

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam strategi penjualan yaitu suatu tantangan yang sangat penting untuk mengetahui aksesibilitas, aktivitas pendukung dan pangsa pasar. Pengembangan industri sangat mempengaruhi proses penjualan. Salah satunya yaitu penentuan lokasi cabang karena akan menentukan berkembang tidaknya suatu perusahaan. Keputusan yang harus diambil sangat berdampak pada biaya logistik jangka panjang. Dalam suatu keputusan proyek investasi mengandung banyak resiko dan ketidakpastian. Dalam analisa lokasi terdapat beberapa fungsi yang dapat diaplikasikan dalam dunia usaha yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha yang dijalankan. Salah satunya yaitu aspek penentuan lokasi baru

Penentuan lokasi baru harus memperhatikan beberapa aspek diantaranya yaitu daya saing dan penentuan lokasi usaha yang strategis. Strategi memilih usaha yang strategis merupakan hal yang perlu diperhatikan sebelum membuka usaha. Dalam strategi pemasaran adanya pemilihan lokasi usaha yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis penjualan.

Pertimbangan mengenai pemilihan lokasi tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan skala besar, namun perusahaan jasa berskala kecil/mikro juga wajib untuk memilih lokasi usaha yang baik agar usaha bisa bertahan dan terus berjalan. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis yang sama, pemilihan lokasi sangat penting karena akan berdampak pada kemampuan bersaing dan juga keuntungan yang akan diperoleh. Ada beberapa faktor pemilihan lokasi usaha yakni, ketersediaan tenaga kerja, kedekatan dengan *Supplier*, dan fasilitas lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, berbagai faktor penting lainnya perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi diantaranya adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan Nurisusilawati dan Subagyo (2016).

Lumpia dewo merupakan salah satu jajanan khas dari kabupaten Lamongan yang sudah ada sejak tahun 2016 yang terletak di desa Pelang

kecamatan Kembangbahu kabupaten Lamongan. Produk Lumpia Dewo sudah terkenal bukan hanya wilayah kabupaten Lamongan saja namun pemasarannya hingga keluar kota antara lain Malang, Jombang, Bojonegoro, Blora, Mojokerto, dan Surabaya. Usaha jajanan Lumpia Dewo mempunyai karyawan sebanyak 11 orang dan mempunyai 1 kios serta 26 agen pendistribusian. Kapasitas per-hari mampu memproduksi sebanyak ± 25 Kg daging ayam potong. Sajian lumpia dewo mempunyai 8 varian rasa diantaranya yaitu daging ayam bumbu rempah original dan pedas, rendang isi ayam original dan pedas, pizza isi daging original dan pedas dan lumpia isi daging sapi bumbu rempah original dan pedas. Lumpia dewo merupakan lumpia terbesar pertama di Indonesia yang berada di pasaran. Berdasarkan tingkat pemasaran yang meluas hingga ke beberapa kota maka pengusaha ingin mengembangkan usahannya dengan cara membuka lokasi baru di beberapa alternatif lain.

Perkembangan usaha harus dilakukan di beberapa alternatif kota yang mempunyai tingkat penjualan yang tinggi agar dapat mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk. Pemilihan alternatif ini didasari dengan data yang diperoleh dari hasil penjualan satu tahun terakhir dan merupakan wilayah serapan produk yang paling tinggi. Maka dari itu pemilik usaha ingin meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah perluasan jumlah pemasaran produk. Dapat dilihat pada Tabel 4.1 data penjualan lumpia dewo 2019 jumlah permintaan setiap lokasi tinggi maka dari itu dibutuhkan lokasi cabang baru dengan menggunakan metode *Analitical Network Proces* (ANP).

Metode *Analitical Network Proces* (ANP) merupakan metode yang tepat digunakan dalam pemilihan alternatif dan merupakan suatu metode turunan dan perbaikan dari metode *Analitical Hirarchy Process* (AHP). Dengan menggunakan metode ANP dapat memperbaiki kelemahan dari metode AHP dengan kemampuannya yang menjadikan keterkaitan antara kriteria atau alternatif. Komponen dari metode ANP terdiri dari hirarki control, cluster, elemen, hubungan antar elemen dan hubungan antar cluster. Keterkaitan pada metode ANP ada 2 jenis yaitu keterkaitan dalam suatu elemen (*inner dependence*) dan keterkaitan antar elemen yang berbeda (*outer dependence*). sehingga ANP merupakan bentuk khusus dalam AHP (Kusnadi *et al* 2016).

Penentuan kriteria dan subkriteria penelitian ini menggunakan acuan penelitian terdahulu. Atribut kriteria dan subkriteria yang digunakan yaitu

- a. Akseibilitas (ketersediaan sarana transportasi, waktu tempuh, dan kualitas jalan)
- b. Biaya (biaya sewa tanah, biaya operasional dan biaya bahan baku)
- c. Lingkungan (kepadatan penduduk, *social* ekonomi masyarakat dan tingkat kriminalitas)
- d. Infrastruktur (ketersediaan air bersih, ketersediaan listrik dan ketersediaan jaringan telepon)
- e. Potensi pasar (daya saing, daya beli masyarakat dan masa hidup produk) dan
- f. Tenaga kerja (ketersediaan tenaga kerja, UMR Tenaga Kerja dan Kualitas Pendidikan).

Berdasarkan penelitian acuan penelitian oleh Adelia *et al* 2019 yaitu tentang Penerapan Analytical Network Process Dalam Pemilihan Lokasi Cabang Arosah Fashion

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui alternatif lokasi kios baru dengan empat urutan kota terbesar serapan produk Lumpia Dewo.

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana pemilihan alternatif lokasi kios baru produk Lumpia Dewo dengan menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP)?

1.4. Tujuan

Mengetahui alternative lokasi kios baru dengan menggunakan metode ANP pada industri Lumpia Dewo.

1.5. Manfaat

Memberikan informasi tentang alternative terbaik lokasi kios produk lumpia dewo sehingga perusahaan dapat memilih lokasi kios baru yang tepat dan sesuai dengan kondisi usaha Lumpia Dewo. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang lokasi kios produk Lumpia Dewo dengan menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP).