

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN ANALISA SWOT DAN AHP DI UD. MULIA KASIH WOOD

Edy Parman H Sitio<sup>1,\*</sup>, Juarni<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri – Institut Teknologi Medan Jl. Gedung Arca No. 52 Medan

## INFORMASI ARTIKEL

### Riwayat Artikel:

Dikirim 10 Agustus 2018  
Direvisi dari 20 September 2018  
Diterima 30 Oktober 2018

### Kata Kunci:

SWOT Analysis and AHP

## ABSTRAK

Business development strategy is a way of the organization achieves its objectives, according to opportunities and threats faced by the external environment and internal resources and capabilities of an organization. This research aims to explain the internal factors (strength-weakness) and external factors (opportunities-threats) on the business UD. Mulia Kasih Wood, so that the society knows the strategy of development on the business by using SWOT and AHP analysis method. The internal and external factors of business UD. Mulia Kasih Wood's is: From SWOT analysis, internal factor which is strength (Strengths / S) has bigger value than weakness (Weakness / W) is  $1.74 > 0.66$ . Then, UD. Mulia Kasih Wood's love has a higher power than the weakness factor to do business development strategy. Then the external factor which is opportunity (Opportunities / O) has bigger value than Threats (T) that is  $1.59 > 0.61$ . Thus UD. Mulia Kasih Wood's love has a higher chance compared to the threat factor to do business development strategy From the results of AHP analysis can be concluded that the strategy criteria applied to the development of business UD. Mulia Kasih Wood: Strengths Opportunities is Maximizes strength and opportunity, Strengths Threats is Maximizes power and minimizes threats, Weakness Opportunities is Minimizes weaknesses and maximizes opportunities, Weakness Threats is Minimizes weaknesses and threats.

© 2018 Jurnal Ilmiah JURUTERA. Di kelola oleh Fakultas Teknik. Hak Cipta Dilindungi.

## PENDAHULUAN

Usaha merupakan peran yang sangat penting dalam peningkatan suatu pertumbuhan ekonomi, selain itu juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan juga pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Oleh karena itu setiap orang memiliki keinginan untuk memiliki usaha, seperti bidang usaha industri rumahan, usaha kecil menengah (UKM) sampai dengan usaha dalam skala besar. Setiap usaha, pengusaha berperan penting untuk pengembangan usahanya tersebut supaya dapat menghasilkan produktivitas yang efektif dan efisien sehingga usaha tersebut dapat bertahan, maju, berkembang hingga memberikan profit yang memuaskan.

UD. Mulia Kasih Wood merupakan usaha kecil menengah (UKM) yang bergerak sebagai produsen perlengkapan bangunan, seperti pintu rumah, jendela, kosen, meja, kursi, dan perlengkapan lainnya. Jika di tinjau dari segi lokasi, usaha UD. Mulia Kasih Wood memiliki keunggulan tersendiri dimana lokasi usaha strategis

dan belum memiliki pesaing dengan usaha yang sama.

Akan tetapi, usaha tersebut memiliki banyak kelemahan yang dapat menghambat perkembangan usaha, seperti permodalan, kurangnya promosi dan belum adanya penyaluran distributor (retailer) terhadap produk, sehingga pemasaran produk kurang optimal di karenakan pemasaran masih sebatas daerah-daerah terdekat dari usaha tersebut atau belum meluas. Oleh sebab itu untuk melakukan pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood pemilik harus mengetahui strategi - strategi untuk pengembangan usahanya, terutama untuk menghadapi jika ada pesaing baru, bagaimana pemasaran produknya, dan bagaimana menghadapi tantangan internal maupun eksternal lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi yang harus dilakukan dalam usaha untuk menghadapi pesaing dan upaya apa yang akan dilakukan untuk mengembangkan usaha.

