

BAB 5 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh beberapa alternatif yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan strategi pengelolaan yang sesuai. Tiga metode yang digunakan mampu mengurangi tingkat subjektivitas dalam proses pengambilan keputusan karena melibatkan beberapa prosedur penilaian yang harus dilakukan dengan baik. Dari hasil studi ini dapat diusulkan alternatif strategi sebagai berikut :

- a. Metode AHP memberikan keputusan alternatif strategi terbaik adalah pemberian presentasi atau pelatihan (0,360). Peringkat kedua adalah membuat 2 kelompok permintaan (0,321) dan peringkat terakhir adalah membuat sistem informasi (0,319).
- b. Metode TOPSIS memberikan keputusan alternatif strategi terbaik adalah membuat 2 kelompok permintaan (0,553). Peringkat kedua adalah pemberian presentasi atau pelatihan(0,446) dan yang terakhir adalah membuat sistem informasi (0).
- c. Metode integrasi AHP-TOPSIS memberikan keputusan alternatif strategi terbaik adalah pemberian presentasi atau pelatihan (0,672). Peringkat kedua adalah membuat 2 kelompok permintaan (0,501) dan peringkat terakhir adalah membuat sistem informasi (0,486).

DAFTAR PUSTAKA

- Adamcsek, E. (2008). The analytical hierarchy process and its generalizations. (Tesis). Eotvos Lorand University.
- Aloini, D., Dulmin, R., dan Mininno, V. (2014). A peer IF-TOPSIS based decision support system for packaging machine selection. *Expert System With Applications*, 41, 2157-2165.
- Basyaib, F. (2006). *Teori Pembuatan Keputusan*. Grasindo.
- Dyer, R.F. dan Forman, E.H. (1991). *An analytic approach to marketing decisions*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Gurcan, O.F., Yazici, I., Beyca, O.F., Arslan, C.Y., dan Eldemir, F. (2016). Third party logistics (3PL) provider selection with AHP application. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 235, 226-234.
- Karahalios, H. (2017). The application of the AHP-TOPSIS for evaluating ballast water treatment systems by ship operators. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 52, 172-184.
- Kim, G., Park, C.S., dan Yoon, K.P. (1997). Identifying investment opportunities for advanced manufacturing systems with comparative-integrated performance measurement. *International Journal of Production Economics*, 50(1), 23-33.
- Krohling, R.A., dan Campanharo, V.C. (2011). Fuzzy TOPSIS for group decision making: a case study for accidents with oil spill in the sea. *Expert Syst. Appl.*, 38(4), 4190-4197.
- Lee, S.K., Mogi, G., Kim, J.W., & Gim, B.J. (2008). A fuzzy analytic hierarchy process approach for assessing national competitiveness in the hydrogen technology sector. *International Journal of Hydrogen Energy*, 33(23), 6840-6848.
- Saaty, T. (1980). *The analytic hierarchy process*. New York: McGraw-Hill.

Senouci M.A., Mushtaq S., Hoceini S., dan Mellouk A. (2016). TOPSIS-based dynamic approach for mobile network interface selection. *Computer Networks* (2016).

Shih, H.S., Shyur, H.J., dan Lee E.S. (2007). An extension of TOPSIS group decision making. *Mathematical and Computer Modelling*, 45, 801-813.

Yildirim, Z., Ivrendi, M. (2016). Exchange rate fluctuations and macroeconomic performance: Evidence from four fast-growing emerging economies. *Journal of Economic Studies*, 43(5), 678-698.

Zeleny, M. (1982). *Multiple criteria decision making*. New York: McGraw-Hill.



