

SKRIPSI

Penggunaan Analisis SWOT dan AHP Untuk Menentukan Strategi

Pemasaran Perusahaan

(Studi Kasus : WL Alumunium)



Disusun Oleh:

Isti Zumroh 09660018

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI (S1)

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2014

Penggunaan Anilisis SWOT dan Analisis AHP Untuk Menentukan Strategi

Pemasaran Perusahaan

Isti Zumroh

ABSTRAK

WL Alumunium adalah salah satu IKM yang bergerak di bidang industri manufaktur yang memproduksi peralatan rumah tangga yaitu wajan, panci, soblok, ketel, citel, dan sejenis lainnya yang terbuat dari alumunium. Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan pemilihan strategi yang tepat untuk diterapkan di WL Alumunium. Pemilihan strategi ini menggunakan analisis SWOT dan AHP. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. sedangkan AHP adalah sebuah teknik pengambilan keputusan multikriteria, dimana faktor kuantitatif dan faktor kualitatif dikombinasikan, sehingga dapat dilakukan pengurutan prioritas, kedudukan, dan evaluasi terhadap alternatif-alternatif (Saaty, 1994). Berdasarkan hasil matriks Internal-Eksternal pada analisis SWOT, WL Alumunium menempati posisi pada sel 5, maka dapat dikelola dengan strategi jaga dan pertahankan, strategi umum yang digunakan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Berdasarkan AHP WL Alumunium mendapat alternatif strategi "C" yaitu menjaga kepercayaan dengan para konsumen memperoleh nilai akhir paling besar dan menempati peringkat ke-1 dengan nilai sebesar 0,185.

Kata kunci : *WL Alumunium, IKM, SWOT, AHP.*



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/D.ST/PP.01.1/335/2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Penggunaan Analisis SWOT dan AHP untuk Menentukan Strategi Pengembangan Perusahaan (Studi Kasus : WL Alumunium)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Isti Zumroh
NIM : 09660018
Telah dimunaqasyahkan pada : 5 Januari 2015
Nilai Munaqasyah : A / B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Ira Setyaningsih, M.Sc
NIP.19790326 200604 2 002

Penguji I

Siti Husna AINU Syukri, M.T
NIP.19761127 200604 2 001

Penguji II

Taufiq Aji, M.T
NIP.19800715 200604 1 002

Yogyakarta, 29 Januari 2015

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Sains dan Teknologi

Pt. Dekan



Khamidinal, M.Si

NIP. 19691104 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isti Zumroh
NIM : 09660018
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Sains Dan Teknologi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika ternyata dikemudian hari terbukti plagiasi maka kami bersedia untuk ditinjau kembali hak kesarjanaannya.

Yogyakarta, 24 November 2014

Yang menyatakan



Isti Zumroh
NIP. 09660018



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Surat Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Isti Zumroh

NIM : 09660018

Judul Skripsi : Penggunaan Analisis SWOT dan Analisis AHP Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus : WL Alumunium)

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 25 November 2014

Pembimbing

Ira Setyaningsih, S.T, M.Sc

NIP. 19790326 200604 2 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

YA RABB...

Terimakasih atas segala nikmat dan rahmat-Mu yang besar ini, hari ini hamba sangat bahagia. Sebuah perjalanan panjang dan gelap telah kau berikan secercah cahaya terang meskipun hari esok penuh teka-teki dan tanda tanya yang aku sendiri belum tahu pasti jawabannya. Di tengah malam aku bersujud, aku meminta kepada-Mu di saat aku kehilangan arah, dan aku senantiasa memohon petunjuk-Mu. Aku sering tersandung, terjatuh, terluka, dan terkadang harus aku telan keringat, namun aku tak pernah takut, aku tak akan pernah menyerah karena aku tak mau kalah. Aku akan terus melangkah berusaha dan berdo'a tanpa mengenal putusasa.

Syukur Alhamdulillah...

Kini aku tersenyum dalam iradat-Mu. Kini baru aku mengerti arti kesabaran dalam penantian. Sungguh tak kusangka Ya Rabb, Engkau menyimpan sejuta makna dan rahasia, sungguh berarti hikmah yang Engkau beri.

IBUNDA TERSAYANG...

Kau kirim aku kekuatan lewat untaian kata dan iringan do'a. Tak ada keluh kesah di wajahmu dalam mengantarkan anakmu kegerbang masa depan yang cerah tuk raih segenggam harapan dan impian menjadi kenyataan Bunda, kau besarkan aku dalam dekapan hangatmu. Cintamu hiasi jiwaku dan restumu temani kehidupanku.

AYAHANDA TERCINTA...

Kau begitu kuat dan tegar dalam hadapi hidup ini. Kau jadikan setiap tetes keringatmu sebagai semangat meraih cita-cita. Hari-harimu penuh tantangan dan pengorbanan. Tak kau hiraukan terik matahari membakar kulitmu. Tak kau pedulikan hujan deras mengguyur tabuhmu.

IBUNDA DAN AYAHANDA...

Ini adalah kata-kata yang mewakili seluruh rasa. Sungguh aku tak mampu menggantikan kasihmu dengan apapun. Tiada yang dapat kubagikan yang setara dengan pengorbananmu padaku. Kasih sayangmu tak pernah bertepi dan cintamu tak pernah berujung. Kini, sambutlah aku anakmu di depan pintu tempat dimana dulu anakmu mencium tanganmu dan terimalah keberhasilan berwujud gelar persembahanku sebagai bukti cinta dan tanda baktiku kepadamu...

Dengan ridho Allah SWT, Kupersembahkan Karya kecilku ini kepada:

- ❖ Bapak dan Ibu, terimakasih atas Do'a, semangat, motivasi, kasih sayang yang tiada pernah putus.
- ❖ Mbakku, terima kasih atas Do'a, semangat, tawa & canda yang selalu menguatkan. .
 - ❖ Seluruh keluarga besarku, terima kasih atas dukungannya.
 - ❖ Untuk keluarga kecilku walaupun baru dua orang, terima kasih dukungannya.
- ❖ Untuk suamiku, mas Fata terima kasih telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan sabar.
- ❖ Semua sahabat-sahabatku, Arifin, Sukri, Anisa, Adhis, Tono, Aris, Bagus, Dini, Ifi, Lilis, Trisna, Azi, Pak Ali, Pak Antok, Ivan, Apoem, Dewi, Lukman, Hoho, terima kasih atas bantuan dan semangatnya.
- ❖ Keluarga besar Pondok Pesantren Nurul Ummah, terima kasih atas doa dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis memperoleh kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi dengan judul *Penggunaan Anilisis SWOT dan Analisis AHP Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Perusahaan (Studi Kasus: WL Alumunium)*, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Allah S.W.T atas semua berkah, rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya yang diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tua tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan moril maupun materiil.
3. Bapak Ir. Arya Wirabhuna, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Prof. Drs. Akh. Minhaji, M.A.,Ph.D

5. Ibu Ira Setyaningsih, M.Sc. selaku pembimbing I yang selalu memberikan ide, motivasi, nasehat, dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
6. Seluruh dosen Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak Yudhi, Bapak Sonny, Bapak Edi selaku manajer- manajer yang ada di WL Alumunium.
8. Seluruh teman-teman Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terutama angkatan 2009 yang telah banyak memberikan semangat.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih kurang sempurna dan juga terbatas, namun penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 November 2014

Penyusun,



Isti Zumroh

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	vi
Intisari	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah	3
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4.Batasan Masalah.....	4
1.5.Manfaat Penelitian	4
1.6.Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
2.2.2. Strategi Pemasaran	18

2.2.3. Lingkungan Pemasaran	20
2.2.4. Analisa Pesaing	23
2.2.5. Proses Analisis	26
2.2.6. Kerangka Analisis	27
2.2.7. Cara Membuat Analisis SWOT	28
2.2.8. Pengambilan Keputusan.....	30
2.2.9. Pengertian AHP.....	31
2.2.10. Prinsip-prinsip AHP	34
2.2.11. Langkah-langkah Dasar AHP	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	40
3.2. Data yang Diperlukan	41
3.3.1. Data Primer.....	41
3.3.2. Data Sekunder.....	41
3.3. Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1. Wawancara	41
3.4.2. Observasi	41
3.4.3. Studi Pustaka	42
3.4. Metode Analisis Data.....	42
3.5. Kerangka Pemecahan Masalah	43
3.6. Diagram Alir Penelitian	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data	47
----------------------------	----

4.1.1. Sejarah WL Alumunium.....	47
4.1.2. Alat Produksi dan Teknologi.....	49
4.1.3. Tata Letak Pabrik.....	50
4.1.4. Proses Produksi.....	51
4.1.5. Konsumen.....	54
4.1.6. Pesaing.....	55
4.1.7. Identifikasi SWOT.....	55
4.1.8. Matrik SWOT.....	61
4.1.9. Analisis SWOT.....	63
4.1.10. Pengolahan dengan AHP.....	67
4.1.11. Perhitungan AHP.....	70
4.1.12. Pembahasan.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kekuatan Pesaing dalam Industri	25
Gambar 2.2 Analisis SWOT	28
Gambar 3.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	40
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian	46
Gambar 4.1. Layout WL Alumunium.....	50
Gambar 4.2 Diagram Alir Proses Produksi.....	51
Gambar 4.3. Hirarki model Strategi pemasaran WL Alumunium	69

DAFTAR TABEL

Tabel2.1. Posisi Penelitian	7
Tabel2.2. Proses Analisis Strategi.....	24
Tabel2.3. Skala dalam Perbandingan Berpasangan	36
Tabel2.4. Random Index Untuk Beberapa Orde Matrik	37
Tabel4.1. Alat Produksi.....	49
Tabel4.1. Matrik SWOT WL Alumunium.....	61
Tabel4.2. IFAS WL Alumunium	63
Tabel4.3. EFAS WL Alumunium	64
Tabel4.4. Matrik IE WL Alumunium	65
Tabel4.5. Matrik perbandingan Berpasangan Antar Kriteria.....	70
Tabel4.7.Nilai Akhir	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin meningkat dengan ketat, barang dan jasa yang ada di pasaran bisa memiliki keseragaman antara produk yang satu dengan produk yang lain. Hal ini dapat terjadi karena suatu produk yang sukses di pasar akan segera diikuti oleh para pesaing dengan menghasilkan produk yang sejenis dengan produk tersebut. Sehingga perlu adanya peningkatan didalam strategi pemasaran perusahaan agar tetap eksis di pasaran.

Banyaknya keseragaman pada produk-produk yang terdapat dipasar, membuat para konsumen dihadapkan pada banyak pilihan terhadap produk yang diinginkan. Informasi yang konsumen dapatkan tentang penjelasan produk dalam kemasan tersebut tidak begitu membantu konsumen dalam menentukan keputusan dalam pembelian produk. Dan konsumen cenderung lebih memilih produk yang lain. Produk yang memiliki perbedaan akan lebih menarik perhatian konsumen dan dapat membantu konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk dibandingkan dengan produk yang banyak beredar dipasaran untuk fungsi yang sama. Perbedaan produk yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan harus disertai dengan kualitas produk yang baik, karena produk yang berbeda dipasaran apabila tidak dibarengi dengan kualitas yang baik maka tidak akan dinikmati oleh konsumen.

Permasalahan manajemen dalam perusahaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Pemasaran adalah

suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengarahkan usahanya guna memuaskan konsumen dengan memperoleh keuntungan. Dan ini merupakan pemikiran baru dalam bisnis dan menggantikan cara berfikir yang mengarah pada produk.

Konsep pemasaran merupakan strategi perusahaan yang berorientasi pada pasar. Dan berusaha menghasilkan apa yang diinginkan konsumen, perusahaan juga harus ingat pelayanan terhadap konsumen harus diperhatikan.

WL Aluminium merupakan salah satu industri kecil menengah yang bergerak dalam bidang manufaktur yang memproduksi alat-alat rumah tangga, diantaranya adalah ketel, panci, soblok, wajan dan citel. Dalam proses pembuatan produksinya perusahaan menggunakan bahan baku aluminium. WL Alumunium memproduksi sekitar 100 sampai 300 buah produk yang berbeda-beda. Perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu mengutamakan kualitas yang baik, berusaha menjadi perusahaan yang terkemuka dibidangnya. Penguasaan dalam pembuatan produk terus dipacu demi pertumbuhan dan pengembangan usahanya. Perusahaan juga selalu memberikan kepuasan kepada semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan.

WL Alumunium adalah sebuah IKM yang di pasarkan di sekitar Jawa, Sumatra, dan Kalimantan. WL Alumunium belum memiliki strategi pemasaran yang tepat sehingga menyebabkan tingkat penjualan yang belum maksimal. Dengan adanya persaingan di industri dengan perusahaan lain, maka menuntut pihak perusahaan untuk dapat menentukan serta merencanakan strategi pemasaran yang baik bagi perusahaan.

Perusahaan juga harus dapat menyusun strategi-strategi pemasaran sebaik mungkin dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, disamping itu perusahaan harus dapat juga mengantisipasi gerakan pesaing dan ancaman.

Penetapan strategi pemasaran akan berpengaruh terhadap naik turunnya hasil penjualan perusahaan. Untuk dapat mencapai apa yang diinginkan oleh pihak perusahaan, perlu diperhatikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Mengingat kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam kelangsungan kegiatan usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk menentukan strategi pemasaran perusahaan berdasarkan analisis SWOT?
2. Strategi apakah yang paling tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada WL Aluminium berdasarkan AHP?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk menentukan strategi pemasaran perusahaan berdasarkan analisis SWOT.
2. Mengetahui strategi apakah yang paling tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada WL Aluminium berdasarkan AHP.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar lingkup permasalahan ini tidak terlalu luas dan agar dapat dianalisa dengan baik, maka batasan masalah :

1. Penelitian hanya dilakukan pada strategi pemasaran.
2. Analisis SWOT meliputi analisis internal yaitu: meliputi kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan. Sedangkan analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan.
3. Untuk penyebaran kuisioner ditujukan kepada manajer pengembangan dan R&D, manajer SDM dan pemasaran, manajer operasional dan administrasi.
4. Data yang diambil pada penelitian ini adalah data penjualan tahun 2013

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, agar dapat diterapkan didalam perusahaan, dengan cara :

1. Perusahaan dapat menerapkan hasil penelitian ini dengan memasukkan kedalam program-program kerja yang sudah disusun oleh perusahaan.
2. Perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran perusahaan melalui pengambilan keputusan dalam perusahaan.

3. Meningkatkan pangsa pasar sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan sehingga dapat menguntungkan lebih besar lagi dari sebelumnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penelitian yang akan dilakukan kali ini, rancangan sistematika penulisan secara keseluruhan dibedakan menjadi 5 bab. Kelima bab tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah atau pokok permasalahan yang ada di lapangan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup segala hal yang dapat dijadikan sebagai dasar bagi pengambilan tema penelitian, penentuan langkah pelaksanaan, dan metode penganalisaan yang diambil dari beberapa pustaka yang ada yang memiliki tema sesuai dengan tema penelitian ini. Di dalam bab ini juga dicantumkan beberapa penelitian serupa untuk melihat perbandingan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah ada sebelumnya. Selain itu bab ini juga berisi tentang semua hal yang mencakup pemasaran, analisis SWOT, AHP dan hal-hal yang menjadi dasar dalam menganalisis dan membahas persoalan-persoalan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang objek penelitian, data yang diperlukan, metode pengumpulan data, analisis data, kerangka pemecahan masalah, dan diagram alir penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan berbagai data yang sudah diperoleh selama observasi lapangan dan rangkaian pembahasan untuk menjawab tujuan penelitian. Penyajian data yang disajikan mudah

dibaca dan sangat aplikatif terhadap metode analisa yang digunakan. Hasil analisis ini nantinya dijelaskan secara detail dan terperinci untuk memudahkan dalam penarikan kesimpulan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan yang diperoleh dari analisis pemecahan masalah serta hasil pengumpulan data, serta saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data dan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil matriks Internal-Eksternal pada analisis SWOT, WL Alumunium menempati posisi pada sel 5, maka dapat dikelola dengan strategi jaga dan pertahankan, strategi umum yang digunakan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar atau pertumbuhan terkonsentrasi dapat dilakukan dengan :
 - a. Menambah tingkat penggunaan pelanggan lama, melalui : jumlah pembelian dan memberi insentif harga untuk penggunaan lebih banyak.
 - b. Memikat pelanggan pesaing, melalui : mempertajam diferensiasi merk, meningkatkan usaha promosi, dan menyesuaikan harga dengan kualitas.
 - c. Memikat bukan pengguna untuk membeli produk, melalui : merangsang keinginan mencoba melalui produk contoh, insentif harga, menyesuaikan antara harga dan kualitas, dan mengiklankan pengguna baru.
2. Strategi untuk meningkatkan volume penjualan pada WL Alumunium berdasarkan AHP adalah terdapat pada alternatif strategi "C" dengan

nilai akhir paling besar dan menempati peringkat ke-1 dengan nilai sebesar 0,185 yaitu menjaga kepercayaan dengan para konsumen dengan cara pengiriman produk ke konsumen tepat waktu, mengganti produk yang cacat (ketika pengiriman) dengan produk yang sama, memberikan diskon harga bagi pelanggan tetap.

5.2 Saran

1. Diadakan pelatihan pada alat-alat atau teknologi untuk karyawan, sehingga karyawan bisa menggunakan alat teknologi yang modern sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas.
2. WL Alumunium perlu melakukan langkah-langkah seperti meningkatkan usaha promosi, menyesuaikan harga dengan kualitas dan memberi insentif harga guna mempertahankan pasarnya. Selain itu, ekspansi pasar dapat dilakukan dengan menembus pasar daerah lain, misalnya daerah NTB, NTT, dan bisa juga sampai ke luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Munadi, Fandi., *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor Pada CV Turangga Mas Motor*. Fakultas Ekonomi: Universitas Gunadarma.
- Alim, S., Strategi Pemasaran Produk Baru Merek Semen Serba Guna di PT. Holcim Indonesia Tbk, UAD.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Bank Syariah*. Yogyakarta : Rajawali Pers.
- Hartono. Pemanfaatan Metode Analytical Hierarchy Process Untuk Penentuan Kenaikan Jabatan Karyawan. STMIK IBBI.
- Herman, Rossa., 2013. *Analisis Siklus Hidup Produk Untuk Menetapkan Strategi Pemasaran Pada Produk Industri Bordir Kerancang Bukit Tinggi. Studi Kasus: Perusahaan Sulaman Bordir Ambun Suri*. Padang: Universitas Putra Indonesia YPTK.
- Higgins, linee., 1989, Dalam nurhayati, *Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran*, 2001.
- Ikhsan, Sadik. & Aid, Artahnan., 2011. Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Karet Di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. *Jurnal Agribisnis Perdesaan Vol. 1. No. 3*.
- Irawan, dkk. 1996. *Pemasaran prinsip dan kasus*. Edisi kedua, Penerbit BPFY- Yogyakarta.

- Isfanari., dkk., 2011. Kajian Karakteristik Angkutan Ojek Sepeda Motor Dan Cidomo Di Kota Mataram. *Jurnal Rekayasa Sipil Vol. 5. No. 2*, ISSN: 1978-5658.
- Jeyaraj, K.L., dkk., 2012. Application Of SWOT And Principal Component Analysis In A Textile Company- A Case Study. *International Journal Of Engineering Research And Development Vol. 1, Issue 9*, pp. 46-54, ISSN: 2278-067X.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Edisi I. Jakarta: Pustaka Utama.
- Mahura, Joice Betsy. dkk., *Analisis Kebijakan Pengembangan Wisata Bahari (Kasus Pulau Tagalaya Dan Pulau Kumo Di Kabupaten Halmahera Utara)*. IPB: Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan.
- Mappigau, Palmarudi., 2011. Analisis Strategi Pemasaran Telur Pada Peternakan Ayam Ras Skala Besar Di Kabupaten Sidrap. *Jurnal Agribisnis Vol. X(3)*.
- Nasibu, Iskandar. Z., 2009. Penerapan Metode AHP Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penempatan Karyawan Menggunakan Aplikasi *Expert Choice*. *Jurnal Pelangi Ilmu Vol. 2. No. 5*.
- Nurhasanah, Nunung., 2006. Perumusan Strategi Pemasaran Melalui Penentuan Prioritas Trapezoidal Fuzzy Number. Studi Kasus: Industri Minuman Tradisional. *Jurnal Teknik Industri Vol. 8. No. 2*. pp. 131-140.
- Nurmianto, Eko. & Hakim Nasution, Arman., 2004. Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP Dan SWOT. Studi Kasus:

- Kemitraan PT. INKA Dengan Industri Kecil Menengah Di Wilayah Keresidenan Madiun. *Jurnal Teknik Industri Vol. 6. No. 1*, pp. 47-60
- Rangkuti, Freddy. 1996. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T. L., 1993. *Decision Making For Leader: The Analytical Hierarchy Process For Decision In Complex World*, Prentice Hall Coy. Ltd. : Pittsburg.
- Sestri. 2013. Penilaian Kinerja Dosen Dengan Menggunakan Metode AHP. *Jurnal Liquidity*. Vol. 2, No. 1, januari-Juni 2013, hlm. 100-109
- Sirat, Moh. & Rahmawati., 2012. *Analisis Strategi SWOT Untuk Memperluas Pemasaran Produk Kurma Salak UD Budi Jaya Bangkalan*. Madura: Universitas Trunojoyo.
- Sudirman. 2011. Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Pemasaran Pada Harian Fajar di Makasar. Oktober 2011, Volume 12 Nomor: 2.
- Suhartini, 2012. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. *Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik Vol. 12 No. 2*, ISSN: 1693-5128.
- Supriyono. 2007. Sistem Pemilihan Pejabat Struktural Dengan Metode AHP. Seminar Nasional III. SDM Teknologi Nuklir. Yogyakarta, 21-22 November 2007. ISSN: 1978-0176.

- Sutrisno. 2011. Strategi Pengembangan Teknologi *E-Commerce* Dengan Metode Swot : Studi Kasus: Pt. Chingmix Berhan Sejahtera. *Jurnal TELEMATIKA MKOM*, Vol. 3 No.2, September 2011.
- Takano, Shin-Ei., & Wickramasinghe, Vasantha., 2009. Application Of Combined SWOT And Analytic Hierarchy Process (AHP) For Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case Of Sri Lanka Tourism. *Journal Of The Eastern Asia Society For Transportation Studies* Vol. 8.
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, Hindar., *Penentuan Strategi Pengembangan Sub Sektor Ekonomi Unggulan Di Kabupaten Jombang Dengan Pendekatan Metode Locatien Quotien Dan Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.
- Zulfia, Ambar wati. Formulasi Ulang Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan di Pasar Luar Negeri di PT. SEAGA Yogyakarta, UAD

KUESIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Jabatan :

Jenis kelamin :

Petunjuk pengisian: berilah tanda \surd pada kolom skala kriteria (A) atau pada kolom skala kriteria (B) yang sesuai dengan pendapat anda.

Definisi kode :

1: kedua kriteria sama penting

3: kriteria (A) sedikit lebih penting dibanding dengan (B)

5: kriteria (A) lebih penting dibanding dengan (B)

7: kriteria (A) sangat lebih penting dibanding dengan (B)

9: kriteria (A) mutlak lebih penting dibanding dengan (B)

Dan jika ragu-ragu antara 2 skala maka ambil nilai tengahnya, mmisalkan anda ragu-ragu antara 3 dan 5 maka pilih skala 4 dan seterusnya.

Faktor internal IKM

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis internal

- a. Beri bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi perusahaan.
- b. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

Faktor-faktor strategis internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1. Kedudukan pimpinan perusahaan dari keluarga sendiri			
2. Biaya tenaga kerja rendah			
3. Kualitas produk			
4. Variasi produk			
5. Kapasitas produksi industri dalam menghadapi permintaan pasar			
6. Kegiatan industri dalam melakukan inovasi produk dibandingkan dengan industri sejenis			
7. Ketersediaan pasar			

8. Lokasi yang strategis 9. Memiliki mobil operasional			
Sub total kekuatan internal			

Kelemahan	Bobot	Rating	skor
1. Skill dan penguasaan teknologi rendah 2. Manajemen yang masih tradisional 3. Masih menggunakan modal pribadi 4. Lingkungan kerja 5. Situasi ekonomi internal yang fluktuatif			
Sub total kelemahan internal			

Faktor eksternal IKM

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi perusahaan.
- b. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang

yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Skor
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang pasar yang besar untuk produk unggul 2. Hubungan dengan pembina industri kecil 3. Hubungan yang baik dengan para konsumen 4. Tuntutan konsumen terhadap ketersediaan produk 5. Tuntutan konsumen terhadap variasi produk 			
Sub total peluang eksternal			

Ancaman	Bobot	Rating	Skor
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor produk sejenis 2. Harga bahan baku 3. Banyaknya pesaing ditambah perdagangan bebas 4. Ketersediaan barang pengganti dapat diperoleh dengan mudah di pasar 			
Sub total ancaman eksternal			

LEMBAR KUESIONER

1. Strength/ kekuatan

Seberapa penting skala perbandingan kriteria untuk memanfaatkan kekuatan :

No	Kriteria (A)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kriteria (B)
1	Produk bervariasi																		Produk berkualitas
2	Produk bervariasi																		Hasil produksinya sudah keluar Jawa
3	Produk bervariasi																		Mempunyai show room sendiri
4	Produk bervariasi																		Mempunyai relasi yang cukup signifikan
5	Produk berkualitas																		Hasil produksinya sudah keluar Jawa
6	Produk berkualitas																		Mempunyai show room sendiri
7	Produk berkualitas																		Mempunyai relasi yang cukup signifikan
8	Hasil produksinya sudah keluar Jawa																		Mempunyai show room sendiri
9	Hasil produksinya sudah keluar Jawa																		Mempunyai relasi yang cukup signifikan
10	Mempunyai show room sendiri																		Mempunyai relasi yang cukup signifikan

2	Pasar																		Pengembangan produk baru
3	Pasar																		Dekat dengan relasi dan pemukiman penduduk
4	Pasar																		Tidak ada pemecatan karyawan
5	Promosi																		Pengembangan produk baru
6	Promosi																		Dekat dengan relasi dan pemukiman penduduk
7	Promosi																		Tidak ada pemecatan karyawan
8	Pengembangan produk baru																		Dekat dengan relasi dan pemukiman penduduk
9	Pengembangan produk baru																		Tidak ada pemecatan karyawan
10	Dekat dengan relasi dan pemukiman penduduk																		Tidak ada pemecatan karyawan

4. Threats/ ancaman

Seberapa penting skala perbandingan kriteria untuk menghadapi ancaman

No	Kriteria (A)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kriteria (B)
1	Adanya pesaing																		Bahan baku

LAMPIRAN

Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Biaya	Kualitas	Pelayanan	Pengiriman	Lingkungan
Biaya	1	3	3	5	5
Kualitas	0,333	1	1	3	1
Pelayanan	0,333	1	1	1	3
Pengiriman	0,2	0,333	1	1	3
Lingkungan	0,2	1	0,333	0,333	1

1. Menghitung eigen value

Tiap sel pada baris yang sama dikalikan. Kemudian dipangkatkan dengan jumlah kriteria.

$$\text{Biaya} = (1 * 3 * 3 * 5 * 5)^{(1/5)} = 2,954$$

$$\text{Kualitas} = (0,333 * 1 * 1 * 3 * 1)^{(1/5)} = 0,999$$

$$\text{Pelayanan} = (0,333 * 1 * 1 * 1 * 3)^{(1/5)} = 0,999$$

$$\text{Pengiriman} = (0,2 * 0,333 * 1 * 1 * 3)^{(1/5)} = 0,726$$

$$\text{Lingkungan} = \frac{(0,2 * 1 * 0,333 * 0,333 * 1)^{(1/5)} = 0,467}{+} = 6,145$$

2. Menghitung bobot prioritas tiap kriteria

Menghitung bobot prioritas adalah nilai eigen value untuk tiap kriteria dibagi dengan total eigen value.

