximize revenue. The purpose of this study is to determine the location of the new branch UD. Barokah. Planning the selection of a target market will begin by using three methods: segmentation, targeting, and positioning. To determine the placement point will be calculated using the center of gravity model. The result of the segmentation method is that the area is divided into three segments, Cipanas District (segment A), Sukaremi District (segment B), and Pacet District (segment C). Targeting analysis resulted in Sukaesmi District (segment B) being the most potential segment and was chosen to be the target market because it produced the highest weighting score with a value of 2.189 while segments A and C produced weighted scores of 1.516 and 1.493. In the positioning analysis UD BAROKAH has an advantage in internal factors compared to competitors of similar stores located in Sukaesmi District, namely UD H OMAL. Placement of new branch location points using the center of gravity model produces coordinate points X 5.9 and Y 5.2, coordinates fall in the Sukaesmi District, Kubang Village, Cianjur Regency.

Keywords: Segmentation, Targeting, Position, Center of Gravity Model.

Abstrak— Penempatan cabang baru adalah salah satu hal yang terpenting. Titik penempatan lokasi diharapkan masuk dalam zona target pasar untuk lebih bisa memenuhi kebutuhan konsumen di wilayah tersebut, selain itu juga merupakan lokasi yang mudah diakses dan dapat menjangkau wilayah tersebut secara maksimal. UD BAROKAH, sebagai pemasok kebutuhan pertanian, berencana untuk membuka cabang baru untuk memaksimalkan pendapatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan lokasi cabang baru UD. Barokah. Perencanaan pemilihan target pasar akan dimulai dengan menggunakan tiga metode ialah segmentasi, penargetan, dan penentuan posisi. Untuk menentukan titik penempatan akan dihitung menggunakan model pusat gravitasi. Hasil dari metode segmentasi adalah bahwa area tersebut dibagi menjadi tiga segmen, Kecamatan Cipanas (segmen A), Kecamatan Sukaremi (segmen B), dan Kecamatan Pacet (segmen C). Analisis penargetan menghasilkan Kecamatan Sukaesmi (segmen B) menjadi segmen yang paling potensial dan dipilih untuk menjadi target pasar karena menghasilkan skor bobot tertinggi dengan nilai 2,189 sedangkan segmen A dan C menghasilkan skor tertimbang 1,516 dan 1,493. Dalam analisis penentuan posisi UD BAROKAH memiliki keunggulan dalam faktor internal dibandingkan dengan pesaing toko serupa yang berlokasi di Kecamatan Sukaesmi, yaitu UD H OMAL. Penempatan titik lokasi cabang baru menggunakan model pusat gravitasi menghasilkan titik koordinat X 5.9 dan Y 5.2, koordinat jatuh di wilayah Kecamatan Sukaesmi, Desa Kubang, Kabupaten Cianjur.

Kata kunci: Segmentasi, Penargetan, Posisi, Model Pusat Gravitasi.

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Cianjur adalah salah satu Kabupaten yang berada dibagian wilayah Provinsi

Jawa Barat, yang berperan cukup penting pada sektor pertanian dan perkebunan. Hal tersebut dibuktikan dengan luas tanaman dan perkebunan adalah 51.718,20 ha, hamper 50 persennya adalah

perkebunan teh dengan luas 23.145,80 ha diikuti, perkebunan kelapa seluas 10.338,46 ha. Produksi tanaman perkebunan mencapai 44.548,91 ton, juga di dominasi dengan produk teh sebanyak 21.972,58 ton diikuti oleh kelapa sawit dengan sebanyak 7.283,13 ton [1].

