

**PROTOTYPE**  
**KEPUTUSAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING**  
**IKM TANGERANG SELATAN MELALUI MODEL AHP**



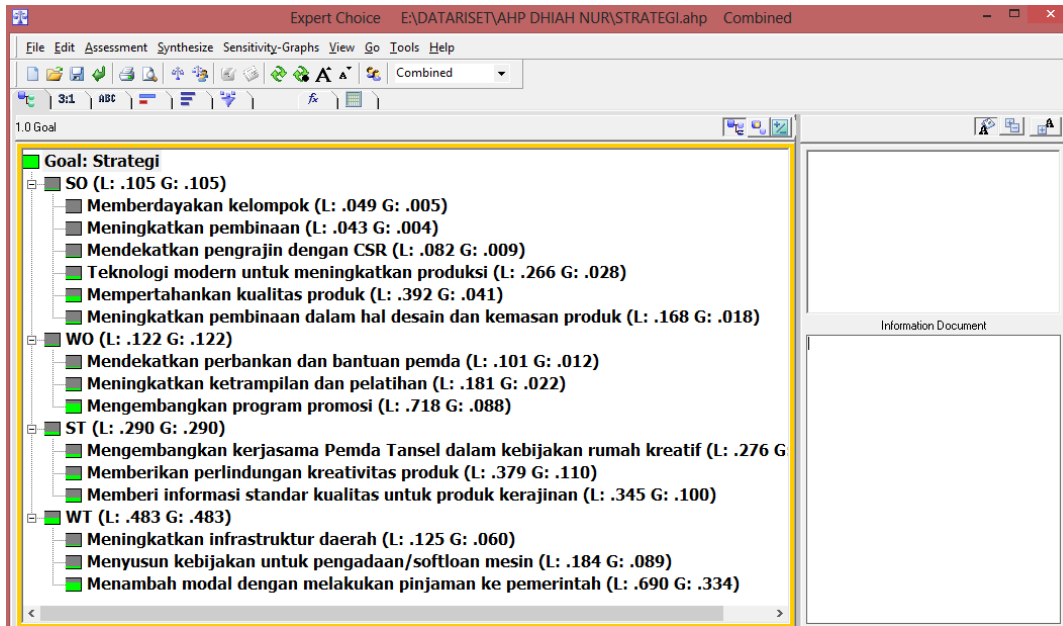
**Disusun**

**DRA. RODHIAH,MM**  
**NUR