Lampiran 1. Form Pertanyaan Awal UKM Mikro Teknik

1. UKM Mikro Teknik bergerak dalam bidang apa?
2. Barang apa saja yang dijual?
3. Siapa target pasar UKM Mikro Teknik?
4. Bagaimana cara perusahaan bekerja?
5. Bagaimana keadaan perusahaan saat ini?
6. Kenapa kinerja perusahaan menurun?
7. Apa langkah-langkah yang sudah dilakukan ?
8. Bagaimana cara menentukan langkah-langkah tersebut?
9. Apa langkah-langkah tersebut sudah efektif?
10. Apa yang diharapkan perusahaan ke depan?



Lampiran 2. Jawaban Pertanyaan Awal UKM Mikro Teknik

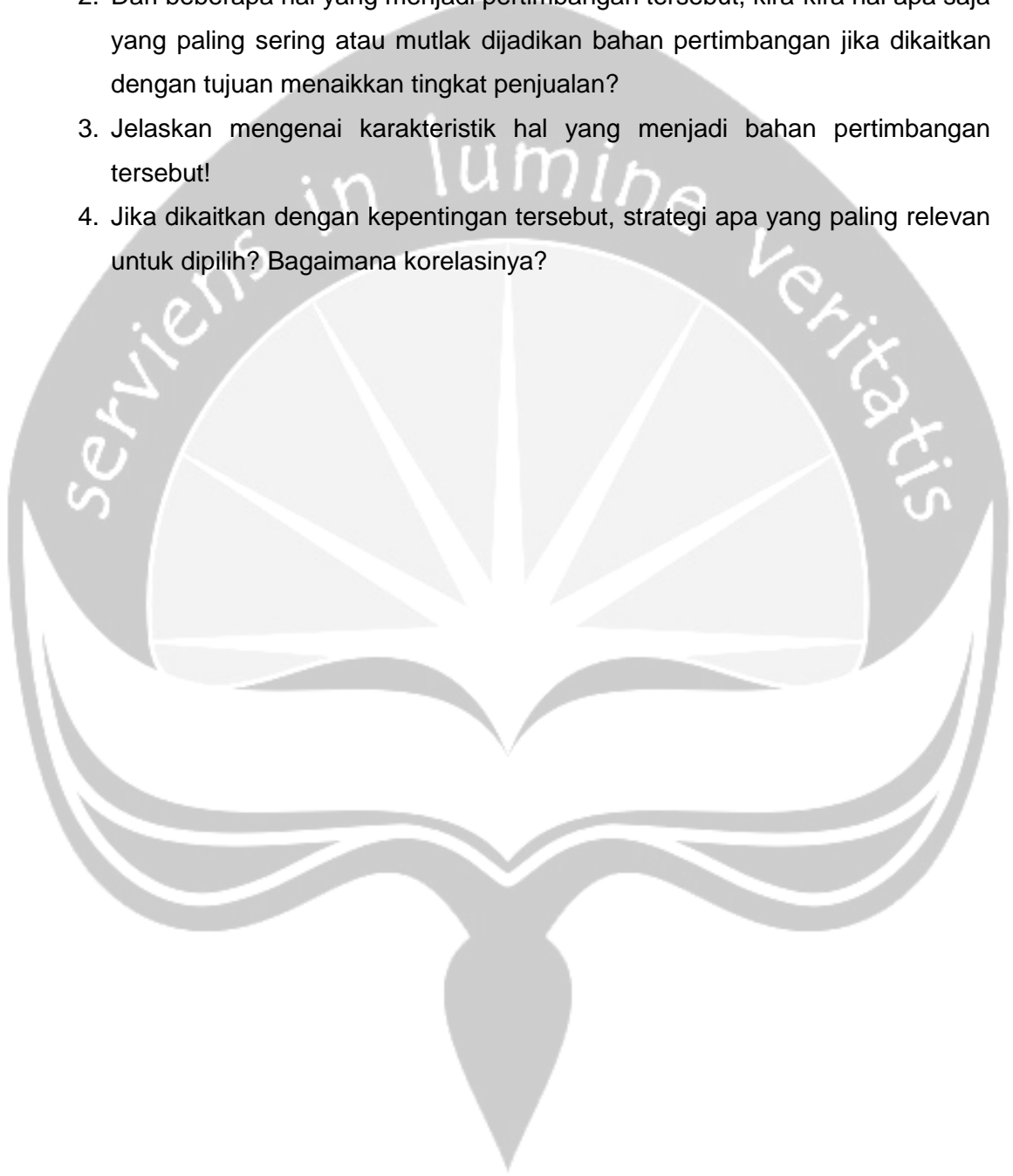
1. UKM Mikro Teknik bergerak dalam bidang penjualan produk pendukung kegiatan industri. Produk yang dijual merupakan produk-produk berkualitas terbaik.
2. Kebanyakan berupa produk perkakas potong seperti pahat, *holder* pahat, *end mill*, *tap*, mesin gerinda portabel, dan aksesoris permesinan Merk yang dipegang saat ini adalah ISCAR dan PRECISE.
3. Semua perusahaan manufaktur di bagian Indonesia Timur. Khususnya di Jawa Timur, Kalimantan, dan beberapa di Jawa Tengah.
4. Perusahaan masuk ke perusahaan-perusahaan lewat *sales*. Perusahaan biasanya akan mengatakan apa yang dibutuhkan dan kemudian penawaran barang serta harga akan diserahkan ke perusahaan. Jika penawaran tersebut sudah disetujui perusahaan, maka pesanan akan dikirim. UKM Mikro Teknik juga menawarkan konsultasi dan *aftersales* sehingga konsumen bisa mendapatkan pertanggung jawaban atas barang yang dibelinya.
5. Kerja perusahaan menurun karena dari 5 tahun terakhir penjualan tidak pernah mencapai target yang diharapkan.
6. Karena konsumen lebih mencari produk yang lebih murah, sedangkan produk kami merupakan produk dengan kualitas terbaik yang secara otomatis harganya juga lebih mahal. Selain itu, karena adanya internet, konsumen bisa mencari produk sendiri tanpa melewati kami. Ada konsumen yang sudah lama tidak pesan, setelah dikunjungi kembali ternyata sudah menggunakan produk lain yang mereka cari sendiri.
7. Mengunjungi ulang masing-masing konsumen untuk menjelaskan apa kelebihan dan kekurangan jika tidak menggunakan produk kami. Selain itu, kami melakukan pengerjaan manufaktur kecil-kecilan dengan mensubkontrakkan pengerjaan ke bengkel pihak ketiga untuk menambah pemasukkan.
8. Pemikiran langkah-langkah yang akan dijalankan di UKM Mikro Teknik dilakukan dengan melakukan rundingan antara pemilik usaha, tenaga penjual, dan staf keuangan. Penentuan keputusan sepenuhnya dilakukan oleh pemilik usaha.
9. Kurang efektif karena beberapa hal yang dilakukan bukan merupakan keahlian kami.