Dengan demikian tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (a) untuk mengetahui faktor – faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor – faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. (b) mengetahui posisi strategi UD. Mulia Kasih Wood. (c) mengetahui strategi yang dilakukan dalam usaha untuk menghadapi persaingan. (d) merumuskan Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha UD. Mulia Kasih Wood. (e) mengetahui upaya yang dilakukan untuk pengembangan usaha.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut mendapatkan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha, dapat menerapkan strategi untuk menghadapi tantangan intern dan ekstern dalam usaha, dan mengetahui konsep pemakaian metode SWOT dan AHP dalam perumusan strategi pengembangan usaha.

## METODE PENELITIAN

### Penentuan Topik Penelitian

Melakukan studi lapangan untuk mengetahui pokok permasalahan yang terjadi di UD. Mulia Kasih Wood dengan melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan dilanjutkan diskusi dengan dosen pembimbing.

### Studi Literatur

Mempelajari studi literatur dengan cara mencari dan mengumpulkan referensi tentang data yang berhubungan dengan judul penelitian melalui jurnal, internet, artikel, dan buku yang berkaitan dengan Analisa SWOT.

### Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan 2 jenis data, yaitu sebagai berikut:

#### (i) Data internal

Merupakan data yang di peroleh di dalam usaha UD. Mulia Kasih Wood, seperti peluang pasar, kualitas produk, *skill* tenaga kerja, harga jual, lokasi usaha yang strategis, promosi, permodalan, penyaluran distributor, SDM, Manajemen keuangan masih sederhana.

#### (ii) Data eksternal

Merupakan data yang di peroleh dari lingkungan di luar usaha UD. Mulia Kasih Wood, seperti persaingan untuk usaha, substitusi distribusi produk, penanaman modal, perkembangan IPTEK, kerjasama pemerintah, pesaing baru, ketersediaan bahan baku, peraturan pemerintah, tenaga kerja, perpajakan meningkat.

## Pengolahan Data

Setelah data di kumpulkan, maka di lakukan pengolahan data yaitu dengan merumuskan faktor–faktor strategis internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*) dan faktor – faktor strategis eksternal (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS*) dengan menggunakan metode SWOT. Dengan demikian akan di ketahui kondisi dan posisi strategi pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood.

Selanjutnya melakukan analisa dengan menggunakan metode *Analisis Hierarchy Process* (AHP) untuk mengetahui produk yang memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga UD. Mulia Kasih Wood dapat menentukan pemilihan keputusan terhadap produksi produknya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi pengumpulan data yang telah dilakukan mulai dari meninjau gambaran umum UD. Mulia Kasih Wood, dan melakukan wawancara kepada pihak usaha dan juga karyawan. Sehingga faktor – faktor internal dan eksternal pada UD. Mulia Kasih Wood dapat diketahui pada penelitian ini.

Beberapa faktor kunci internal (*internal strategic factors analysis summary/IFAS*) dan eksternal (*eksternal strategic factors analysis summary/EFAS*) dapat di identifikasikan dari hasil wawancara sebagai berikut:

### Faktor Internal ( *Internal Strategic Faktors Analysis Summary/ IFAS* )

#### A. *Strength* ( *Kekuatan* )

1. Peluang pasar Produk yang di produksi oleh UD. Mulia Kasih Wood memiliki peluang pasar yang cukup tinggi dikarenakan belum adanya pesaing usaha yang sama.
2. Kualitas produk  
Proses pembuatan produk di UD. Mulia Kasih Wood ditangani para pekerja yang kreatif dan mahir pada teknik pembuatan mebel, kosen, pintu dan jendela. Sehingga menghasilkan kualitas produk yang baik.
3. *Skill* tenaga kerja  
*Skill* tenaga kerja UD. Mulia Kasih Wood memiliki ke unggulan untuk mendesain motif produk sampai dengan proses *finishing*, sehingga produk yang dihasilkan memiliki ke unikan motif yang menarik.
4. Harga jual

Harga jual produk yang dipasarkan oleh UD. Mulia Kasih Wood lebih murah jika dibandingkan dengan harga pasaran.

5. Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha UD. Mulia Kasih Wood sangat strategis karena tingkat transportasi lancar dan mudah dijangkau, Sehingga konsumen dari berbagai daerah seringkali melakukan pemesanan keperluan bangunan dari UD. Mulia Kasih Wood.

## B. *Weakness (Kelemahan)*

1. Promosi

Dari hasil wawancara diketahui pemilik usaha pernah melakukan promosi dengan membagikan stiker dan selebaran mengenai usaha tersebut akan tetapi proses tersebut dilakukan hanya sementara yaitu pada awal usaha mulai beroperasi, dan untuk saat ini promosi tidak dilakukan lagi.

2. Permodalan

Minimnya modal yang dimiliki pihak usaha UD. Mulia Kasih Wood mengakibatkan penambahan / penggantian peralatan – peralatan pendukung lainnya sering terkendala.

3. Penyaluran distributor

Produk yang diproduksi oleh UD. Mulia Kasih Wood belum memiliki penyaluran distributor (*retailer*), sehingga pemasaran produk kurang meningkat.

4. SDM (Sumber Daya Manusia)

SDM yang dimiliki oleh UD. Mulia Kasih Wood masih kurang, terutama SDM dalam bidang pertukangan mebel.

5. Manajemen keuangan masih sederhana

Salah satu kelemahan di dalam usaha ini yaitu tidak adanya manajemen keuangan. Sehingga sering terjadi kelalaian dalam urusan keuangan yang dapat menghambat kelangsungan usaha.

## Faktor Eksternal ( *Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary / EFAS* )

### A. *Opportunity ( Peluang )*

1. Persaingan untuk usaha

Untuk tingkat daerah kecamatan UD. Mulia Kasih Wood belum memiliki pesaing usaha yang sama, sehingga besar peluang penguasaan pasar khususnya daerah tersebut.

2. Subsitusi distribusi produk

Peluang ini dimiliki untuk memperoleh penyaluran barang / produk dengan distributor (*retailer*).

3. Penanam Modal

Pemilik usaha UD. Mulia Kasih Wood berharap adanya pihak penanaman modal untuk menambah perlengkapan lainnya. Seperti peralatan mesin, memperluas area usaha, dan lain – lain.

4. Perkembangan IPTEK

Dengan ilmu pengetahuan teknologi di jaman ini yang terus berkembang, maka terbuka peluang bagi UD. Mulia Kasih Wood untuk mencapai pasar bebas Masyarakat Ekonomi Asean ( MEA ).

5. Kerjasama pemerintah

Pihak usaha UD. Mulia Kasih Wood dapat mengusulkan kerjasama dengan pihak pemerintah sehingga dapat membantu perkembangan usaha, seperti pemberian modal, memperluas penyaluran pemasaran luar negeri, meningkatkan pembangunan daerah maupun pusat, dan lain-lain.

## B. *Threats ( Ancaman )*

1. Pesaing baru

Jika suatu hari adanya pesaing baru, maka akan menjadi ancaman terhadap UD. Mulia Kasih Wood. Untuk itu perlu dilakukan analisa strategi untuk menghadapi masalah tersebut.

2. Ketersediaan bahan baku

Bahan baku utama yang diperlukan dalam usaha ini adalah kayu, dengan demikian pemilik usaha harus memikirkan permintaan kayu kedepannya dapat teratasi.

3. Peraturan pemerintah

Adanya perubahan peraturan pemerintah seperti syarat pendirian usaha, dan lokasi usaha dari lingkungan masyarakat.

4. Perpajakan meningkat

Jika perpajakan dari suatu usaha meningkat tentunya akan menjadi ancaman bagi usaha tersebut karena akan menambah biaya pengeluaran yang besar.

5. Tenaga kerja

Tenaga kerja tentunya berperan penting dalam usaha ini, dari hasil wawancara bahwa perekrutan karyawan yang betul – betul menguasai teknik pembuatan mebel sangat susah.

**Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI)**

Penilaian bobot untuk evaluasi faktor internal (EFI) dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1** Penilaian bobot evaluasi faktor internal (EFI)

| <b>Faktor Internal</b>      |                      | <b>Pengaruh</b>  |                   |              |
|-----------------------------|----------------------|------------------|-------------------|--------------|
| <b>Kekuatan (Strength)</b>  | <b>Nilai (1 – 4)</b> | <b>Bobot (B)</b> | <b>Rating (R)</b> | <b>B x R</b> |
| Peluang pasar               | 3                    | 0,09             | 4                 | 0,36         |
| Kualitas produk             | 4                    | 0,12             | 4                 | 0,48         |
| Skill tenaga kerja          | 4                    | 0,12             | 3                 | 0,36         |
| Harga jual                  | 3                    | 0,09             | 3                 | 0,27         |
| Lokasi usaha                | 3                    | 0,09             | 3                 | 0,27         |
| strategis                   |                      |                  |                   |              |
| <b>Sub Total</b>            |                      |                  |                   | <b>1,74</b>  |
| <b>Kelemahan (Weakness)</b> |                      |                  |                   |              |
| Promosi                     | 3                    | 0,09             | 2                 | 0,18         |
| Permodalan                  | 4                    | 0,12             | 1                 | 0,12         |
| Penyaluran distributor      | 3                    | 0,09             | 1                 | 0,09         |
| Sumber Daya                 | 3                    | 0,09             | 2                 | 0,18         |
| Manusia                     |                      |                  |                   |              |
| Manajemen keuangan          | 3                    | 0,09             | 1                 | 0,09         |
| <b>Total</b>                | <b>33</b>            | <b>1,00</b>      |                   | <b>0,66</b>  |

Sumber: Hasil penelitian, Februari 2017

**Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)**

Penilaian bobot untuk faktor – faktor kunci eksternal dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2** Penilaian bobot evaluasi faktor eksternal (EFE)

| <b>Faktor Eksternal</b>      |                    | <b>Pengaruh</b>  |                   |              |
|------------------------------|--------------------|------------------|-------------------|--------------|
| <b>Peluang (Opportunity)</b> | <b>Nilai (1–4)</b> | <b>Bobot (B)</b> | <b>Rating (R)</b> | <b>B x R</b> |
| Persaingan untuk usaha       | 3                  | 0,09             | 4                 | 0,36         |
| Substitusi distribusi produk | 4                  | 0,12             | 3                 | 0,36         |
| Penanam modal                | 4                  | 0,12             | 3                 | 0,36         |
| Perkembangan IPTEK           | 3                  | 0,09             | 3                 | 0,27         |
| Kerja sama pemerintah        | 4                  | 0,12             | 2                 | 0,24         |
| <b>Sub Total</b>             |                    |                  |                   | <b>1,59</b>  |

| <b>Ancaman (Threat)</b> |           |             |   |             |
|-------------------------|-----------|-------------|---|-------------|
| Persaing baru           | 3         | 0,09        | 1 | 0,09        |
| Ketersediaan bahan baku | 4         | 0,12        | 2 | 0,24        |
| Peraturan pemerintah    | 2         | 0,05        | 2 | 0,10        |
| Tenaga kerja            | 3         | 0,09        | 1 | 0,09        |
| Perpajakan meningkat    | 3         | 0,09        | 1 | 0,09        |
| <b>Total</b>            | <b>33</b> | <b>1,00</b> |   | <b>0,61</b> |

Sumber : Hasil penelitian, Februari 2017

**Analisa Metode SWOT**

Dari hasil pengolahan data dari faktor – faktor internal dan eksternal di atas dapat dilihat pada tabel matriks IFAS + EFAS berikut ini.

