

ABSTRAK

Pemilihan lokasi yang strategis merupakan faktor krusial dalam keberhasilan sebuah bisnis, terutama dalam industri coffee shop yang kompetitif. The Upperside, sebagai bisnis coffee shop dengan konsep rooftop, berencana melakukan ekspansi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas. Namun, keputusan ini menghadapi tantangan seperti variasi harga sewa, demografi pelanggan, daya beli masyarakat, serta regulasi di berbagai lokasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi optimal bagi ekspansi The Upperside menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP).

Penelitian ini mengidentifikasi enam aspek utama yang menjadi dasar dalam pemilihan lokasi, yaitu aspek legal, pasar, teknis, demografi, ekonomi, dan sosial. Data dikumpulkan melalui survei lokasi, wawancara mendalam dengan pemilik bisnis serta calon pelanggan, dan studi pustaka terkait industri coffee shop. Analisis dilakukan dengan metode AHP untuk menentukan bobot kepentingan dari setiap aspek serta membandingkan beberapa alternatif lokasi yang dipertimbangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pasar dan ekonomi memiliki bobot tertinggi dalam pengambilan keputusan, mengingat pentingnya daya tarik pelanggan dan potensi keuntungan jangka panjang. Dari tiga alternatif lokasi yang dianalisis—Rooftop Baltos, Metro Indah Mall, dan Cibinong City Mall—lokasi dengan skor tertinggi berdasarkan metode AHP direkomendasikan sebagai tempat ekspansi yang optimal bagi The Upperside. Lokasi tersebut memiliki kombinasi terbaik dari segi aksesibilitas, jumlah pengunjung potensial, daya beli masyarakat, serta biaya operasional yang masih dalam batas wajar.

Implikasi praktis dari penelitian ini menegaskan bahwa pemilihan lokasi bisnis tidak hanya bergantung pada faktor biaya sewa, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek pertumbuhan pasar, persaingan, serta daya tarik lingkungan sekitar. Dengan pendekatan berbasis data menggunakan metode AHP, pengambilan keputusan menjadi lebih sistematis dan minim subjektivitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengusaha coffee shop atau bisnis serupa dalam merancang strategi ekspansi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemilihan lokasi, ekspansi bisnis, coffee shop, rooftop cafe, Analytic Hierarchy Process (AHP).