HIDAYAH. SE., MM**

**UNIVERSITAS TARUMABAGARA**

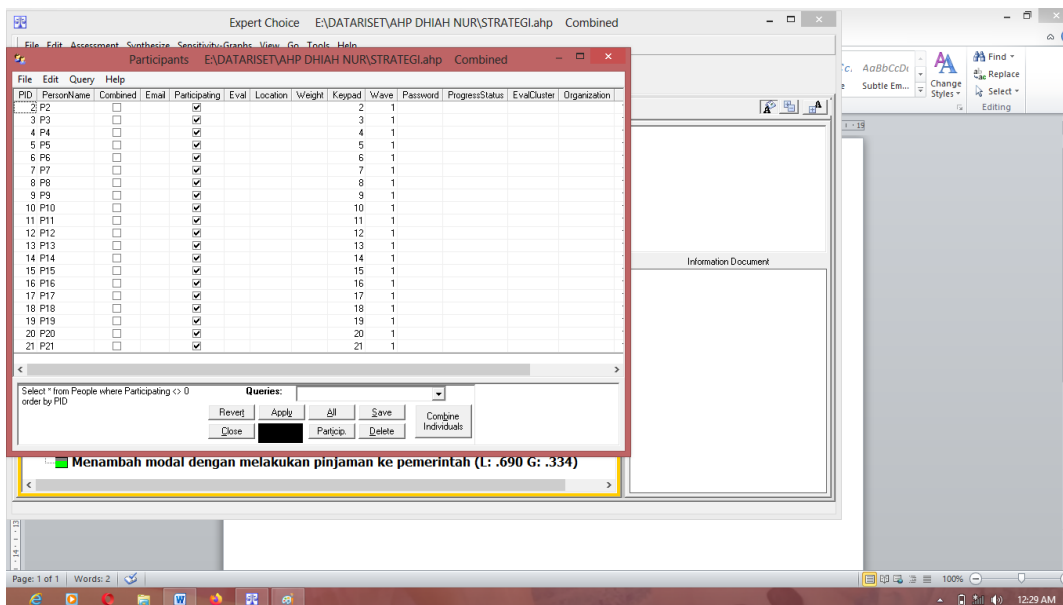
**JAKARTA**  
**NOVEMBER 2020**

## FORM MENU UTAMA



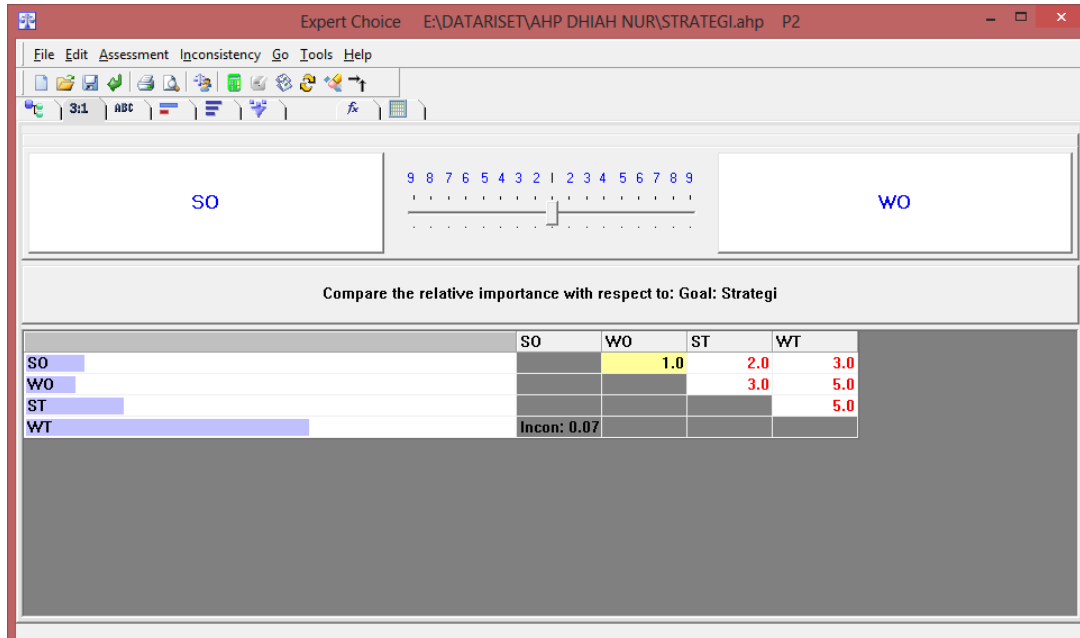
Gambar 1. Form Menu Utama

## FORM DATA RESPONDEN



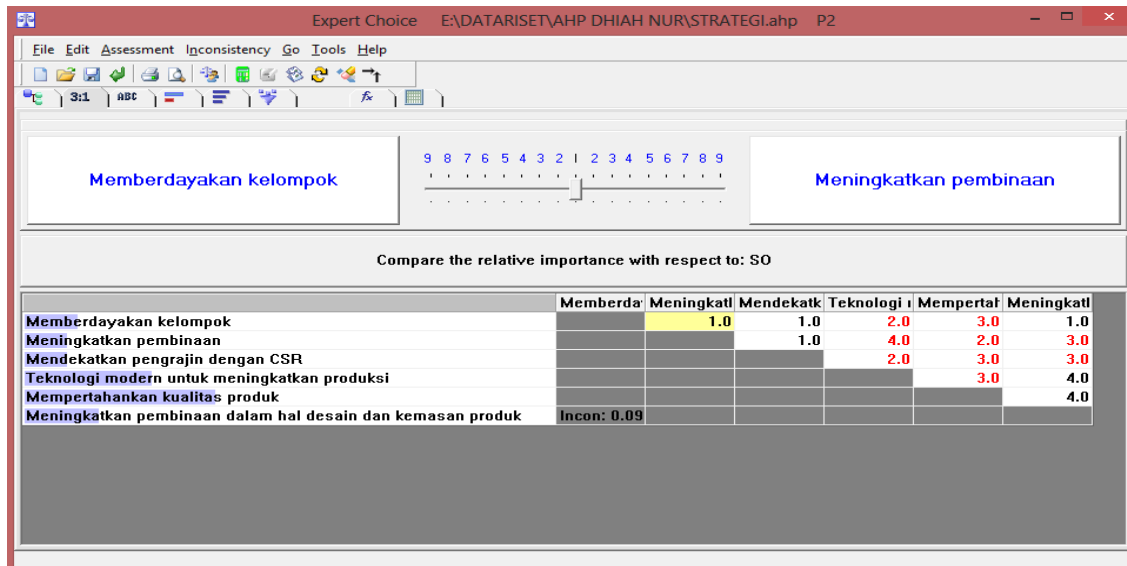
Gambar 2. Form Data Responden

### DATA KRITERIA PADA RESPONDEN PERTAMA



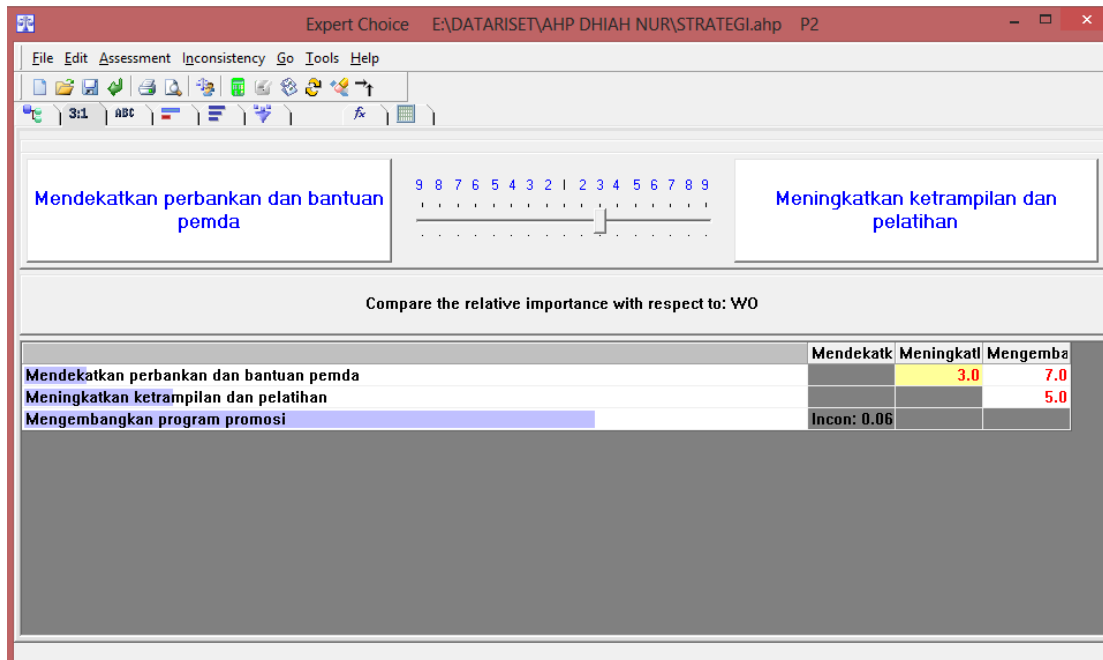
Gambar 3. Data Kriteria Pada Responden Pertama

