

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran restoran yang bermunculan, baik itu restoran biasa maupun restoran fast food. Menu dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional. Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, baik produksi maupun jasa. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dituntut mempunyai strategi yang tepat untuk memenuhi target penjualan. Hal ini dapat memicu perusahaan memperbaiki bisnisnya menjadi lebih maju. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan pesaingnya.

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat dan kebutuhan sarana penunjang kegiatan ekonomi yang semakin meningkat juga, mengakibatkan banyak bermunculan produk-produk sarana transportasi kendaraan bermotor dengan merek, model, desain yang memberikan kualitas bagus tapi harga yang cukup bersaing. Banyak perusahaan modern yang telah sukses karena didorong dengan pemikiran, berwawasan pasar dan perencanaan strategi dalam perusahaan harus mampu melaksanakan beberapa fungsi dasar dari kegiatan pemasaran. Usaha perusahaan untuk dapat memahami konsumen dan pemuasan kebutuhan konsumen seringkali mengalami kesulitan. Dalam memenangkan kesuksesan suatu produk dari perusahaan itu, maka perusahaan harus menemukan cara jitu agar proses pemasarannya dapat berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan dapat dinyatakan sukses.

Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi konsumsi untuk memenuhi biologis semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif dan inovatif. Pemulihan sektor pariwisata dan

ekonomi kreatif semakin menguat pascapandemi meski belum mencapai level prapandemi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan atau naik 508,87% dibandingkan periode sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pun memprediksi kunjungan wisman hingga akhir tahun ini bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan. Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) dalam laporan *Tourism Trends and Policies 2022* menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Namun, hantaman pandemi Covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 56% yaitu menjadi hanya 2,2% dari total ekonomi.

Salah satu alasan utama pertumbuhan ini adalah ekspor industri makanan dan minuman, yang berhasil mencapai nilai USD 48,6 miliar. Usaha mengembangkan pasar di negara-negara berkembang seperti Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA) turut membantu pertumbuhan ini. Industri makanan dan minuman dalam negeri juga berhasil mengekspor ke beberapa negara yang mengalami masalah pasokan, seperti Malaysia, Singapura, dan Jepang. Untuk meningkatkan potensi nilai output dan produktivitas tenaga kerja industri hingga 30% lebih baik, industri makanan dan minuman termasuk dalam prioritas roadmap "Making Indonesia 4.0", di mana industri ini akan mengakselerasi penerapan teknologi industri 4.0. Pada tahun 2023, industri makanan Indonesia menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar, terutama di sektor ekspor.

Di Indonesia, tren wisata kuliner mulai di sebar luaskan melalui sebuah acara televisi yang dibawakan oleh pakar kuliner Bondan Winarno pada tahun 2005, menjadikannya semakin berkembang pesat hingga saat ini. Berbagai daerah di Indonesia berlomba-lomba untuk memajukan sektor kuliner sebagai bagian unggulan dari pariwisata daerah. Menurut data yang dihimpun dari pihak Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kontribusi sektor kuliner terhadap produk domestik regional bruto Indonesia pada tahun 2021 mencapai 209 triliun rupiah, dan kontribusi wisata kuliner terhadap perekonomian berbagai negara di dunia mencapai sekitar 25 persen, menjadikan kuliner sebagai salah satu tumpuan vital bagi pengembangan pariwisata lokal. Usaha kuliner semakin lama semakin banyak dipilih oleh para wirausahawan. Hal ini disebabkan karena usaha kuliner memiliki banyak

kelebihan. Salah satu kelebihan dari usaha kuliner yaitu, makan dan minum adalah kebutuhan primer manusia. Manusia tidak bisa hidup tanpa makan. Melihat dari kenyataan ini memang benar bisnis kuliner menjadi nomor satu pilihan utama orang berbisnis. Selain itu, hal lain yang membuat usaha kuliner semakin menjamur yaitu setiap orang membutuhkan makan dan minum setiap hari. Orang berjualan makanan ada dimana-mana. Maka dari itu, potensi perputaran uang pada bisnis kuliner perharinya sangat besar. Banyaknya tipe konsumen juga memacu peningkatan keberagaman bisnis kuliner.