$$\text{Biaya} = 2,954 / 6,145 = 0,48$$

$$\text{Kualitas} = 0,999 / 6,145 = 0,162$$

$$\text{Pelayanan} = 0,999 / 6,145 = 0,162$$

$$\text{Pengiriman} = 0,726 / 6,145 = 0,118$$

$$\text{Lingkungan} = 0,467 / 6,145 = 0,075$$

a) Penentuan validitas bobot

1. Menjumlahkan tiap kolom

$$\text{Biaya} = 1+0,333+0,333+0,2+0,2 = 2,066$$

$$\text{Kualitas} = 3+1+1+0,333+1 = 6,333$$

$$\text{Pelayanan} = 3+1+1+1+0,333 = 6,333$$

$$\text{Pengiriman} = 5+3+1+1+0,333 = 10,333$$

$$\text{Lingkungan} = 5+1+3+3+1 = 13$$

2. Bagi tiap sel dari kolom berdasarkan hasil penjumlahan pada langkah sebelumnya.

Kriteria	Biaya	Kualitas	Pelayanan	Pengiriman	Lingkungan
Biaya	$1 / 2,066 = 0,484$	$3 / 6,333 = 0,474$	$3 / 6,333 = 0,474$	$5 / 10,333 = 0,484$	$5 / 13 = 0,385$
Kualitas	$0,333 / 2,066 = 0,161$	$1 / 6,333 = 0,158$	$1 / 6,333 = 0,158$	$3 / 10,333 = 0,290$	$1 / 13 = 0,077$
Pelayanan	$0,333 / 2,066 = 0,161$	$1 / 6,333 = 0,158$	$1 / 6,333 = 0,158$	$1 / 10,333 = 0,097$	$3 / 13 = 0,231$
Pengiriman	$0,2 / 2,066 = 0,097$	$0,333 / 6,333 = 0,053$	$1 / 6,333 = 0,158$	$1 / 10,333 = 0,097$	$3 / 13 = 0,231$
Lingkungan	$0,2 / 2,066 = 0,097$	$1 / 6,333 = 0,158$	$0,333 / 6,333 = 0,053$	$0,333 / 10,333 = 0,032$	$1 / 13 = 0,077$

3. Menghitung bobot sintesa

$$\text{Biaya} = 0,484 + 0,474 + 0,474 + 0,484 + 0,385 = 2,3$$

$$\text{Kualitas} = 0,161 + 0,158 + 0,158 + 0,290 + 0,077 = 0,844$$

Pelayanan	= 0,161	+0,158	+0,158	+0,097	+0,231	= 0,805
Pengiriman	= 0,097	+0,053	+0,158	+0,097	+0,231	= 0,635
Lingkungan	= 0,097	+0,158	+0,053	+0,032	+0,077	= 0,416

4. Menghitung eigen maksimum

Bobot sintesa dibagi bobot prioritas

$$\text{Biaya} = 2,3/0,48 = 4,784$$

$$\text{Kualitas} = 0,844/0,162 = 5,189$$

$$\text{Pelayanan} = 0,805/0,162 = 4,945$$

$$\text{Pengiriman} = 0,635/0,118 = 5,383$$

$$\begin{array}{r} \text{Lingkungan} = 0,416/0,075 = 5,481 \\ \hline + \\ = 25,782 (=X) \end{array}$$

$$\lambda \text{ maks} = (X) / \text{jumlah kriteria} = 25,782 / 5 = 5,156$$

5. Menguji konsistensi

$$\text{CI} = (\lambda \text{ maks} - \text{jumlah kriteria}) / (\text{jumlah kriteria} - 1)$$

$$= (5,156 - 5) / (5 - 1)$$

$$= 0,156 / 4$$

$$= 0,036$$

$$\text{CR} = \text{CI} / \text{IR}$$

$$= 0,036 / 1,12$$

$$= 0,034$$

Karena hasil dari $CR \leq 0,1$ maka penilaian konsisten dan pengolahan data dapat dilanjutkan ke perhitungan selanjutnya.

b) Penentuan bobot global tiap alternatif

Penentuan bobot global tiap alternatif dilakukan dengan menentukan bobot dari tiap alternatif untuk tiap kriteria.

Keterangan :

- A = Produktifitas
- B = Infrastruktur
- C = Menjaga kepercayaan
- D = Penyuluhan teknologi
- E = Akses pasar dan finansial
- F = Kualitas dan kuantitas produk
- G = Variasi produk
- H = Sumber daya perusahaan
- I = Pengadaan sumber daya
- J = Aliran kerja

1. Bobot global tiap alternatif untuk kriteria biaya

a. Matriks perbandingan berpasangan

Biaya	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	1	0,2	0,143	0,5	1	0,2	1	1	3	0,33
B	5	1	0,333	1	1	0,2	1	0,5	3	2
C	7	3	1	5	5	4	7	1	3	1
D	2	1	0,2	1	1	0,333	1	1	1	0,25
E	1	1	0,2	1	1	0,2	1	0,5	1	0,2
F	5	5	0,25	3	5	1	5	1	3	1
G	1	1	0,143	1	1	0,2	1	5	3	1
H	1	2	1	1	2	1	0,2	1	1	3
I	0,333	0,333	0,333	1	1	0,333	0,333	1	1	0,333
J	3	0,5	1	4	5	1	1	0,333	3	1

b. Menghitung eigen value

Tiap sel pada baris dikalikan kemudian dipangkatkan dengan jumlah alternatif.