**Tabel 3** Matriks IFAS + EFAS

|                             |             |                        |             |
|-----------------------------|-------------|------------------------|-------------|
| Sub total Strengths (S)     | 1,74        | Sub total Weakness (W) | 0,66        |
| Sub total Opportunities (O) | 1,59        | Sub total Threats (T)  | 0,61        |
| <b>Total S + O</b>          | <b>3,33</b> | <b>Total W + T</b>     | <b>1,27</b> |

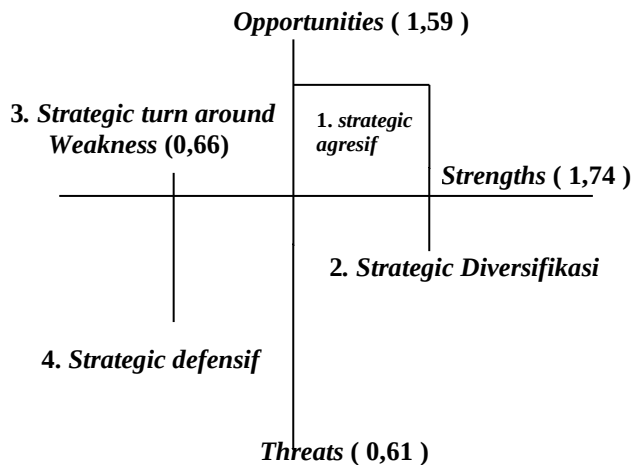
Dari hasil analisa SWOT diperoleh nilai skor kekuatan lebih besar dari pada kelemahan ( $1,74 > 0,66$ ), dan peluang lebih besar dari pada ancaman ( $1,59 > 0,61$ ). Dengan demikian strategi pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood berada pada kondisi kekuatan dan peluang (*Strengths – Opportunities*). Untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood dengan analisa SWOT dapat dilihat seperti gambar 1 berikut.

**Matriks SWOT**

Dengan menggunakan data dari tabel evaluasi faktor internal / EFI dan evaluasi faktor eksternal EFE, faktor – faktor (kekuatan – kelemahan) dan (peluang– ancaman) dimasukkan ke dalam matriks SWOT. Untuk matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 4.

Alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan analisa matriks SWOT berdasarkan gabungan data faktor internal dan faktor eksternal. Ada 4 alternatif strategi yang dapat dirumuskan dalam matriks SWOT, yaitu:

1. Strategi *Strengths Opportunities* (SO)
2. Strategi *Strengths Threats* (ST)
3. Strategi *Weakness Opportunities* (WO)
4. Strategi *Weakness Threats* (WT)



**Gambar 1** Posisi alternatif strategi pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood dengan analisa SWOT

### Analisa Dengan Metode AHP ( *Analytical Hierarchy Process* )

Tahap perhitungan AHP dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui produk yang memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga UD. Mulia Kasih Wood dapat menentukan keputusan pengembangan usaha terhadap produksi produknya.

Sistem pendukung keputusan penentuan kriteria pengembangan usaha menggunakan 3 faktor kriteria, yaitu:

1. Pintu dan jendela
2. Mebel
3. Kosen

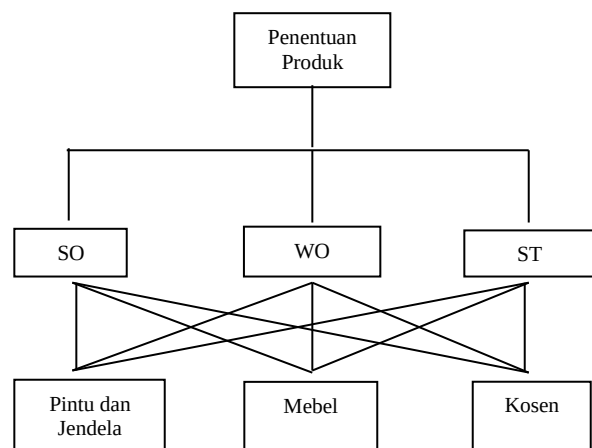
**Tabel 4** Matriks SWOT

|                                                             | <b>Strengths ( S )</b>                                                                                        | <b>Weakness ( W )</b>                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internal</b>                                             | 1. Peluang pasar<br>2. Kualitas produk<br>3. Skill tenaga kerja<br>4. Harga jual<br>5. Lokasi usaha strategis | 1. Promosi<br>2. Permodalan<br>3. Penyaluran distributor<br>4. SDM (Sumber Daya Manusia)<br>5. Manajemen keuangan masih sederhana |
| <b>Eksternal</b>                                            |                                                                                                               |                                                                                                                                   |
| <b>Opportunities ( O )</b>                                  | <u>Strategi SO</u>                                                                                            | <u>Strategi WO</u>                                                                                                                |
| 1. Persaingan untuk usaha<br>2. Subsitusi distribusi produk | 1. Memperluas pemasaran dengan kualitas produk yang baik                                                      | 1. Meningkatkan promosi usaha dan produk<br>2. Menjaga kestabilan /                                                               |

|                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. Penanam modal<br>4. Perkembangan IPTEK<br>5. Kerjasama pemerintah                                                   | 2. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis karena belum ada persaingan untuk usaha yang sama<br>3. Meningkatkan skill tenaga kerja untuk menambah produktivitas produksi         | keseimbangan modal usaha<br>3. Meningkatkan SDM dan mengoptimalkan manajemen keuangan<br>4. Mengoptimalkan pendistribusian produk untuk mengembangkan pasar global |
| <b>Threats ( T )</b>                                                                                                   | <b>Strategi ST</b>                                                                                                                                                                | <b>Strategi WT</b>                                                                                                                                                 |
| 1. Pesaing baru<br>2. Ketersediaan bahan baku<br>3. Peraturan pemerintah<br>4. Tenaga kerja<br>5. Perpajakan meningkat | 1. Kualitas Produk<br>2. Menjaga ketersediaan bahan baku agar tetap terkendali ke masa yang akan datang<br>3. Perlu dipikirkan jika suatu saat ada perubahan peraturan pemerintah | 1. Perlu waspada akan adanya pesaing usaha yang baru kedepannya<br>2. Perlu ditingkatkan penyaluran melalui distributor.                                           |

### Pohon Hirarki

Berdasarkan faktor kriteria dan alternatif pada masing – masing kriteria tersebut maka dapat digambarkan urutan hirarkinya seperti gambar 2.



**Gambar 2** Urutan hirarki sistem

### Rata-Rata Normalisasi

Kemudian setiap elemen pada dibagi dengan jumlah perkolom untuk mendapatkan rata – rata normalisasi. Maka, hasil nilai rata-rata normalisasi dapat ditunjukkan pada table 5 berikut ini:

**Tabel 5.** Rata-rata normalisasi

|    | SO   | WO   | ST   | WT   |
|----|------|------|------|------|
| SO | 0,57 | 0,48 | 0,67 | 0,33 |
| WO | 0,11 | 0,09 | 0,05 | 0,26 |
| ST | 0,19 | 0,39 | 0,22 | 0,33 |
| WT | 0,11 | 0,02 | 0,04 | 0,06 |

### Penjumlahan Baris

Setelah nilai rata-rata normalisasi diperoleh, kemudian dilakukan penjumlahan baris untuk mendapatkan nilai *priority vektor*.

Kemudian hasil penjumlahan yang di lakukan secara horizontal dibagi dengan total penjumlahan tersebut untuk memperoleh nilai *priority vektor*. Maka, di peroleh nilai *priority vector* seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 6** Hasil Perhitungan

|    | SO   | WO   | ST   | WT   | PV   | HK   | HK / PV |
|----|------|------|------|------|------|------|---------|
| SO | 1,00 | 5,00 | 3,00 | 5,00 | 0,52 | 2,26 | 4,34    |
| WO | 0,20 | 1,00 | 0,25 | 4,00 | 0,13 | 0,50 | 3,84    |
| ST | 0,33 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 0,28 | 1,07 | 3,82    |
| WT | 0,20 | 0,25 | 0,20 | 1,00 | 0,05 | 0,23 | 0,01    |

### Mencari *Eigen Value* ( $\lambda_{maks}$ )

Mencari *Eigen Value* (  $\lambda_{maks}$  ) dengan cara menjumlahkan hasil kali dibagi *priority vektor*, kemudian dibagi dengan banyak elemen (  $n = 4$  ).