### DATA SUB KRITERIA SO PADA RESPONDEN PERTAMA



Gambar 4. Data Sub Kriteria SO Pada Responden Pertama

## DATA SUB KRITERIA WO PADA RESPONDEN PERTAMA

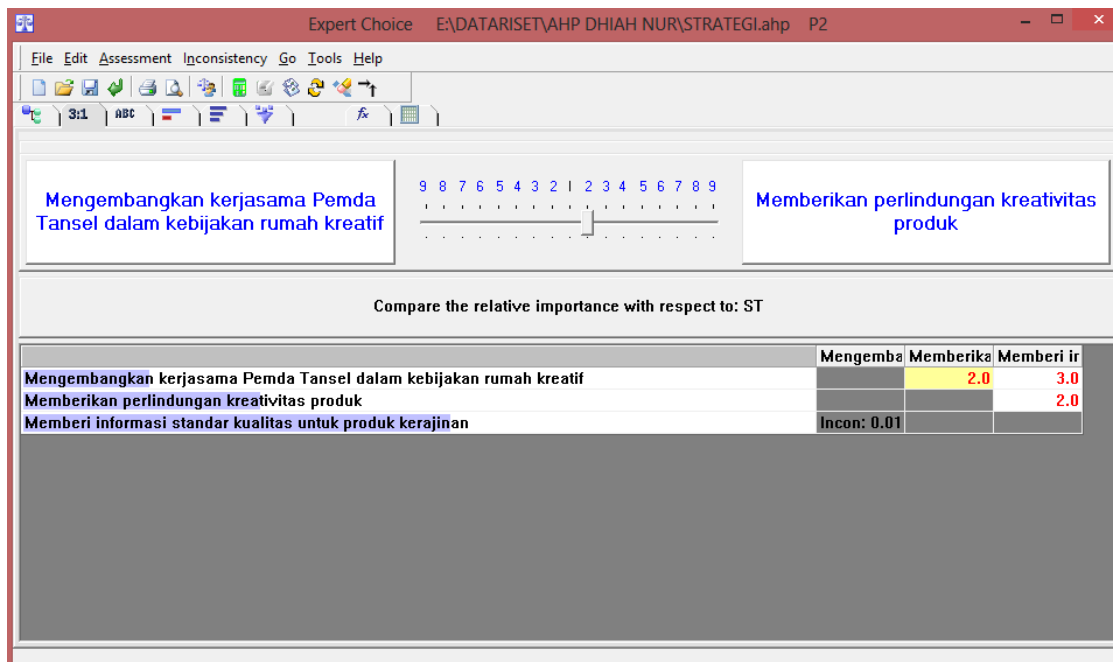


Compare the relative importance with respect to: WO

	Mendekatk	Meningkatl	Mengemba
Mendekatkan perbankan dan bantuan pemda		3.0	7.0
Meningkatkan ketrampilan dan pelatihan			5.0
Mengembangkan program promosi	Incon: 0.06		