Kini banyak sekali pengusaha makanan yang bermunculan terutama di kota-kota besar. Seiring dengan banyaknya usaha yang didirikan maka semakin banyak pula persaingan dalam memikat konsumen, salah satu faktornya adalah pemilihan tempat lokasi yang tepat dan strategis. Kadangkala pemilik usaha kurang memperhatikan faktor-faktor penunjang tersebut sehingga cabang usaha makanan yang dibuka tidak seramai usaha makanan lainnya yang telah berdiri sebelumnya. Hal tersebut dapat dilihat di kota Bogor, dimana wisata kuliner sedang menjadi sektor wisata yang sangat naik daun. Pendapatan daerah kota Bogor yang berasal dari sektor wisata kuliner pada tahun 2020 telah melampaui pendapatan dari sektor perhotelan yang sebelumnya menempati posisi teratas, dengan jumlah pendapatan dari sektor wisata kuliner sebesar 65 milyar rupiah, dan dari sektor perhotelan sebesar 51 milyar rupiah. Selain itu, menurut data yang didapat dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, terdapat 63 restoran yang baru berdiri dalam jangka waktu 6 bulan terakhir, atau setara dengan 3 restoran baru setiap pekannya.

Tabel 1. 1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bogor

No	Kecamatan	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bogor		
		2020	2021	2022
1	Bogor Selatan	55	55	105
2	Bogor Timur	129	129	181
3	Bogor Utara	109	109	162
4	Bogor Tengah	187	197	288
5	Bogor Barat	87	87	125
6	Tanah Sareal	88	88	125
	Kota Bogor	655	665	986

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor; dikutip dari Kota Bogor dalam Angka, 2023

Kota Bogor dipilih sebagai kasus dan lokasi studi karena perkembangan usaha jasa kuliner dan sumbangan sektor kuliner paling tinggi pada pendapatan daerah (Bapenda Kota Bogor, 2020). Studi pendahuluan pada tahun 2018

menunjukkan kontradiksi antara pemilikan modal pengusaha dengan daya tarik wisata kuliner, makanan lokal. Usaha kuliner paling banyak adalah restoran, rumah makan dan café (selanjutnya disingkat RRMC) sedangkan makanan lokal lebih banyak di jual oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) (Purnomo, 2021). Pengembangan wisata kuliner dapat menjadi ruang bagi pelaku usaha bermodal kecil karena penambahan makanan lokal sebagai daya tarik wisata kuliner dalam produksi ruang wisata akan menjadi kekuatan pembentuk ruang wisata untuk pelaku usaha bermodal kecil.

Usaha kuliner semakin lama semakin banyak dipilih oleh para wirausahawan. Hal ini disebabkan karena usaha kuliner memiliki banyak kelebihan. Salah satu kelebihan dari usaha kuliner yaitu, makan dan minum adalah kebutuhan primer manusia. Manusia tidak bisa hidup tanpa makan. Melihat dari kenyataan ini memang benar bisnis kuliner menjadi nomor satu pilihan utama orang berbisnis. Selain itu, hal lain yang membuat usaha kuliner semakin menjamur yaitu setiap orang membutuhkan makan dan minum setiap hari. Orang berjualan makanan ada dimana-mana. Maka dari itu, potensi perputaran uang pada bisnis kuliner perharinya sangat besar. Banyaknya tipe konsumen juga memacu peningkatan keberagaman bisnis kuliner. Namun usaha kuliner juga memiliki permasalahan. Permasalahan yang dialami oleh pemilik usaha salah satunya yaitu kesalahan dalam menentukan lokasi usaha cabang baru. Terkadang lokasi baru yang telah ditentukan malah menyebabkan kerugian yang disebabkan berbagai faktor, diantaranya yaitu terlalu banyak pesaing. Jarak dengan supplier yang terlalu jauh, harga sewa lahan terlalu mahal dan lokasi yang sepi. Selama ini, pihak Pengembangan Usaha menentukan lokasi untuk membuka cabang baru usahanya hanya dengan survey lokasi tanpa ada perhitungan pembobotan yang jelas. Maka dari itu masih sering terjadi kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh *human error*.