$$\lambda_{maks} = \frac{4,34 + 3,84 + 3,82 + 0,01}{4} = \frac{12,01}{4} = 3,0025$$

### Menghitung Indeks Konsistensi ( *Consistency Index* ) dengan rumus :

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

Dimana : CI = *Consistency Index*

$\lambda_{maks}$  = *Eigen Value*

n = Banyak elemen

$$CI = \frac{3,0025 - 4}{4 - 1} = \frac{-0,9975}{3} = -0,3325$$

### Menghitung Rasio Konsistensi

dengan rumus :

$$CR = CI / RC$$

dimana:

CR = *Consistency Rasio*

CI = *Consistency Index*

RC = *Random Consistency*

$$CR = \frac{-0,3325}{0,90} = -0,3694$$

Nilai *Consistency ratio* ( CR ) diperoleh  $-0,3694 \leq 0,1$ , maka matriks diatas dinyatakan konsisten. Dengan demikian nilai *priority vektor* dapat digunakan. Setelah nilai *consistency ratio* diperoleh, maka dilakukan langkah – langkah selanjutnya yaitu menghitung nilai kriteria tiap kandidat produk ( Pintu dan jendela, mebel, kosen ).

**Tabel 7** Rata-rata Normalisasi

|    | PJ   | M    | K    |
|----|------|------|------|
| PJ | 0,68 | 0,61 | 0,5  |
| M  | 0,17 | 0,15 | 0,33 |
| K  | 0,23 | 0,07 | 0,16 |

Setelah nilai rata – rata normalisasi diperoleh, nilai tersebut kemudian dilakukan penjumlahan secara horizontal untuk mendapatkan nilai *priority vektor*. Hasil penjumlahan yang di lakukan secara horizontal dibagi dengan total penjumlahan tersebut untuk memperoleh nilai *priority vector*, yaitu seperti tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8** *Priority Vektor*

|        | PJ   | M    | K    | Jumlah | PV   |
|--------|------|------|------|--------|------|
| PJ     | 0,68 | 0,61 | 0,5  | 1,79   | 0,61 |
| M      | 0,17 | 0,15 | 0,33 | 0,65   | 0,22 |
| K      | 0,23 | 0,07 | 0,16 | 0,46   | 0,15 |
| Jumlah |      |      |      | 2,9    |      |

Setelah hasil perkalian matriks dengan nilai *priority vektor*, selesai dibagi dengan nilai *priority vektor*, maka diperoleh hasil perhitungan seperti tabel 9 berikut ini.

**Tabel 9** Hasil Perhitungan

|    | PJ   | M   | K | PV   | HK   | HK / PV |
|----|------|-----|---|------|------|---------|
| PJ | 1    | 5   | 3 | 0,61 | 2,16 | 3,54    |
| M  | 0,25 | 1   | 2 | 0,22 | 0,67 | 3,04    |
| K  | 0,2  | 0,5 | 1 | 0,15 | 0,38 | 0,53    |

### Mencari *Eigen Value* ( $\lambda$ maks )

Dengan cara menjumlahkan hasil kali dibagi *priority vector*, kemudian di bagi dengan banyak elemen (  $n=3$  ).

$$\begin{aligned}\lambda_{\text{maks}} &= \frac{3,54 + 3,04 + 0,53}{3} \\ &= \frac{7,11}{3} \\ &= 2,37\end{aligned}$$

### Menghitung Indeks Konsistensi (*Consistency Index*)

dengan rumus :

$$CI = \frac{\lambda_{\text{maks}} - n}{n - 1}$$

Dimana : CI = *Consistency Index*

$\lambda_{\text{maks}}$  = *Eigen value*

n = Banyak elemen

$$\begin{aligned}CI &= \frac{2,37 - 3}{3 - 1} \\ &= \frac{-0,63}{2} \\ &= -0,315\end{aligned}$$

### Menghitung Rasio Konsistensi

dengan rumus :

$$CR = \frac{CI}{RC}$$

dimana:

CR = *Consistency Ratio*

CI = *Consistency Index*

RC = *Random Consistency*

$$\begin{aligned}CR &= \frac{-0,315}{0,58} \\ &= -0,54\end{aligned}$$

Nilai *Consistency ratio* ( CR ) diperoleh  $-0,54 \leq 0,1$ , matriks di atas dinyatakan konsisten. Dengan demikian nilai *priority vektor* dapat digunakan.

