

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kuliner sebagai bagian dari budaya dapat dijadikan identitas suatu kelompok. Bukan hanya budaya, kuliner juga mengalami perkembangan dan kemajuan inovasi-inovasi secara dinamis dari waktu ke waktu. Kuliner merupakan bagian dari sejarah yang mempengaruhi ragam kuliner suatu daerah, contohnya seperti daerah Lamongan yang memiliki beberapa kuliner seperti nasi boran, pecel lele mie ayam dan lain-lain. Makanan mie ayam sangat populer di kalangan masyarakat Lamongan karena harganya yang murah dan rasanya juga enak. Banyak sekali aneka ragam kuliner mie ayam ini seperti mie ayam warna yang terdapat di Desa Sambopinggir, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan. Peminat kuliner mie ayam di Lamongan sangatlah melonjak ditandai oleh semakin banyaknya kedai baru yang ada disekitar jalan utama di Kabupaten Lamongan.

Mie ayam warna banyak disukai karena fisiknya yang unik dan rasanya yang beda dari mie ayam yang lain. Adanya permintaan yang banyak dari pelanggan, maka manajemen dari kedai tersebut memutuskan untuk membuat cabang baru agar dapat mencakup semua pelosok Kabupaten Lamongan dengan menambahkan cabang baru di tempat lain dengan harapan agar semua orang bisa merasakan kuliner ini. Mie ayam warna yang semula bertempat di Desa Sambopinggir, akan memiliki cabang diberbagai daerah. Data penjualan perharinya mencapai 200 porsi, yang terbagi mie ayam warna hijau 30 porsi, mie ayam warna ungu 20 porsi, dan sisanya mie ayam original. Harga mie ayam warna Rp.9000 per porsi dan jika menambah ceker harganya ditambah Rp. 1500, dan jika menambah kepala harganya ditambah Rp.2000. Banyaknya penduduk daerah tersebut sehingga berpotensi dijadikan pemilihan cabang tempat kedai mie ayam warna. Pemilihan tempatnya dari kedai baru mie ayam warna menggunakan metode ANP yaitu (*Analysis Critical Network*), metode ANP mempermudah mencari titik dimana tempat yang cocok untuk pembuatan kedai baru yang dapat diakses oleh pelanggan dan nyaman. Faktor penting dalam strategi penjualan yaitu penentuan tempat.

Salah berkembang tidaknya suatu perusahaan. Keputusan yang harus diambil dan sangat berdampak pada biaya-biaya logistik jangka panjang. Keputusan, proyek investasi mengandung banyak sekali resiko dan ketidakpastian. Dalam menganalisa suatu tempat terdapat beberapa fungsi yang

dapat dipergunakan dalam dunia usaha yang mempengaruhi kelancaran usaha yang dijalankan. Salah satunya yaitu aspek penentuan tempat baru.

Analitical Network Proses (ANP) adalah metode yang sangat tepat dipakai dalam pemilihan alternatif untuk menyelesaikan dan menentukan pemilihan tempat. Suatu metode ini juga bisa di sebut turunan perbaikan dari metode *Analitical Hirarchy Process* (AHP). Kekurangan metode AHP ini model matematis tANPa ada pengujian tidak ada batas kepercayaan, jika ada partisipan yang kuat maka berpengaruh dengan partisipan lainnya, penilaian cenderung subjektif yang dipengaruhi oleh kondisi, jawaban penilaian responden tidak selalu logis (Syafnidiwati 2020). Dengan *Analitical Network Proses* dapat memperbaiki kekurangan dari metode AHP dengan kemampuan tersebut yang menjadikan keterkaitan antara kriteria atau alternatif. Metode ANP sendiri memiliki komponen yang yaitu cluster, elemen, hirarki control, antar cluster dan hubungan antar elemen. Hubungan metode ANP terdapat dua jenis yakni hubungan elemen (*inner dependence*) dan keterkaitan antar elemen yang berbeda (*outer dependence*), sehingga ANP merupakan bentuk khusus dalam AHP maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan metode ANP.

Apabila semakin tepat tempat usaha yang dipilih, maka tingkat penjualan semakin tinggi. Hal ini akan mempengaruhi pada kesuksesan sebuah usaha. Memilih tempat usaha yang jaraknya dekat dengan sasaran pasar merupakan salah satu hal penting dalam menentukan strategi bisnis penjualan.

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

1. Aksesibilitas seperti ketersediaan sarana waktu tempuh, kualitas jalan, dan transportasi,
2. Biaya yang diperlukan seperti biaya operasional, biaya sewa tanah, dan biaya bahan baku.
3. Tenaga kerja seperti ketersediaan tenaga kerja, UMR tenaga kerja dan kualitas pendidikan.
4. Infrastruktur seperti ketersediaan air bersih, ketersediaan listrik dan ketersediaan jaringan telepon.
5. Potensi pasar seperti daya beli masyarakat, daya saing, dan masa hidup produk.

6. Lingkungan misalnya *social* ekonomi kepadatan penduduk, masyarakat dan tingkat kriminalitas.

Cara mendapatkan target yang tepat maka dalam penentuan tempat ini menggunakan metode ANP dikarenakan dalam metode ini memiliki komponen yang terdiri dari cluster, hubungan antar cluster, hirarki control, elemen, dan hubungan antar elemen. Metode ANP ini tergolong metode yang lebih baik dari metode lainnya seperti metode AHP dikarenakan metode ANP adalah *upgread* dari metode AHP.

1.2. Rumusan masalah

Bagaimana cara memilih alternatif tempat cabang baru kedai mie ayam warna yang baru menggunakan metode *Analitical Network Proses*?

1.3. Tujuan

1. Mendapatkan faktor-faktor yang menjadi penentu tempat kedai
2. Mendapat tempat terbaik dalam mendirikan kedai baru berdasarkan ANP

1.4. Manfaat

Memberikan informasi alternatif kedai baru untuk mie ayam warna agar pengusaha mie ayam warna dapat mengetahui dan memilih tempat kedai baru yang tepat dan sesuai dengan kondisi usaha.