UD. BAROKAH adalah usaha yang bergerak dalam bidang pertanian, yang menjual alat – alat pertanian, berupa pupuk (subsidi dan non subsidi), pestisida, dan bibit dalam jumlah yang sangat besar. Mengingat minat masyarakat Jawa Barat, khususnya Kabupaten Cianjur, yang relatif tinggi dalam melakukan kegiatan bercocok tanam, maka harus di tunjang dengan penyediaan kebutuhan untuk bercocok tanam yang meliputi alat-alat bertani, pupuk, bibit, dan pestisida. Berdasarkan pertimbangan semua aspek tersebut pemilik UD. BAROKAH berencana akan membuka cabang baru, untuk memenuhi kebutuhan bercocok tanam di daerah lain dan juga sebagai usaha untuk meningkatkan pendapatan UD.BAROKAH secara lebih maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wilayah target market mana saja yang berpotensi memberikan keuntungan yang lebih besar dibanding dengan wilayah lainnya yaitu dengan menggunakan analisa segmentasi, targeting dan positioning dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk. Untuk menentukan lokasi cabang baru UD.BAROKAH yang strategis yang mampu mencakup semua pasar yang di targetkan atau juga berada di wilayah zona target market yang telah dianalisa sebelumnya.

Pemilihan lokasi usahanya harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri [2]. Keputusan pemilihan lokasi sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya [3]. Pemilihan lokasi dapat dianggap suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Menentukan lokasi untuk tempat setiap bisnis merupakan suatu yang penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai [4].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini yang pertama dilakukan ialah mengumpulkan data dan menganalisis semua aspek yang berhubungan dengan daerah atau wilayah yang akan diteliti untuk menjadi

target pasar menggunakan analisis segmentasi, *targetting* dan *positioning*, analisis ini sangat penting untuk dilakukan dalam penelitian ini guna masuk ketahap metode selanjutnya untuk menentukan titik lokasi. Teknik yang akan digunakan untuk dalam penentuan lokasi adalah *models center of gravity*, yang merupakan metode dengan teknik kualitatif dan matematis untuk menentukan titik lokasi pusat. Dalam *models center of gravity* akan dicari koordinat x dan y dari lokasi pabrik atau perusahaan yang direncanakan dengan menggunakan rata-rata hitung. Koordinat X sebesar rata-rata tertimbang dari koordinat X semua titik. Data eksternal yang dibutuhkan bagi *models center of gravity* adalah data wilayah-wilayah dan titik koordinat yang direncanakan akan menjadi *target market* UD BAROKAH. Tabel I merupakan daftar lokasi *target market* UD BAROKAH.

TABEL I
LOKASI *TARGET MARKET* UD. BAROKAH

Kecamatan	Desa/Dusun	Alamat Desa	Koordinat Wilayah	
			X	Y
Cipanas	Batulawang	Desa Batulawang, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	9,8	15,4
	Ciloto	Desa Ciloto, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	6	11,3
	Cimancan	Desa Cimancan, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	4	6,6
	Palsari	Desa Palsari, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	9,5	10,8
	Sindangjaya	Desa Sindangjaya, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	8,5	7,5
	Sindangjaya	Desa Sindangjaya, Kec.Cipanas, Kab.Cianjur 43253	10,9	9
Sukaresmi	Cibadak	Desa Cibadak, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	1,8	3,4
	Cibanteng	Desa Cibanteng, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	4,7	6,2
	Cikancana	Desa Cikancana, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	9,3	5,7
	Cihalen	Desa Cihalen, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	3,4	3,9
	Kubang	Desa Kubang, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	6,6	6,3
	Pakuon	Desa Pakuon, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	4,4	1,8
	Rawabeleut	Desa Rawabeleut, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	2,6	7,2
	Sukamahi	Desa Sukamahi, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	8,2	6,3
	Sukaresmi	Desa Sukaresmi, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	7,2	4,5
	Cikanyere	Desa Cikanyere, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	6,3	3,1
Pacet	Kawonghukuk	Desa Kawonghukuk, Kec.Sukaresmi, Kab.Cianjur 43254	3,8	3,6
	Cibodas	Desa Cibodas, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	5	3,8
	Ciharang	Desa Ciharang, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	3,6	2,1
	Cipendawa	Desa Cipendawa, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	3,5	2,5
	Sukatani	Desa Sukatani, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	3,4	3
	Ciputri	Desa Ciputri, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43281	4,1	1,7
	Sukanagali	Desa Sukanagali, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	4,5	5,2
	Gadog	Desa Gadog, Kec.Pacet, Kab.Cianjur 43253	3,5	3,6

Secara garis besar metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) *Metode Segmentation.*
- 2) *Metode Targetting.*
- 3) *Positioning.*
- 4) *Models Center of Gravity.*

A. Metode Segmentation

Analisis *segmentation* adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli, dalam penelitian ini segmentasi yang dilakukan ialah segmentasi berdasarkan geografis yaitu, dengan melihat permasalahan wilayah yang ada dalam penelitian ini mengharuskan pasar dibagi menjadi sebuah kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain.

B. Metode Targeting

Analisis selanjutnya adalah *targetting*, dimana pemilihan segmen *target market* yang akan dimasuki oleh UD. BAROKAH. Analisis ini

adalah pengembangan hasil dari analisis segmentasi sebelumnya, segmen yang telah didapatkan sebelumnya lalu akan dibandingkan satu sama lain guna mencari segmen yang mempunyai bobot nilai terbaik, dari pada segmen lainnya melihat dari faktor-faktor tertentu antara lain kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada setiap segmennya. Untuk menentukan faktor-faktor tersebut telah disepakati dengan melalui wawancara terhadap pembina penyuluhan pertanian pada setiap segmennya, yang telah diwakilkan kepada salah satu anggota BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) pada setiap segmen antara lain Bpk. Rofiqi (perwakilan anggota BPP Kec.Cipanas), Bpk Ilyas (perwakilan anggota BPP Kec.Pacet), dan Bpk Irfan Alvian (perwakilan anggota BPP Kec.Sukaresmi).

TABEL II
SEGMENTASI

Kecamatan Cipanas (Segmen A)	Kecamatan Sukaresmi (Segmen B)	Kecamatan Pacet (Segmen C)
Batulawang Ciloto Cimacan Palasari Sindangjaya Sindanglaya	Cibadak Cibanteng Cikancana Ciwalen Kubang Pakuon Rawabelut Sukamahi Sukaresmi Cikanyere Kawungluwuk	Cibodas Ciherang Cipendawa Sukatani Ciputri Sukanagalih Gadag

TABEL III
SKOR BOBOT SEGMENT

No	Faktor	Skor Bobot (Segmen A)	Skor Bobot (Segmen B)	Skor Bobot (Segmen C)
1	Kekuatan (<i>Streghth</i>)	2,299	2,478	2,168
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	0,441	0,484	0,654
	Jumlah	1,858	1,994	1,514
1	Peluang (<i>Opportunities</i>)	1,092	1,427	1,185
2	Ancaman (<i>Threats</i>)	1,434	1,232	1,206
	Jumlah	-0,342	0,195	-0,021
	Total Skor Bobot Segmen	1,516	2,189	1,493

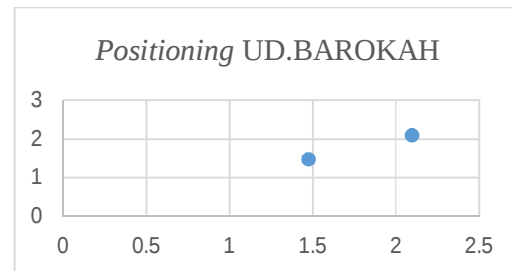
C. Positioning

Pada analisis yang terakhir ialah positioning, pada analisis ini adalah rangkaian terakhir dalam mencari target market dimana telah didapatkan salah satu segmen sebagai target, yang menunjukkan peluang lebih besar untuk dipilih menjadi target market UD. BAROKAH yang menjanjikan. Pada analisis ini akan memperlihatkan daya saing UD.BAROKAH dengan perusahaan yang sejenis lain yang kemungkinan besar tersedia pada segmen yang dipilih, pada analisis ini diharapkan bisa menjadi salah satu cara mengevaluasi dan meningkatkan