$$\begin{aligned}
 A &= (1 \times 0,2 \times 0,14 \times 0,5 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 1 \times 3 \times 0,33)^{1/10} = 0,556 \\
 B &= (5 \times 1 \times 0,33 \times 1 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 0,5 \times 3 \times 2)^{1/10} = 0,999 \\
 C &= (7 \times 3 \times 1 \times 5 \times 5 \times 4 \times 7 \times 1 \times 3 \times 1)^{1/10} = 2,913 \\
 D &= (2 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 1 \times 0,33 \times 1 \times 1 \times 1 \times 0,25)^{1/10} = 0,711 \\
 E &= (1 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 0,5 \times 1 \times 0,2)^{1/10} = 0,575 \\
 F &= (5 \times 5 \times 0,25 \times 3 \times 5 \times 1 \times 5 \times 1 \times 3 \times 1)^{1/10} = 2,064 \\
 G &= (1 \times 1 \times 0,14 \times 1 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 5 \times 3 \times 1)^{1/10} = 0,918 \\
 H &= (1 \times 2 \times 1 \times 1 \times 2 \times 1 \times 0,2 \times 1 \times 1 \times 3)^{1/10} = 1,091 \\
 I &= (0,33 \times 0,33 \times 0,33 \times 1 \times 1 \times 0,33 \times 0,33 \times 1 \times 1 \times 0,33)^{1/10} = 0,516 \\
 J &= (3 \times 0,5 \times 1 \times 4 \times 5 \times 1 \times 1 \times 0,33 \times 3 \times 1)^{1/10} = 1,404
 \end{aligned}$$

Jumlah = 11,753

c. Menghitung bobot global alternatif (bobot prioritas) untuk

kriteria biaya

Nilai eigen value untuk tiap alternatif dibagi dengan total eigen value.

$$\begin{aligned}
 A &= 0,556 / 11,753 = 0,047 \\
 B &= 0,999 / 11,753 = 0,085 \\
 C &= 2,913 / 11,753 = 0,248 \\
 D &= 0,711 / 11,753 = 0,061 \\
 E &= 0,575 / 11,753 = 0,049 \\
 F &= 2,064 / 11,753 = 0,176
 \end{aligned}$$

$$G = 0,918 / 11,753 = 0,078$$

$$H = 1,091 / 11,753 = 0,093$$

$$I = 0,516 / 11,753 = 0,044$$

$$J = 1,405 / 11,753 = 0,120$$

2. Bobot global tiap alternatif untuk kriteria kualitas

Untuk perhitungan sama dengan perhitungan untuk bobot global tiap alternatif pada kriteria biaya.

a) Matriks perbandingan berpasangan

Kualitas	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	1	3	0,333	0,5	1	0,2	1	1	3	0,333
B	0,333	1	0,333	1	1	0,2	1	0,5	3	1
C	3	3	1	0,2	5	4	0,2	1	3	1
D	2	1	5	1	1	0,333	1	1	1	4
E	1	1	0,2	1	1	0,2	1	0,5	1	0,2
F	5	5	0,25	3	5	1	5	1	3	1
G	1	1	5	1	1	0,2	1	5	3	1
H	1	2	1	1	2	1	0,2	1	1	0,333
I	0,333	0,333	0,333	1	1	0,333	0,333	1	1	0,2
J	3	1	1	0,25	5	1	1	3	5	1

b) Menghitung eigen value

Tiap sel dikalikan kemudian dipangkatkan dengan jumlah alternatif.

$$A = 0,794$$

$$B = 0,711$$

$$C = 1,359$$

$$D = 1,295$$

$$E = 0,575$$

$$F = 2,064$$

$$G = 1,311$$

$$\begin{array}{r}
 H = 0,876 \\
 I = 0,491 \\
 J = 1,496 \quad + \\
 \hline
 = 10,975
 \end{array}$$

c) Menghitung bobot global (bobot prioritas) tiap alternatif untuk kriteria kualitas.

$$\begin{array}{l}
 A = 0,794/10,975 = 0,072 \\
 B = 0,711/10,975 = 0,065 \\
 C = 1,359/10,975 = 0,124 \\
 D = 1,295/10,975 = 0,118 \\
 E = 0,724/10,975 = 0,052 \\
 F = 2,064/10,975 = 0,188 \\
 G = 1,311/10,975 = 0,119 \\
 H = 0,876/10,975 = 0,080 \\
 I = 0,491/10,975 = 0,045 \\
 J = 1,496/10,975 = 0,136
 \end{array}$$

3. Bobot global tiap alternatif untuk kriteria pelayanan

Untuk perhitungan sama dengan perhitungan untuk bobot global tiap alternatif pada kriteria biaya.

a) Matriks perbandingan berpasangan

Pelayanan	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	1	3	0,333	0,5	1	0,2	1	1	1	0,2
B	0,333	1	0,333	1	1	0,2	1	0,333	3	1
C	3	3	1	0,2	5	5	0,2	1	3	1
D	2	1	5	1	0,333	0,333	1	1	1	4
E	1	1	0,2	3	1	0,2	1	0,5	1	0,2
F	5	5	0,2	3	5	1	5	1	3	1
G	1	1	5	1	1	0,2	1	5	3	1
H	1	3	1	1	2	1	0,2	1	1	0,333
I	1	0,333	0,333	1	1	0,333	0,333	1	1	0,2
J	5	1	1	0,25	5	1	1	3	5	1

b) Menghitung eigen value

Tiap sel dikalikan kemudian dipangkatkan dengan jumlah alternatif.

$$\begin{array}{rcl} A & = & 0,676 \\ B & = & 0,683 \\ C & = & 1,39 \\ D & = & 1,16 \\ E & = & 0,642 \\ F & = & 2,018 \\ G & = & 1,311 \\ H & = & 0,912 \\ I & = & 0,548 \\ J & = & 1,574 \quad + \\ \hline & & = 10,918 \end{array}$$

c) Menghitung bobot global (bobot prioritas) tiap alternatif untuk kriteria pelayanan.

$$\begin{array}{rcl} A & = & 0,676/10,918= 0,062 \\ B & = & 0,683/10,918= 0,063 \\ C & = & 1,39/10,918= 0,127 \\ D & = & 1,16/10,918= 0,106 \\ E & = & 0,808/10,918= 0,059 \\ F & = & 2,018/10,918= 0,185 \\ G & = & 1,311/10,918= 0,120 \\ H & = & 0,912/10,918= 0,084 \\ I & = & 0,548/10,918= 0,050 \\ J & = & 1,574/10,918= 0,144 \end{array}$$