Pemilihan lokasi usaha yang tepat, akan mampu mengurangi kemungkinan resiko negatif yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan. Biaya-biaya yang dapat dikeluarkan oleh perusahaan juga akan dapat terpengaruhi oleh penentuan lokasi yang tepat. Setiap perusahaan menentukan lokasi usahanya berdasarkan ketentuan tersendiri sesuai dengan bidang usaha yang dijalankannya. Perusahaan manufaktur menerapkan strategi biaya minimal untuk meminimalkan biaya, sedangkan perusahaan jasa lebih memilih lokasi bertujuan dengan meningkatkan keuntungan. Hal ini dikarenakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sehingga mampu meningkatkan daya saing yang lebih efektif.

Pemilihan lokasi yang dilakukan dapat berdampak terhadap biaya-biaya yang kemungkinan muncul di kemudian hari akibat dipilihnya suatu lokasi sebagai tempat berusaha. Pemilihan lokasi harus dilakukan dengan sangat hati-hati serta harus mampu menghindari risiko negatif seminimal mungkin atau dapat juga dikatakan pemilihan lokasi yang memiliki risiko positif yang paling maksimal diantara beberapa pilihan lokasi yang direncanakan.

Setiap perusahaan memiliki pertimbangan dan karakteristik tersendiri dalam penentuan lokasi usaha, banyak faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Sebagian perusahaan lebih memilih lokasi yang berdekatan dengan bahan baku atau supliernya, beberapa perusahaan lain lebih mementingkan ketersediaan tenaga kerja sehingga memilih lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal para pekerjanya. Setiap perusahaan memiliki alasan masing-masing dalam penentuan lokasi usaha, akan tetapi semua memiliki tujuan yang sama yaitu memaksimalkan laba. Alasan utama terjadinya sebuah perbedaan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu adanya kebutuhan perusahaan yang berbeda-beda. Lokasi yang baik merupakan suatu persoalan individual. Sehingga hal ini sering disebut dengan pendekatan situasional dan contingency untuk pembuatan sebuah keputusan secara sederhana. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan sebuah faktor yang harus dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum membuka usaha atau mengembangkan usahanya.

Dengan lokasi yang tepat maka peluang kesuksesan usaha akan semakin besar. Hal ini juga berlaku bagi pengusaha jasa karena usaha jasa diharuskan menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggannya. Usaha dibidang jasa harus mampu lebih mendekatkan diri dengan para pelanggannya sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Beberapa akibat apabila kurang tepatnya dalam penentuan lokasi usaha yaitu rendahnya pendapatan yang memungkinkan terjadinya biaya transportasi yang terlalu tinggi, hilangnya kesempatan dalam bersaing, kurangnya tenaga kerja yang dibutuhkan, serta tidak cukupnya bahan baku yang tersedia di lingkungan perusahaan. Menurut Zimmerer, (2009) Rahasia dari pemilihan lokasi yang ideal terletak pada pengetahuan terhadap faktor-faktor yang berperan penting dalam keberhasilan usaha yang kemudian menentukan lokasi yang paling ideal dibidangnya.