image UD BAROKAH dimata konsumen yang memungkinkan mendapat kepuasan dari konsumen. Diketahui bahwa dalam wilayah segmen B (Kecamatan Sukaresmi) terdapat usaha dagang yang serupa dengan UD.BAROKAH yang menjual segala kebutuhan bertani, yaitu UD. H OMAL yang berarti usaha dagang ini berpeluang besar menjadi salah satu pesaing UD BAROKAH didalam wilayah segmen B. Pada analisis ini penulis sepakat menentukan faktor internal, antara lain melihat pada kekuatan dan kelemahan setiap perusahaan yang telah didiskusikan dan disepakati oleh pemilik masing-masing usaha dagang tersebut. Untuk pengambilan data dengan cara mewawancarai pemilik usaha dagang dari UD.BAROKAH yang diwakili oleh Bpk.DIMAS, dan pemilik UD. H.OMAL yang diwakili oleh Bpk Yopi.

TABEL IV
SKOR BOBOT IFE UD.BAROKAH & UD. H. OMAL

No	Faktor	Skor Bobot (UD. BAROKAH)	Skor Bobot (UD. H OMAL)
1	Kekuatan (<i>Streghth</i>)	2,504	2,155
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	0,407	0,681
	Jumlah	2,097	1,474

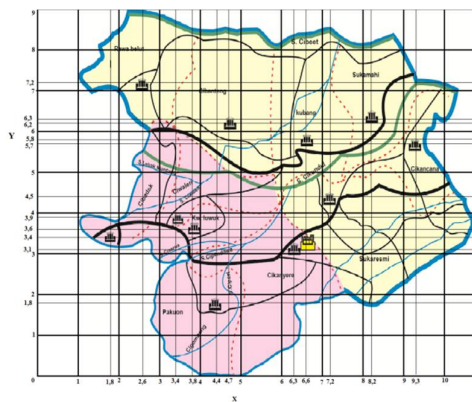


Gambar 1. Positioning UD BAROKAH

D. Model Center Of Gravity

Metode yang digunakan dalam menentukan titik penempatan lokasi cabang baru UD BAROKAH ialah metode center of gravity, metode ini diharapkan menghasilkan titik seimbang atau titik tengah untuk semua wilayah yang berada di Kecamatan Sukaresmi. Data yang diperlukan untuk melakukan perhitungan dalam metode ini ialah titik kordinat (x) dan (y) pada setiap desa yang berada di dalam wilayah segmen B, lalu nilai load atau value yang bisa membedakan wilayah satu dan lainnya ataupun sebagai nilai lebih pada wilayah tertentu yang memungkinkan sebagai konsumen prioritas dibanding dengan wilayah lainnya.

Pada hasil perhitungan models center of gravity maka titik penempatan koordinat x 5,9 dan koordinat Y 5,2 maka titik koordinat tersebut jatuh didalam wilayah Desa Kubang, Kec.Sukaresmi Kab.Cianjur, antara lain dapat dilihat pada gambar Gambar 3.



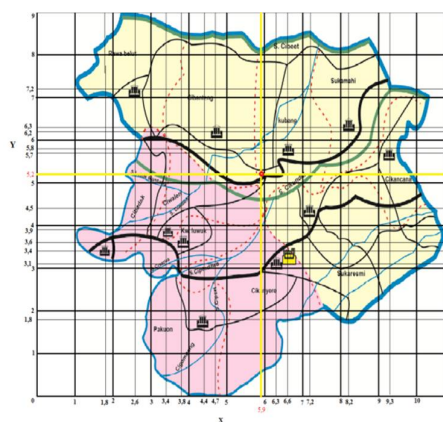
Gambar 2. Peta Kec.Sukaresmi dan Titik Koordinat Desa