Gambar 5. Data Sub Kriteria WO Pada Responden Pertama

## DATA SUB KRITERIA ST PADA RESPONDEN PERTAMA

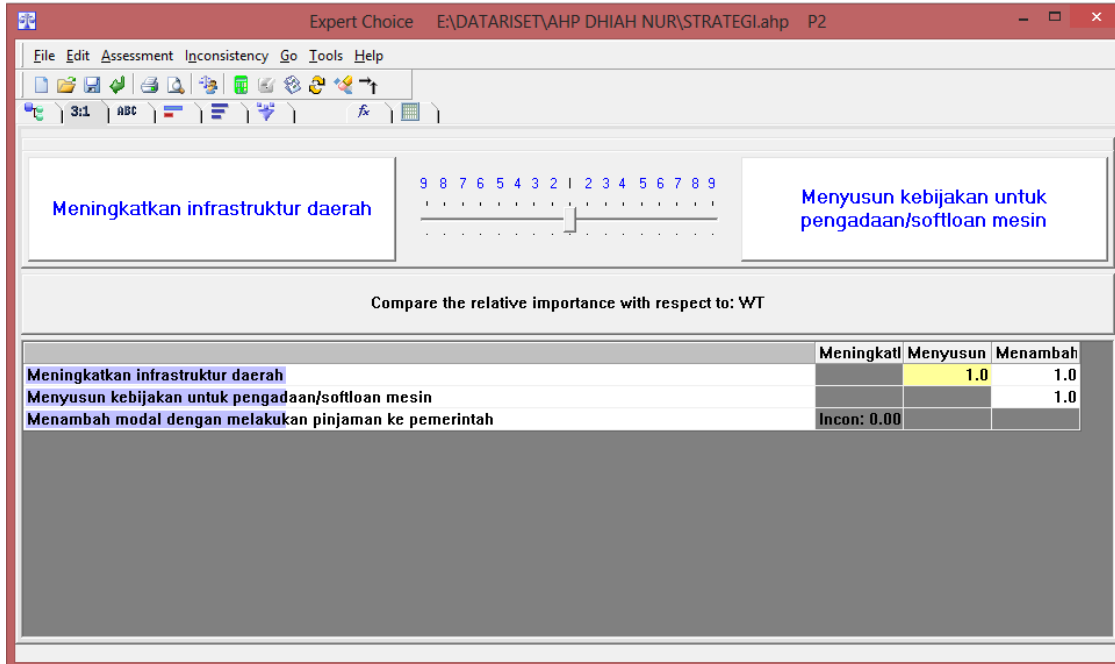


Compare the relative importance with respect to: ST

	Mengemba	Memberika	Memberi ir
Mengembangkan kerjasama Pemda Tansel dalam kebijakan rumah kreatif		2.0	3.0
Memberikan perlindungan kreativitas produk			2.0
Memberi informasi standar kualitas untuk produk kerajinan	Incon: 0.01		