4. Bobot global tiap alternatif untuk kriteria pengiriman

Untuk perhitungan sama dengan perhitungan untuk bobot global tiap alternatif pada kriteria biaya.

a) Matriks perbandingan berpasangan

Pengiriman	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	1	3	0,333	0,5	1	0,333	0,333	1	1	0,2
B	0,333	1	0,333	0,333	1	0,2	1	0,333	1	1
C	3	3	1	0,2	5	5	0,2	1	3	1
D	2	3	5	1	0,333	0,333	1	1	1	4
E	1	1	0,2	3	1	5	1	0,5	1	0,2
F	3	5	0,2	3	0,2	1	5	1	3	0,333
G	3	1	5	1	1	0,2	1	5	3	1
H	1	3	1	1	2	1	0,2	1	0,2	0,333
I	1	1	0,333	1	1	0,333	0,333	5	1	0,2
J	5	1	1	0,25	5	3	1	3	5	1

b) Menghitung eigen value

$$A = 0,637$$

$$B = 0,548$$

$$C = 1,39$$

$$D = 1,295$$

$$E = 0,886$$

$$F = 1,245$$

$$G = 1,463$$

$$H = 0,776$$

$$I = 0,719$$

$$J = 1,757 \quad +$$

$$= 10,72$$

c) Menghitung bobot global (bobot prioritas) tiap alternatif untuk kriteria pengiriman

$$\begin{aligned}
 A &= 0,637/10,72 = 0,059 \\
 B &= 0,548/10,72 = 0,051 \\
 C &= 1,39/10,72 = 0,130 \\
 D &= 1,295/10,72 = 0,121 \\
 E &= 0,886/10,72 = 0,083 \\
 F &= 1,245/10,72 = 0,116 \\
 G &= 1,463/10,72 = 0,136 \\
 H &= 0,776/10,72 = 0,072 \\
 I &= 0,719/10,72 = 0,067 \\
 J &= 1,757/10,72 = 0,164
 \end{aligned}$$

5. Bobot global tiap alternatif untuk kriteria lingkungan

Untuk perhitungan sama dengan perhitungan untuk bobot global tiap alternatif pada kriteria biaya.

a) Matriks perbandingan berpasangan

Lingk.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	1	1	0,333	0,5	1	0,333	0,333	0,333	0,2	0,2
B	1	1	0,333	0,333	1	0,2	1	0,333	3	5
C	3	3	1	0,2	5	5	0,2	1	3	1
D	2	3	5	1	0,333	0,333	1	1	5	4
E	1	1	0,2	3	1	1	1	2	1	1
F	3	5	0,2	3	1	1	5	1	1	0,333
G	3	1	5	1	1	0,2	1	5	3	1
H	3	3	1	1	0,5	1	0,2	1	2	0,333
I	5	0,333	0,333	0,2	1	1	0,333	0,5	1	2
J	5	0,2	1	0,25	1	3	1	3	0,5	1

b) Menghitung eigen value

$$\begin{array}{rcl} A & = & 0,435 \\ B & = & 0,802 \\ C & = & 1,39 \\ D & = & 1,521 \\ E & = & 1,018 \\ F & = & 1,31 \\ G & = & 1,463 \\ H & = & 0,95 \\ I & = & 0,719 \\ J & = & 1,011 \quad + \\ \hline & & = 10,623 \end{array}$$

c) Menghitung bobot global (bobot prioritas) tiap alternatif untuk kriteria lingkungan

$$\begin{array}{rcl} A & = & 0,435/10,623 = 0,041 \\ B & = & 0,802/10,623 = 0,076 \\ C & = & 1,39/10,623 = 0,131 \\ D & = & 1,521/10,623 = 0,143 \\ E & = & 1,018/10,623 = 0,096 \\ F & = & 1,31/10,623 = 0,123 \\ G & = & 1,463/10,623 = 0,138 \\ H & = & 0,95/10,623 = 0,089 \\ I & = & 0,719/10,623 = 0,068 \\ J & = & 1,011/10,623 = 0,095 \end{array}$$

6. Rekap hasil perhitungan bobot

Alternatif	Biaya	Kualitas	Pelayanan	Pengiriman	Lingkungan
	0,48	0,162	0,162	0,118	0,075
A	0,047	0,072	0,062	0,059	0,041
B	0,085	0,065	0,063	0,051	0,076
C	0,248	0,124	0,127	0,130	0,131
D	0,061	0,118	0,106	0,121	0,143
E	0,049	0,052	0,059	0,083	0,096
F	0,176	0,188	0,185	0,116	0,123
G	0,078	0,119	0,120	0,136	0,138
H	0,093	0,080	0,084	0,072	0,089
I	0,044	0,045	0,050	0,067	0,068
J	0,120	0,136	0,144	0,164	0,095

Total Nilai Alternatif = $W_1 \times X_1 + W_2 \times X_2 + W_3 \times X_3 + \dots + W_n \times X_n$

Dimana : W = Bobot untuk masing – masing kriteria

X = Bobot dari Tiap Alternatif untuk masing-masing kriteria.

Sehingga diperoleh total bobot global :

A = 0,055

B = 0,073

C = 0,185

D = 0,090

E = 0,058

F = 0,168

G = 0,103

H = 0,086

I = 0,049

J = 0,129

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan maka diperoleh tabel hasil perhitungan akhir dari AHP seperti di bawah ini.

Tabel 4.7 Nilai Akhir

Nilai Akhir	
A	0,055
B	0,073
C	0,185
D	0,090
E	0,058
F	0.168
G	0,103
H	0,086
I	0,049
J	0,129