TABEL V
TITIK KOORDINAT DESA DAN KEBUTUHAN DESA

No	Nama Desa Wilayah Kec.Sukaresmi	Titik Koordinat		Kebutuhan pemenuhan pertanian (Ha)
		X	Y	
1	Cibadak	1,8	3,4	120
2	Cibanteng	4,7	6,2	1077
3	Cikancana	9,3	5,7	434
4	Cihwalen	3,4	3,9	204
5	Kubang	6,6	6,3	1163
6	Pakuon	4,4	1,8	751
7	Rawabelut	2,6	7,2	906
8	Sukamahi	8,2	6,3	984
9	Sukaresmi	7,2	4,5	1642
10	Cikanyere	6,3	3,1	523
11	Kawunglunguk	3,8	3,6	72
				7.876

$$X = \frac{\sum Xi.Vi}{\sum Vi} \dots\dots\dots(1)$$

$$Y = \frac{\sum Yi.Vi}{\sum Vi} \dots\dots\dots(2)$$



Gambar 3. Titik Koordinat Hasil Models Center Of Gravity

IV. PEMBAHASAN

A. Segmentation

Analisis segmentasi adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli, dalam penelitian ini segmentasi yang dilakukan ialah

segmentasi berdasarkan geografis. Hasil dari segmentasi variabel geografis menghasilkan beberapa wilayah segmen yang dibagi menjadi 3 segmen antara lain segmen A (Kecamatan Cipanas), segmen B (Kecamatan Sukaresmi), dan segmen C (Kecamatan Pacet). Pembagian segmen ini dikelompokkan sesuai dengan kota atau wilayahnya masing-masing.

B. Targetting

Analisis yang digunakan selanjutnya adalah targetting, analisis ini digunakan sesudah analisis segmentasi, dimana analisis ini digunakan untuk memilih dan melihat potensi pasar satu dengan yang lainnya, dan diharapkan dari hasil analisis ini menemukan target market yang paling unggul dibandingkan dengan target lainnya. Maka hasil dari analisis targetting adalah sebagai berikut. Irfan Alvian (perwakilan anggota BPP Kec.Sukaresmi). melalui hasil wawancara didapatkan faktor-faktor antara lain sebagai berikut. Analisa ini adalah pengembangan hasil dari analisa segmentasi sebelumnya, segmen yang telah didapatkan sebelumnya lalu akan dibandingkan satu sama lain guna mencari segmen yang mempunyai bobot nilai terbaik, dari pada segmen lainnya melihat dari faktor-faktor tertentu antara lain kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada setiap segmennya. Untuk menentukan faktor-faktor tersebut telah disepakati dengan melalui wawancara terhadap pembina penyuluhan pertanian pada setiap segmennya, yang telah di wakikan kepada salah satu anggota BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) pada setiap segmen antara lain Bpk. Rofiqi (perwakilan anggota BPP Kec.Cipanas), Bpk Ilyas(perwakilan anggota BPPKec.Pacet), dan Bpk. Irfan Alvian (perwakilan anggota BPP Kec.Sukaresmi). melalui hasil wawancara didapatkan faktor-faktor antara lain sebagai berikut.

TABEL VI
MATRIKS EFI DAN IFE

No	Faktor	Skor Bobot (Segmen A)	Skor Bobot (Segmen B)	Skor Bobot (Segmen C)
1	Kekuatan (Strength)	2,299	2,478	2,168
2	Kelemahan (Weakness)	0,441	0,484	0,654
	Jumlah	1,858	1,994	1,514
1	Peluang (Opportunities)	1,052	1,427	1,185
2	Ancaman (Threats)	1,434	1,232	1,206
	Jumlah	-0,342	0,193	-0,021
	Total Skor Bobot Segmen	1,516	2,189	1,493

Pada tabel VI mengasilkan nilai akhir skor bobot bagi setiap segmennya, segmen yang mempunyai nilai bobot tinggi ialah segmen B (Kecamatan Sukaresmi) unggul dengan nilai sebesar 2,189, dibandingkan dengan kompetitor segmen lainnya yang berada pada nilai segmen A (Kecamatan Cipanas) dengan nilai sebesar 1,516 dan segmen B (Kecamatan pacet) dengan nilai

sebesar 1,493. Maka hasil tersebut sangatlah jelas penulis mengusulkan wilayah dengan memiliki potensi terbaik, bagi keberlangsungan usaha dalam bidang pemenuhan kebutuhan bertani bagi UD BAROKAH ialah Kecamatan Sukaresmi meliputi semua wilayah yang ada didalamnya.