Gambar 6. Data Sub Kriteria ST Pada Responden Pertama

## DATA SUB KRITERIA WT PADA RESPONDEN PERTAMA

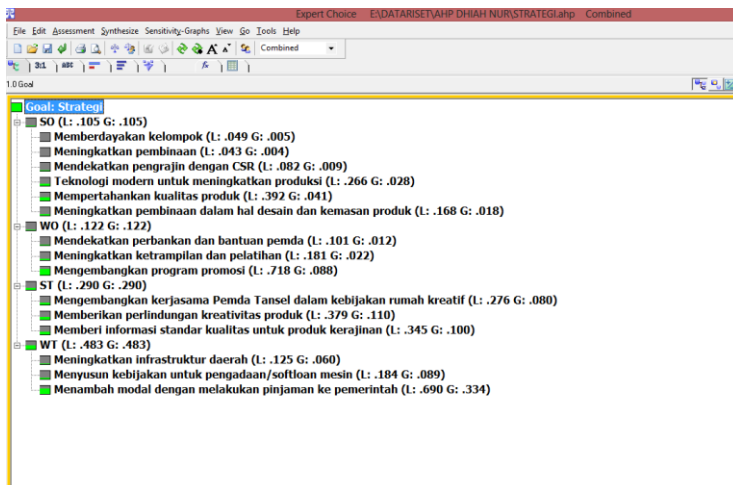


Gambar 7. Data Sub Kriteria WT Pada Responden Pertama

## FORM LAPORAN HASIL

### Hasil Perhitungan Nilai Inconsistency dan Pembobotan pada Analisis Hirarki Proses

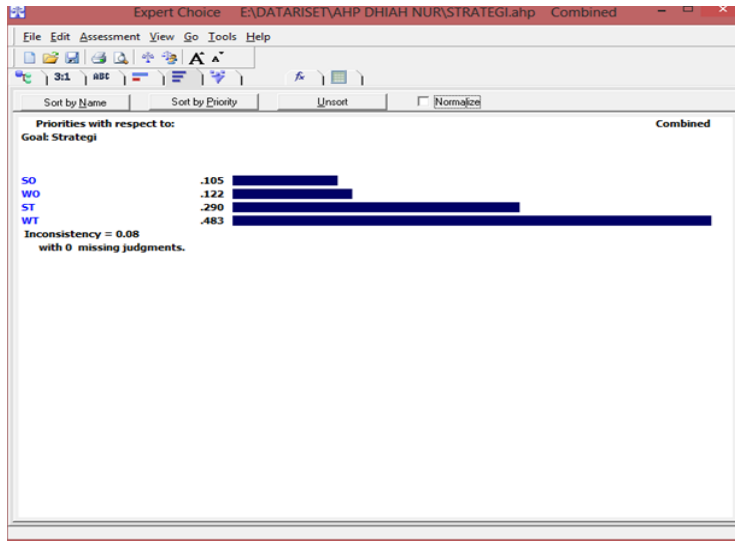
Tabel 1. Hasil Analisis Proses Secara Keseluruhan



Gambar di atas merupakan hasil dari pengolahan 20 responden terhadap pernyataan terkait dengan strategi yang mereka pilih. Strategi yang dirasa sesuai dengan industri yang sedang dijalani. Setiap

strategi yang diajukan memiliki indikator pemilihan pula yang perlu diketahui urutan mana saja yang dirasa pengusaha lebih mendahulukannya. Untuk lebih jelasnya gambar di atas dapat diuraikan pada tiap-tiap kriteria dan alternative sehingga dapat dilihat tingkatannya berdasarkan grafik. Berikut ini disajikan masing-masing penilaian kriteria dan sub kriteria agar lebih mudah dalam pembacaan data.

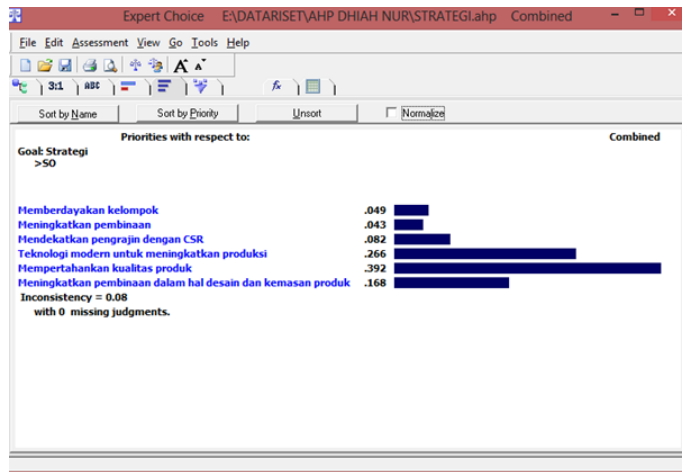
Tabel 2. Hasil Analisis Hirarki Proses pada Kriteria



Gambar di atas merupakan rincian dari hasil perhitungan berpasangan antar kriteria strategi pemasaran yaitu SO, WO, ST, dan WT. Keempatnya dihitung dengan skala saaty 1-9. Hasilnya menunjukkan nilai konsisten sebesar 0,08 dimana berdasarkan saaty nilai konsistensi yang ditetapkan adalah kurang dari sama dengan 10%. Oleh karena nilai inconsistency yang diperoleh sebesar  $0,08 > 0,10$  maka dapat dikatakan jawaban ke-20 responden yang dipilih telah konsisten dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian.