Permasalahan yang terjadi tersebut sebenarnya dapat diminimalisir dengan membuat sebuah sistem pendukung keputusan. Sistem pendukung keputusan sendiri adalah bagian dari sistem informasi berbasis komputer (termasuk sistem berbasis pengetahuan (manajemen pengetahuan) yang dipakai

untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dapat juga dikatakan sebagai sistem komputer yang mengolah data menjadi informasi untuk mengambil keputusan dari masalah semi-terstruktur yang spesifik. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem untuk menentukan lokasi strategis cabang baru bagi para pebisnis usaha kuliner. Dalam membuat keputusan harus benar-benar mempertimbangkan pilihan yang sesuai untuk lokasi pembangunan cabang tersebut. Sehingga dibutuhkan sistem pendukung keputusan yang dapat menentukan lokasi yang tepat dalam membangun cabang baru. Faktor-faktor yang disebutkan di atas maka digunakanlah Metode TOPSIS (Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution) untuk menentukan lokasi penentuan lokasi cabang baru.

Didalam skripsi ini menggunakan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS) sebagai metode pengambilan keputusan. Topsis relatif mudah dimengerti dan digunakan. Literatur tentang pemilihan lokasi pengembangan usaha banyak yang menggunakan metode ini. Topsis menggunakan prinsip bahwa alternatif yang dipilih harus memiliki jarak terdekat dari solusi ideal positif dan terjauh dari solusi ideal negatif dari sudut pandang geometrik untuk menentukan kedekatan relatif dari suatu alternatif dengan solusi optimal (Marbun, M., & Sinaga, B, 2018).

Penelitian sebelumnya juga menjadi referensi untuk penelitian ini yang berjudul "SISTEM REKOMENDASI PENENTUAN TITIK USAHA KAFE MENGGUNAKAN DATA SPASIAL DAN ALGORITMA TOPSIS" oleh (Irfan dkk., 2023). Pada penelitian ini studi kasusnya adalah penentuan titik usaha kafe. Hasil dari penelitian ini menghasilkan daftar rekomendasi lokasi terbaik untuk membuka usaha kafe. Sistem rekomendasi ini dapat membantu pengusaha kafe dalam mengambil keputusan yang lebih terinformasi dan meminimalkan risiko yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha. Dalam proses evaluasi rekomendasi penentuan titik usaha kafe, dilakukan analisis berdasarkan 4 (empat) kriteria yaitu jumlah pemukiman, kepadatan pemukiman, jumlah perkantoran dan jumlah kafe. Hasil akhir dari perhitungan menggunakan metode TOPSIS adalah nilai yang merupakan hasil akhir dari seluruh data yang telah diurutkan, dan nilai tertinggi dianggap sebagai rekomendasi terbaik untuk penentuan titik usaha kafe. Hasil penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi penentuan titik usaha kafe yang mudah digunakan dan dapat diterapkan untuk memberikan rekomendasi berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

Pada penelitian ini akan di gunakan metode TOPSIS. Metode TOPSIS (*Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution*) ini adalah teknik yang tidak hanya mendapatkan data dengan jarak terpendek tapi juga mendapatkan data dari jarak terpanjang, dalam hal ini berarti data positif ideal tapi mendapatkan data negatif ideal dari setiap jarak yang ditemukan pada data (Warmansyah, 2020, p.81).

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada kasus permasalahannya serta variable yang akan menjadi pembeda. Penelitian sebelumnya mengangkat permasalahan yang terjadi pada penentuan titik usaha café sedangkan penelitian ini berfokus kepada penentuan lokasi cabang pada UMKM Kuliner. Penelitian ini menjangkau penentuan lokasi cabang usaha dengan membuka lokasi cabang yang bukan hanya menentukan titik lokasi usaha, tetapi juga dengan membuka cabang usaha baru. Secara singkat, membuka usaha berarti memulai dari awal dan membangun semuanya dari nol, sedangkan membuka lokasi cabang usaha berarti memperluas bisnis yang sudah ada dengan membuka lokasi baru.