C. Positioning

Positioning adalah analisis terakhir pada penelitian ini telah didapat bahwa, segmen B (Kecamatan Sukaresmi) adalah segmen yang menjadi target market UD.BAROKAH meliputi semua wilayahnya. Analisis ini berguna untuk mengetahui posisi UD.BAROKAH dengan usaha dagang sejenis lainnya dengan cara membandingkan kekuatan dan kelemahan setiap masing-masing usaha dagang. Diketahui bawah Kecamatan Sukaresmi memiliki salah satu usaha dagang yang telah berdiri sejenis dengan UD.BAROKAH yang terletak di Kec.Sukaresmi, Desa Sukaresmi yaitu UD. H.OMAL. Analisis ini berencana membandingkan UD.BAROKAH dan UD. H.OMAL melalui faktor internal, data faktor internal didapat melalui metode wawancara yang dilakukan penulis, faktor kekuatan dan kelemahan sudah disepakati antara para narasumber dan penulis melalui diskusi. Pengambilan data melalui sesi wawancara kepada pemilik usaha dagang dari UD.BAROKAH yang diwakili oleh Bpk.DIMAS, dan pemilik UD. H OMAL yang diwakili oleh Bpk yopi. Hasil dari wawancara lalu diolah menggunakan metode evaluation factor internal dan bisa dilihat pada tabel VII.

TABEL VII
SKOR BOBOT EFI

No	Faktor	Skor Bobot (UD. BAROKAH)	Skor Bobot (UD. H OMAL)
1	Kekuatan (Streght)	2,504	2,155
2	Kelemahan (Weakness)	0,407	0,681
	Jumlah	2,097	1,474

Hasil dari analisis positioning UD.BAROKAH mempunyai nilai skor bobot yang lebih tinggi dibanding dengan pesaingnya UD.H OMAL dengan nilai 2,097 dan 1,474 posisi usaha dagang, menunjukkan nilai skor bobot UD BAROKAH berada pada nilai 2,097 dan kompetitornya sendiri berada pada nilai skor bobot 1.474 antara lain UD H.OMAL yang dapat diartikan dari faktor internal UD BAROKAH mempunyai keunggulan dengan melihat skor bobot yang dihasilkan dari metode EFI, skor bobot ini menunjukkan bahwa UD BAROKAH mempunyai modal yang baik untuk bersaing dalam faktor internal dengan UD H.OMAL yang berdiri dikawasan Kecamatan Sukaresmi yang direncanakan akan menjadi kompetitor UD BAROKAH didalam segmen B.*Analisi Ongkos Material Handling*

D. Models Center Of Gravity

Metode yang digunakan untuk menempatkan titik lokasi cabang baru pada penelitian ini adalah metode center of gravty, metode ini adalah metode yang mendukung bagi analisis-analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah didapat target market maka penempatan adalah salah satu hal yang sangat menentukan bagi keberlangsungan usaha dagang ini. Kecamatan Sukaresmi mempunyai wilayah yang luas terdiri 11 desa, metode ini diharapkan mengasikkan titik lokasi penempatan yang seimbang meliputi wilayah zona target pada Kecamatan Sukaresmi, dan bisa menjadi usulan bagi UD BAROKAH. Dengan melalui serangkaian perhitungan hasil dari perhitungan models center of gravty jatuh pada titik penempatan koordinat X 5,9 dan koordinat Y 5,2. Titik koordinat tersebut jatuh didalam wilayah Desa Kubang, Kec.Sukaresmi Kab.Cianjur, dengan kondisi wilayah menghadap langsung dengan garis jalan besar provinsi, dan mempunyai masyarakat mayoritas bermata pencaharian bercocok tanam, maka tempat ini sangat cocok bagi berdirinya suatu usaha yang dapat mendukung kegiatan masyarakat sekitar. Diharapkan titik penempatan lokasi bagi cabang baru UD.BAROKAH ini menjadi suatu usulan yang dapat dipertimbangkan. Melalui serangkaian analisis dan models yang digunakan didapat bahwa titik penempatan yang ideal, dalam menyeimbangkan setiap wilayah melihat dari besarnya kebutuhan pemenuhan bertani yang harus dipenuhi didalam wilayah Kecamatan Sukaresmi meliputi semua desa-desa yang ada didalamnya, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Desa Kubang, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Sumber google *satellites* 2018