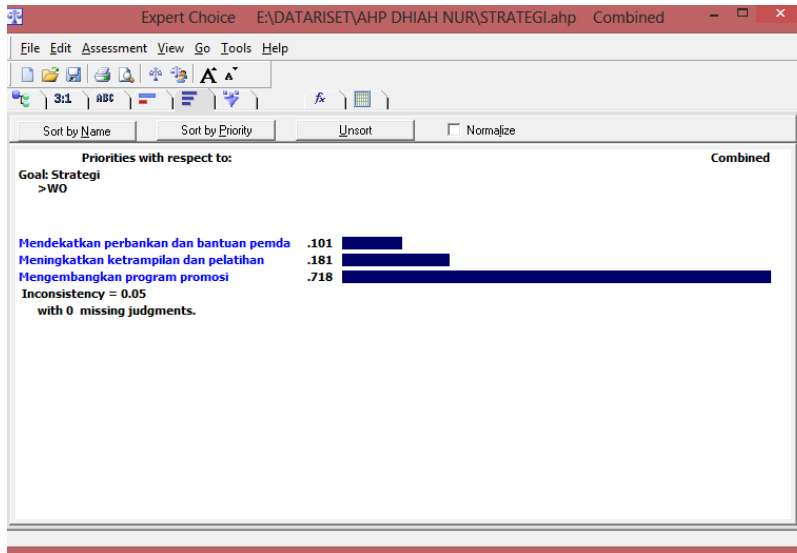
Bobot tertinggi yang dihasilkan dari perbandingan berpasangan adalah WT yaitu sebesar 0,483. Peringkat kedua adalah strategi ST dengan bobot 0,290. Peringkat ketiga adalah strategi WO dengan bobot 0,122 dan yang menjadi pilihan akhri adalah strategi SO menjadi urutan paling akhir. Adanya urutan ini dapat menjadikan masukan untuk para investor bahwasanya para pelaku usaha memilih strategi WT dalam menjalankan usahanya.

Tabel 3. Hasil Analisis Hirarki Proses pada Sub Kriteria Strategi SO



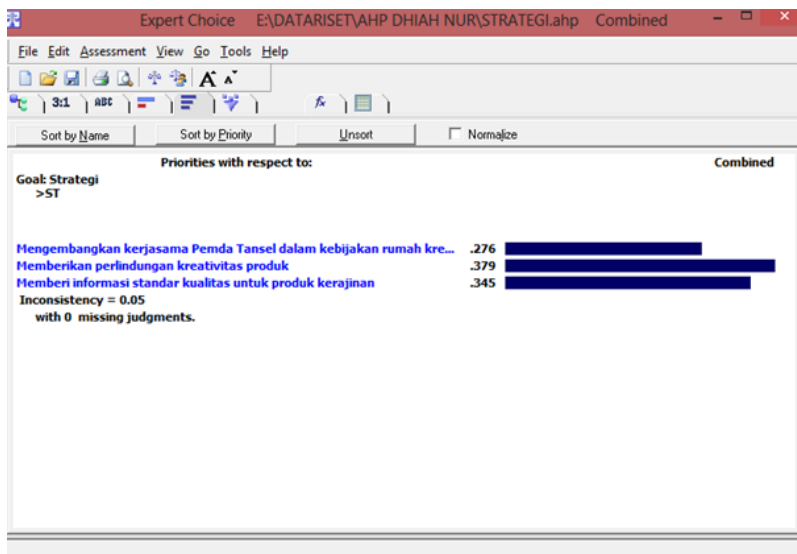
Pada setiap kriteria dalam penelitian ini dibuatlah sub kriteria untuk mengetahui apa saja yang lebih diutamakan pelaku usaha dalam setiap strategi. Nilai inconsistency yang dihasilkan dari perhitungan 20 responden adalah 0,08 dimana lebih kecil dari 0,10 sehingga dapat dikatakan data telah konsisten dan dapat digunakan untuk penelitian. Yang pertama akan dibahas adalah sub kriteria pada strategi SO. Ada 6 pertanyaan yang dijadikan perbandingan berpasangan lalu masing-masing dihitung bobotnya. Bobot tertinggi adalah “mempertahankan kualitas produk” dengan skor sebesar 0,392. Peringkat kedua adalah “teknologi modern modern untuk meningkatkan produksi” dengan bobot sebesar 0,266. Peringkat ketiga adalah “meningkatkan pembinaan dalam hal desain dan kemasan produk” dengan bobot sebesar 0,168. Peringkat keempat adalah “mendekatkan pengrajin dengan CSR” dengan bobot sebesar 0,082. Peringkat kelima adalah “memberdayakan kelompok” dengan bobot sebesar 0,049. Urutan terakhir adalah “meningkatkan pembinaan” dengan skor 0,043.