Penelitian ini terkait permasalahannya berfokus pada 7 kriteria yang didasari dengan pemilihan lokasi usaha. Menurut Tjiptono (2000) faktor dalam pemilihan lokasi usaha didasari yaitu dekat dengan pasar, dekat dengan pemukiman, ketersediaan air, luas bangunan, lahan parkir, MCK, harga sewa dan transportasi umum. Adanya keterbatasan teori, kerangka pemikiran atau kerangka konseptual dari penelitian sebelumnya yang menyebabkan peneliti menemukan adanya *theoretical gap* yang jelas dalam penelitian sebelumnya yang mengangkat fenomena permasalahan ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“PENERAPAN METODE *TECHNIQUE FOR ORDER PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION* (TOPSIS) UNTUK REKOMENDASI PENENTUAN LOKASI CABANG PADA UMKM KULINER”**.

Diharapkan dari latar belakang masalah ini dapat mengeluarkan output atau hasil yang akan mendukung pengusaha dalam menentukan lokasi penentuan lokasi cabang pada UMKM kuliner. Tujuannya tidak lain adalah agar perusahaan dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang sukses. Dengan mengatasi permasalahan ini secara proaktif dan berbasis data, perusahaan dapat menempatkan cabang-cabang mereka di lokasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan operasional tetapi juga mendukung pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan usaha.

B. Permasalahan

Kini banyak sekali pengusaha makanan yang bermunculan terutama di kota-kota besar. Seiring dengan banyaknya usaha yang didirikan maka semakin banyak pula persaingan dalam memikat konsumen, salah satu faktornya adalah pemilihan tempat lokasi yang tepat dan efektif. Lokasi usaha merupakan salah satu faktor krusial yang menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Pemilihan lokasi yang strategis tidak hanya memengaruhi jumlah pelanggan yang datang, tetapi juga efisiensi operasional dan daya saing usaha di pasar. Kadangkala pemilik usaha kurang memperhatikan faktor-faktor penunjang tersebut sehingga cabang usaha makanan yang dibuka tidak seramai usaha makanan lainnya yang telah berdiri sebelumnya. Terkadang lokasi baru yang telah ditentukan malah menyebabkan kerugian yang disebabkan berbagai faktor, diantaranya yaitu terlalu banyak pesaing, jarak dengan supplier yang terlalu jauh, harga sewa lahan terlalu mahal dan lokasi yang sepi. Selama ini, pihak pemilik usaha menentukan lokasi untuk membuka cabang baru usahanya hanya dengan berdasarkan pengalaman, intuitif, survey lokasi, tanpa ada perhitungan pembobotan yang jelas. Maka dari itu masih sering terjadi kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh *human error*. Kesalahan dalam menentukan lokasi akan berakibat fatal bagi suatu usaha. Menentukan lokasi tempat usaha yang strategis akan mempengaruhi kesuksesan dari bisnis yang akan dilaksanakan. Dalam usaha untuk meminimalkan biaya, maka suatu usaha akan berusaha untuk memilih lokasi usaha yang tepat dan efektif.

Permasalahan utama dalam menentukan lokasi cabang usaha sering kali terletak pada pendekatan yang digunakan oleh pemilik usaha. Banyak pemilik usaha cenderung mengandalkan pengalaman pribadi atau perkiraan subjektif dalam memilih lokasi, tanpa didukung oleh analisis yang komprehensif dan berbasis data. Pendekatan ini berisiko menghasilkan keputusan yang kurang optimal, karena tidak mempertimbangkan faktor-faktor strategis seperti potensi pasar, aksesibilitas, persaingan, serta biaya operasional. Akibatnya, pemilihan lokasi dapat berdampak negatif pada keberhasilan cabang baru, seperti rendahnya jumlah pelanggan, tingginya biaya operasional, atau kurangnya visibilitas di pasar.

Berdasarkan tabel 1.2, telah didapati beberapa sample data lokasi cabang UMKM Nasi Goreng di Kota Bogor yang masih belum tepat dan efektif sesuai dapat dilihat pada tabel 1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha.

Tabel 1. 2 Analisis data pada UMKM Nasi goreng

No	Nama UMKM	Lokasi	Faktor	Keterangan
1.	Nasi Goreng Gila Cab. Yasmin (Cabang kedua)	RT.01/RW.03, Cibuluh, Bogor Utara, Kota Bogor	Jarak lokasi ke pasar	1,5 km dari pasar ciluer
			Lokasi berada di pusat pemukiman	Ya
			Akses menuju lokasi usaha	Jalan Nasional
			Aksesibilitas	Ada
			Luas bangunan	Sempit (tidak bisa perluasan bangunan karna sistem sewa)
			Lahan parkir	luas
			Ketersediaan MCK	Tidak tersedia
			Harga Sewa Bangunan	4.200.000/bulan
			Air Bersih	Ada
2	Nasi goreng kencana 1 (Cabang Pertama)	Jl. Setu Asem Raya Jl. Kp. Kencana, RT.03/RW.02, Kencana, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor	Jarak lokasi ke pasar	650 m dari Pasar Bogor
			Lokasi berada di pusat pemukiman	Ya
			Akses menuju lokasi usaha	Jalan Kota
			Aksesibilitas	Ada
			Luas bangunan	Bangunan kurang luas
			Lahan parkir	sempit
			Ketersediaan MCK	Tersedia
			Harga Sewa Bangunan	3.800.000/bulan
			Air Bersih	Ada
3	Nasi goreng pete Guan Tjo (Cabang Kedua)	Suryakencana St No.193, Babakan Pasar, Bogor Tengah, Bogor Kota	Jarak lokasi ke pasar	Ya
			Lokasi berada di pusat pemukiman	Ya
			Akses menuju lokasi usaha	Jalan Kota
			Aksesibilitas	Ada
			Luas bangunan	Bangunan kurang luas
			Lahan parkir	luas
			Ketersediaan MCK	Tidak tersedia
			Harga Sewa Bangunan	5.000.000/bulan
			Air Bersih	Ada

Dalam Penelitian ini telah dilakukan pengamatan kepada UMKM Nasi Goreng di Kota Bogor. Data pertama yaitu pada lokasi usaha Nasi Goreng Cab. Yasmin berada di RT.01/RW.03, Cibuluh, Bogor Utara, Kota Bogor. Lokasi yang telah dipilih memiliki visibilitas yang kurang jelas sehingga konsumen tidak mengetahui di jalan tersebut terdapat cabang usaha UMKM Nasi Goreng Gila cab. Yasmin ini. Lokasi yang kurang visibilitas akan susah terlihat oleh konsumen. Lokasi yang terletak di lokasi dengan banyak pesaing dan berada di lajur kecepatan cukup tinggi membuat konsumen sulit untuk memperhatikan. Selain itu, UMKM Nasi Goreng Gila Cab. Yasmin yang dimana cabang pertama di Kabupaten Bogor, mengalami penutupan usaha.

Data kedua yaitu, nasi goreng kencana 1 yang berada di Jl. Setu Asem Raya Jl. Kp. Kencana, RT.03/RW.02, Kencana, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, memiliki lahan parkir yang sempit serta bangunan kurang luas. Tidak tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari menjadi faktor penting dalam penentuan lokasi usaha.

Data ketiga diambil dari UMKM Nasi goreng pete Guan Tjo yang berada di Suryakencana St No.193, Babakan Pasar, Bogor Tengah, Bogor Kota. Dari hasil survey, bahwa UMKM Nasi goreng pete Guan Tjo ini memiliki bangunan yang sempit, tidak tersedianya MCK dan tidak memiliki lahan parkir sendiri karna lokasi usaha berada di pinggir jalan.

Berawal dari itu, penelitian akan membuat sistem pendukung keputusan rekomendasi penentuan lokasi untuk membuka cabang pada UMKM Nasi Goreng di Kota Bogor ini. Sistem pendukung keputusan adalah untuk mengumpulkan data, menganalisa dan membentuk data yang dikoleksi, dan mengambil keputusan yang benar atau membangun strategi dari analisis, tidak pengaruh terhadap komputer, basis data atau manusia penggunaannya. Dengan adanya sistem ini proses hasil output tersebut akan menampilkan informasi berupa rekomendasi-rekomendasi lokasi-lokasi untuk membuka cabang usaha rumah makan yang tepat dan efektif.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah diatas dapat diidentifikasi bahwa masalah saat ini dalam penentuan lokasi cabang usaha adalah:

- (a) Belum tepat dalam menentukan cabang usaha UMKM Kuliner
- (b) Belum efektif dalam menentukan cabang usaha UMKM Kuliner

2. Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah yang dapat dari permasalahan di atas adalah:

(a) Pernyataan Masalah (*Problem Statement*)

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas yang saat ini dapat ditetapkan bahwa masalah tersebut lebih kepada menentukan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner yang dinilai selama ini belum tepat dan efektif.

(b) Pertanyaan Penelitian (*Research Question*)

Dari pokok masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan terkait penelitian tersebut, antara lain:

- (1) Bagaimana penerapan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS) dapat membantu dalam pengambilan keputusan penentuan lokasi cabang usaha UMKM kuliner?
- (2) Bagaimana tingkat kesesuaian hasil sistem pendukung keputusan dalam menentukan kelayakan lokasi cabang UMKM kuliner dibandingkan dengan kondisi sebenarnya?
- (3) Bagaimana penerapan metode TOPSIS pada penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner secara akurat?
- (4) Seberapa tingkat efektivitas penerapan metode TOPSIS untuk penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner?

C. Maksud dan Tujuan

1. Maksud

Maksud dari penelitian ini adalah Menerapkan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS) untuk rekomendasi penentuan lokasi cabang usaha UMKM kuliner.

2. Tujuan Penelitian

Sementara tujuan yang hendak dicapai dari penelitian dan pengembangan ini, adalah:

- (a) Mendapatkan hasil lokasi cabang usaha pada UMKM Kuliner yang tepat.
- (b) Mendapatkan hasil lokasi cabang usaha pada UMKM Kuliner yang efektif.
- (c) Mengembangkan prototype aplikasi penentuan lokasi cabang usaha pada UMKM Kuliner.
- (d) Untuk mengukur tingkat ketepatan serta efektivitas penerapan metode TOPSIS untuk penentuan lokasi cabang usaha pada UMKM Kuliner.

D. Spesifikasi Hasil

Melalui penelitian ini, diciptakan sebuah prototype untuk merekomendasikan lokasi cabang pada UMKM Kuliner. Prototipe ini akan dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP sebagai alat konstruksi aplikasi dan MySQL sebagai database atau penyimpanan data. Prototype ini berbentuk aplikasi website yang dapat diakses melalui perambanan pada handphone dan komputer. Prototype ini menggambarkan kemampuan untuk menyisipkan (insert), memproses, dan menampilkan data perhitungan menggunakan metode TOPSIS. prototype ini memungkinkan pengguna online dapat bijak memilih lokasi cabang usaha yang tepat berdasarkan kriteria yang ada, sehingga prototype yang dibuat dalam penelitian ini akan menampilkan output berupa peringkat lokasi cabang mana yang tepat bagi pengguna online.

E. Signifikansi Penelitian & Pengembangan

Signifikansi penelitian dan Pengembangan adalah dalam rangka mengembangkan penerapan teknik komputasi pemodelan TOPSIS untuk penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner. Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain:

(a) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan mengenai penerapan metode TOPSIS dalam penentuan cabang pada UMKM Kuliner.

(b) Manfaat praktis

Penelitian ini dapat memudahkan tim Pengembangan Usaha dalam penentuan lokasi cabang pada UMKM Kuliner.