Desa Kubang ini mempunyai luas ladang 1.163Ha, mempunyai jenis tanah latosol coklat kemerahan, dan berdasarkan rata-rata curah hujan 10 tahun terakhir (Th 2007-2017), type iklim di Kecamatan Sukaresmi termasuk Oldemen (B.1). Keadaan rata-rata curah hujan di wilayah Sukaresmi berkisar 1.751,5 mm sampai dengan 2.165 mm selama 10 (sepuluh) tahun terakhir.

Suhu siang antara 19° - 30° C dan malam hari antara 15° - 25° C. Terletak pada ketinggian 450 – 900 meter di atas permukaan laut, dengan kemiringan berkisar antara 15 – 40 persen dan memiliki bentuk tofografi wilayah sebagian besar datar (14,70%), begelombang (64,60%) dan berbukit (20,70%) (Sumber: BPP Kecamatan Sukaresmi).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- (1) didapat bawah segmen B (Kecamatan Sukaresmi) menjadi salah satu segmen yang paling potensial untuk menjadi target market UD.BAROKAH dibanding dengan segmen lainnya yaitu Kecamatan Cipanas (segmen B) dan juga Kecamatan Pacet (segmen C) hasil tersebut didapat dari pencarian data melalui cara wawancara yang diwakilkan oleh anggota BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) pada setiap Kecamatanannya, wawancara tersebut menghasilkan beberapa faktor antara lain kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang pada setiap segmennya, diolah menggunakan variabel IFE dan EFE sehingga menghasilkan skor bobot bagi setiap segmennya antara lain segmen A mempunyai skor bobot 1,516 segmen B 2,189 dan segmen C 1,493. Berdasarkan acuan hasil perhitungan skor bobot maka bobot yang diambil atau dipilih ialah skor bobot yang paling besar, berdasarkan semua pertimbangan yang dilakukan penulis dengan semua wakil anggota BPP maka disepakati Kecamatan Sukaresmi, menjadi salah satu Kecamatan yang berpotensi memberikan peluang baik bagi keberlangsungan usaha pemenuhan bertani khususnya untuk cabang baru UD BAROKAH, yang kemungkinan besar akan ditempatkan di Kecamatan Sukaresmi.
- (2) Models center of Gravity adalah metode yang digunakan bagi usulan titik lokasi penempatan bagi cabang baru UD.BAROKAH, yang diharapkan bisa menjadi sebuah usulan bagi keberlangsungan cabang baru ini. Maka hasil dari serangkaian analisis dan perhitungan pada penelitian ini menggunakan metode center of gravity didapat, bahwa penempatan lokasi yang ideal yang mampu menjadi titik penempatan

seimbang untuk menempatkan lokasi cabang baru UD BAROKAH dalam wilayah zona target market Kecamatan Sukaresmi yang seimbang, diantara wilayah-wilayahnya guna memenuhi kebutuhan para petani dengan menawarkan tempat yang mudah dijangkau bagi para petani. Pada hasil perhitungan models center of gravity maka titik penempatan koordinat X= 5,9 dan koordinat Y= 5,2 maka titik koordinat tersebut jatuh didalam wilayah Desa Kubang, Kec.Sukaresmi Kab.Cianjur.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik Kab. Cianjur. Cianjur dalam Angka 2017. 2017
- [2] Zimmerer, Thomas W. & Norman M Scarborough. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. 2008.
- [3] Kotler, P. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 Jakarta Erlangga. 2008
- [4] Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Edisi ke-2, Penerbit Andi, Yogyakarta. 2007.