### Analisis Strategi Dengan Metode AHP ( *Analitycal Hierarchy Process* )

Dari pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan metode AHP, maka penentuan kriteria strategi dapat dianalisis sebagai berikut:

#### 1. Penentuan kriteria strategi

Hasil penentuan kriteria strategi yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini.

**Tabel 10** Penentuan Kriteria Strategi

| Kriteria | Nama kriteria                  | Priority vektor |
|----------|--------------------------------|-----------------|
| SO       | <i>Strengths Opportunities</i> | 0,52            |
| WO       | <i>Weakness Opportunities</i>  | 0,13            |
| ST       | <i>Strengths Threats</i>       | 0,28            |
| WT       | <i>Weakness Threats</i>        | 0,05            |

Berdasarkan nilai *priority vektor* yang ditunjukkan pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa kriteria strategi yang diterapkan pada pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood yaitu:

- I. *Strengths Opportunities* = Memaksimalkan kekuatan dan peluang .
- II. *Strengths Threats* = Memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan ancaman .
- III. *Weakness Opportunities* = Meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan peluang .
- IV. *Weakness Threats* = Meminimalkan kelemahan dan ancaman.

#### 2. Penentuan kriteria produk

Hasil penentuan kriteria produk yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini.

**Tabel 11** Penentuan Kriteria Produk

| Kandidat | Nama kandidat     | Priority vektor |
|----------|-------------------|-----------------|
| Ka. 1    | Pintu dan Jendela | 0,61            |
| Ka. 2    | Mebel             | 0,22            |
| Ka. 3    | Kosen             | 0,15            |

Berdasarkan nilai *priority vektor* yang ditunjukkan pada tabel di atas maka diperoleh keputusan pemilihan kriteria produk untuk pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood, yaitu:

- I. Pintu dan jendela = Pilihan utama .
- II. Kosen = Pilihan ke dua.
- III. Mebel = Pilihan ke tiga .

### KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengolahan data menggunakan metode SWOT dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan usaha UD. Mulia Kasih Wood berada pada posisi strategi agresif (*Strengths – Opportunities*). Dari hasil Matriks SWOT maka ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk menghadapi persaingan, yaitu *Strengths – Opportunities* ( SO ) yaitu Memperluas pemasaran dengan kualitas produk yang baik. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis karena tingkat transportasi lancar dan mudah dijangkau konsumen / pelanggan. Meningkatkan *skill* tenaga kerja untuk menambah produktivitas produksi.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

---

- Athori Agus, Supriyono, Desember 2013, Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada perusahaan Snack Lucky Olypic Kediri. Gunawan Yenni, Dkk, 2013, Pengelolaan dan pengembangan usaha pengolahan kayu pada CV. Karya Jaya Nusantara Surabaya.
- Nisibu Iskandar Z, Mei 2009, Penerapan metode AHP dalam sistem pendukung keputusan penempatan karyawan menggunakan aplikasi Expert Choice.
- Rangkuti Freddy, Agustus 1997, Analisis SWOT : Teknik membedah kasus bisnis, Penerbit PT Gramedia pustaka utama, Jakarta.
- Saaty Thomas L, 1991, Proses hirarki analitik untuk pengambilan keputusan dalam situasi yang kompleks, PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Situmorang Syafrizal Helmi, 2011, Bisnis konsep dan kasus. Cetakan 1, Medan: USU pers.
- Sukirno Sadono, Dkk, 2011, Pengantar bisnis, Jakarta, Kencana.
- Supriatna Aminah, Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak Studi kasus UMKM Careuth Coffee Rancabali- Ciwidey, Bandung.