

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era seperti sekarang ini, pertumbuhan ekonomi dan perkembangan wilayah dapat dipengaruhi oleh beberapa aktivitas yang berada didalamnya, salah satunya adalah sector perdagangan. Salah satu indikator tingkat kemajuan dibidang ekonomi dilihat dari frekuensi kegiatan disektor perdagangan. Aktivitas perdagangan selalu membutuhkan ruang dengan sarana dan prasarana yang memadai untuk aktivitas tersebut. Pasar merupakan salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut.

Distribusi merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Setiap perusahaan membutuhkan sistem distribusi yang baik guna memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya. Begitu pula dengan tempat distribusi karena tempat distribusi juga dapat menentukan posisi produk yang sebenarnya. Penentuan tempat distribusi yang tepat dapat memudahkan produk tersebut dijangkau oleh para konsumennya dengan mudah. Selain itu apabila perusahaan dapat menentukan tempat distribusi produknya dengan tepat itu juga dapat menguntungkan bagi perusahaan karena perusahaan tidak perlu mencari cari konsumen sehingga dapat meminimalkan biaya distribusi.

Pasar merupakan tempat bertemunya para penjual dan pembeli. Pasar merupakan tempat orang-orang bertransaksi dalam segala proses perdagangan. Dan pasar adalah tempat yang baik untuk dijadikan tempat distribusi suatu produk termasuk pada produk tahu. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi dan swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar (Kodrat, 2009).

Regulasi pemberdayaan pasar tradisional hendaknya diupayakan dengan memfasilitasi pedagang pasar tradisional agar mendapatkan iklim usaha yang kondusif. Kebijakan yang berpihak mempercepat terjadinya distribusi manfaat yang bersifat "*Positive Sum Game*" dalam sistem kerjasama antara pasar tradisional dan pasar modern. Apabila pasar tradisional dapat dibenahi dengan baik, niscaya produk-produk yang dijual akan memiliki kualitas yang baik dan

tidak ada pertentangan lagi antara pasar tradisional dan pasar modern, keduanya akan berkembang dengan nuansanya serta daya tariknya sendiri-sendiri (Hutomo dan Renny, 2012).

Para pengusaha kecil harus bisa meminimalkan biaya distribusi untuk memberikan keuntungan yang maksimal. Penentuan rute pengiriman yang terpendek merupakan salah satu cara untuk meminimasi biaya distribusi biaya distribusi dari produsen ke pihak konsumen. Penentuan rute terpendek dapat meminimasi jarak tempuh dan untuk menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen dalam keadaan yang masih segar (Utomo *et al*, 2004).

UD. Sumber Makmur merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri tahu. Perusahaan tahu Sumber Makmur terletak di Desa Banyuajuh, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. Produk tahu yang diproduksi oleh perusahaan tahu Sumber Makmur di distribusikan di beberapa kecamatan yang ada di kabupaten Bangkalan dan Sampang. Pada kabupaten Bangkalan, tahu didistribusikan di kecamatan Bangkalan, Banyuates, Tanjung Bumi, Arosbaya, Sukolilo, Tanah Merah, Kwanyar, Modung, Kedungdung, Blega dan Sepuluh. Sedangkan pada Kabupaten Sampang, tahu di distribusikan ke tiga kecamatan yang meliputi kecamatan Omben, Banyuates dan Torjun. Pendistribusian yang tidak menyeluruh ini yang menyebabkan perlu adanya penelitian tentang pemilihan alternatif terbaik saluran distribusi yang ada di perusahaan tahu Sumber Makmur.

Metode ANP (*Analitycal Network Process*) merupakan suatu turunan dan perbaikan dari metode AHP (*Analitycal Hierarchy Process*). Metode *Analitycal Network Process* (ANP) merupakan suatu metode yang mampu menyelesaikan permasalahan dari berbagai pihak yang berbeda dengan mempertimbangkan saling keterkaitan kriteria dan subkriteria yang ada (Vanany, 2003).

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah memilih lokasi pasar terbaik dengan tiga urutan terbesar serapan produk tahu UD. Sumber Makmur.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana alternatif pemilihan lokasi pasar terbaik yang ada pada Industri tahu UD. Sumber Makmur?
2. Bagaimana pemilihan alternatif terbaik lokasi pasar produk tahu dengan menggunakan metode ANP pada perusahaan tahu UD. Sumber Makmur?

1.4 Tujuan

1. Mengetahui alternatif lokasi pasar terbaik pada industri tahu UD. Sumber Makmur.
2. Mendapatkan alternatif terbaik lokasi pasar dengan menggunakan metode ANP pada industri tahu UD. Sumber Makmur.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang lokasi pasar terbaik produk tahu pada industri tahu dengan menggunakan metode ANP (*Analytical Network Process*).

2. Manfaat Praktis

1. Universitas

Memberikan informasi tentang pasar tradisional yang memiliki potensi sebagai tempat distribusi tahu.

2. Perusahaan

Memberikan informasi tentang alternatif terbaik lokasi pasar produk tahu sehingga perusahaan dapat memilih lokasi pasar yang sesuai dengan kondisi UD. Sumber Makmur.