Tabel 4. Hasil Analisis Hirarki Proses pada Sub Kriteria Strategi WO



Sub kriteria pada strategi WO memiliki nilai inconsistency sebesar 0,05 oleh karena nilai ini lebih kecil dari standar yang ditetapkan yaitu 10% maka dapat dikatakan jawaban atas 20 responden terhadap pernyataan yang diajukan adalah konsisten dan dapat digunakan untuk penelitian. Pada sub kriteria WO ini memiliki tiga pertanyaan perbandingan berpasangan berikut urutan dari yang memiliki bobot tertinggi hingga terendah. Yang pertama adalah “mengembangkan program promosi” dengan bobot sebesar 0,718. Urutan yang kedua adalah “meningkatkan ketrampilan dan pelatihan” dengan bobot skor 0,181. Urutan yang terakhir adalah “mendekatkan perbankan dan bantuan pemda” dengan bobot skor 0,101.

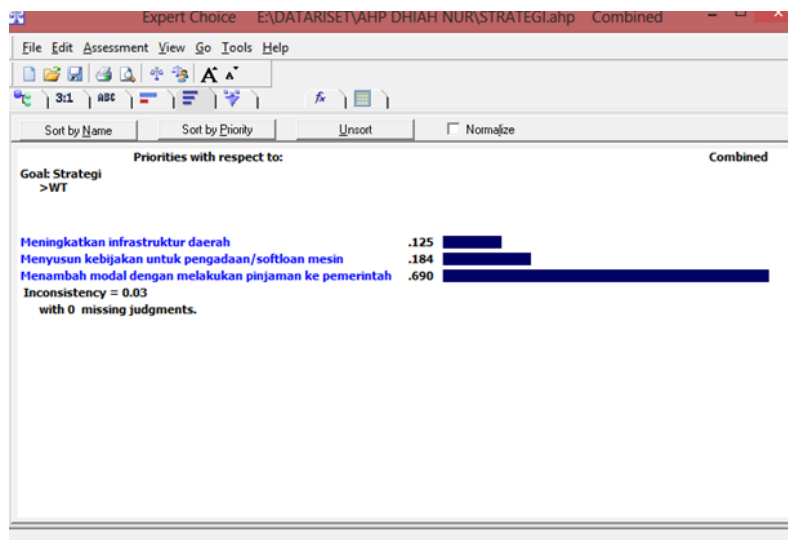
Tabel 5. Hasil Analisis Hirarki Proses pada Sub Kriteria Strategi ST





Sub kriteria pada strategi ST memiliki nilai inconsistency 0,05 oleh karena lebih kecil dari 0,10 maka dapat dikatakan jawaban responden telah konsisten dan dapat digunakan untuk penelitian. Urutan peringkat pertama adalah “memberikan perlindungan kreativitas produk” dengan bobot 0,379. Urutan peringkat kedua adalah “memberi informasi standar kualitas untuk produk kerajinan” dengan bobot 0,345. Urutan terakhir adalah “mengembangkan kerjasama pemda Tansel dalam kebijakan rumah kreatif” dengan bobot 0,276.

Tabel 6. Hasil Analisis Hirarki Proses pada Sub Kriteria Strategi WT



Sub kriteria WT memiliki nilai inconsistency sebesar 0,03 dimana lebih kecil dari 0,10 sehingga dapat dikatakan jawaban responden telah konsisten dan dapat dilakukan penelitian. Urutan pertama memiliki bobot yang tinggi sebesar 0,690 adalah “menambah modal dengan melakukan pinjaman ke pemerintah”. Urutan kedua adalah “menyusun kebijakan untuj pengadaan/softloan mesin” dengan bobot sebesar 0,184 dan yang menjadi peringkat terakhir adalah “meningkatkan infrastruktur daerah” dengan bobot 0,125.

### Kesimpulan Hasil Akhir

Skala prioritas yang paling unggul dilakukan sector IKM kerajinan Tangerang Selatan adalah **strategi WT** dengan **sub kriteria** yang lebih penting adalah **menambah modal untuk pinjaman ke pemerintah**.