(c) Manfaat kebijakan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dalam penentuan lokasi cabang pada UMKM Kuliner.

F. Asumsi dan Keterbatasan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa asumsi baik dari sistem yang dikembangkan maupun metode yang digunakan, asumsi dalam penelitian ini adalah:

- (a) Penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner yang dikembangkan terbatas yaitu hanya 7 kriteria menggunakan penilaian pembobotan yang disepakati agar mengeluarkan output nilai yang sangat sesuai, maka hasil penilaian itu yang akan digunakan untuk penentuan lokasi lokasi cabang usaha UMKM Kuliner.

- (b) Dengan menggunakan metode Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS) dalam penelitian ini untuk penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner di duga akan lebih efektif dan dapat menyelesaikan permasalahan dalam penentuan lokasi lokasi cabang. Dengan asumsi Pengembangan Usaha dapat menentukan lokasi prioritas mana saja yang akan dipilih untuk penentuan lokasi cabang usaha UMKM Kuliner.

Dalam Penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan baik dari sisi sistem yang dikembangkan maupun metode yang digunakan. Adapun keterbatasannya adalah:

- (a) Data yang digunakan dalam penelitian memiliki cakupan yang luas, namun kurang spesifik dalam menggambarkan karakteristik lokasi tertentu, sehingga dapat memengaruhi ketepatan hasil rekomendasi.
- (b) Penelitian ini belum mempertimbangkan variabel tambahan, seperti tren sosial, preferensi pelanggan, atau dampak lingkungan, yang dapat meningkatkan relevansi hasil dalam konteks bisnis yang lebih kompleks.
- (c) Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penggunaan metode yang hanya mengandalkan metode TOPSIS sebagai pendekatan utama. Pendekatan ini belum mengintegrasikan metode lain yang mungkin memberikan hasil analisis yang lebih holistik atau mengakomodasi variabel yang lebih kompleks. Oleh karena itu, hasil rekomendasi masih terbatas pada keandalan metode TOPSIS dalam pengolahan data multi-kriteria tanpa mempertimbangkan keunggulan kombinasi metode lain.

G. Definisi Istilah dan Definisi Operasional

Definisi istilah dan definisi operasional, pasti digunakan di dalam suatu penelitian, istilah–istilah sering digunakan dalam penelitian, begitu juga dengan definisi operasional, agar istilah dan definisi operasional tersebut tidak salah diartikan, maka akan dijelaskan secara jelas dan tegas, berikut adalah pengertian istilah dan definisi operasional yang dimunculkan dalam penelitian ini:

- (a) UMKM Kuliner ialah ini mengacu pada makanan yang memiliki citra rasa gurih, yaitu nasi goreng. Diantara banyaknya pilihan kuliner, nasi goreng menjadi salah satu menu yang sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berfokus pada nasi goreng memiliki potensi besar karena makanan ini mudah diterima oleh lidah masyarakat dan fleksibel dalam variasi rasa serta bahan.

- (b) Cabang usaha ialah unit operasional dari suatu bisnis yang beroperasi di lokasi berbeda dari kantor pusat/usaha pertama. Cabang ini biasanya didirikan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, atau memberikan layanan lebih dekat kepada konsumen di wilayah lain.
- (c) Aksesibilitas dalam kriteria penentuan lokasi usaha merujuk pada ketersediaan sarana transportasi publik, seperti bus, kereta, angkutan kota, atau MRT, di sekitar area tempat usaha akan didirikan.
- (d) Ketersediaan MCK ialah yang memadai dan bersih sangat diperlukan untuk kenyamanan pelanggan dan karyawan. Keberadaannya juga dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan kebersihan tempat usaha.
- (e) Lahan parkir dalam kriteria penentuan lokasi usaha merujuk pada area yang tersedia bagi pelanggan untuk memarkir kendaraan mereka saat mengunjungi tempat usaha.