10. Tetap bertahan dengan tetap mengandalkan keunggulan dan mempertimbangkan penambahan opsi perluasan segmen pasar dan bidang usaha. Harapan yang lebih jauh lagi supaya bisa menjadi “Carefour” di bidang teknik.



Lampiran 3. Form Pertanyaan Lanjutan

1. Hal apa saja yang biasanya diperhitungkan untuk menentukan suatu keputusan?
2. Dari beberapa hal yang menjadi pertimbangan tersebut, kira-kira hal apa saja yang paling sering atau mutlak dijadikan bahan pertimbangan jika dikaitkan dengan tujuan menaikkan tingkat penjualan?
3. Jelaskan mengenai karakteristik hal yang menjadi bahan pertimbangan tersebut!
4. Jika dikaitkan dengan kepentingan tersebut, strategi apa yang paling relevan untuk dipilih? Bagaimana korelasinya?



Lampiran 4. Jawaban Pertanyaan Lanjutan

1. Harga jual produk, pengiriman, dukungan pemilik produk, strategi cara penjualan, kemampuan *sales*, wilayah tempat jual, kemampuan konsumen, kepuasan konsumen, dan masih ada yang lainnya.
2. Harga produk, kepuasan konsumen, strategi penjualan, dan dukungan pemilik produk.
3. Untuk harga, harga barang dan kualitasnya sesuai dengan konsumen. Semakin kompetitif semakin bagus. Strategi penjualan dipengaruhi oleh kemudahan penyusunan materi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kepuasan pelanggan dilihat dari kemampuan untuk memenuhi ekspektasi konsumen, seperti kemaksimalan fungsi produk, kesesuaian dengan kebutuhan, kecepatan respons, dll. Dukungan pemilik produk itu berupa kemudahan untuk berkomunikasi dengan pemilik produk sehingga produknya nanti bisa sesuai dengan keinginan. Yang diinginkan dari pemilik produk adalah informasi tentang ketersediaan stok, pelayanan teknis, kecepatan pengiriman, harga yang kompetitif, dll.
4. Ada 3, yaitu pemberian *training* ke perusahaan-perusahaan, membuat 2 kelompok produk, dan membuat sistem informasi berupa *website* dan toko *online*. Jika membuat 2 kelompok produk, konsumen bertambah karena segmen pasar bertambah. Nantinya ada 2 jenis barang dengan kualitas tinggi (harga tinggi) dan kualitas seadanya (harga murah). Strategi penjualan tidak perlu rumit karena jika konsumen tidak mau harga mahal, bisa ditawarkan harga yang lebih murah. Di sisi lain, harus ada pencarian pemilik produk baru yang sesuai dengan UKM Mikro Teknik. Untuk pemberian *training*, UKM Mikro Teknik bertindak sebagai *trainer* yang bekerja sama dengan pemilik produk untuk menyediakan jasa penyuluhan, pelatihan, dan barang *demo*. Konsumen akan diajarkan mengenai memilih dan menggunakan barang yang benar sehingga tidak hanya melihat produk sebagai biaya, melainkan lebih sebagai alat yang membantu pekerjaan. Konsumen diajak untuk berhitung secara investasi jangka panjang jika memakai produk kualitas jelek atau kualitas baik. Tetapi karena adanya pelatihan ini, biaya pelatihan akan sedikit dibebankan kepada konsumen sehingga harga sedikit lebih tinggi. Untuk membuat sistem informasi, harga akan bisa dilihat oleh konsumen secara langsung. Penerapan harga untuk suatu barang akhirnya ditetapkan dalam sekali kerja. Hal ini

menyebabkan harga produk lebih tinggi karena adanya nilai keamanan yang dibebankan untuk menjaga keuntungan jika nilai dolar naik/turun. *Sales* bisa lebih fokus di penjualan karena semua informasi produk sudah tertera di halaman *website*. Dukungan pemilik produk dibutuhkan untuk menjaga ketersediaan produk dan menjaga harga agar tetap bersaing.



Lampiran 5. Form Pengisian Perbandingan Kepentingan Metode AHP

KRITERIA	Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk
Harga	1			
Strategi Penjualan		1		
Kepuasan Pelanggan			1	
Dukungan Pemilik Produk				1

Harga	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1		
Pemberian presentasi atau pelatihan		1	
Membuat sistem informasi penjualan			1

Strategi Penjualan	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1		
Pemberian presentasi atau pelatihan		1	
Membuat sistem informasi penjualan			1

Kepuasan Pelanggan	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1		
Pemberian presentasi atau pelatihan		1	
Membuat sistem informasi penjualan			1

Dukungan Pemilik Produk	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1		
Pemberian presentasi atau pelatihan		1	
Membuat sistem informasi penjualan			1

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Sama penting
3	Sedikit lebih penting
5	Lebih penting
7	Jauh lebih penting
9	Mutlak penting
2,4,6,8	Nilai antara dua pertimbangan yang berdekatan

Lampiran 6. Jawaban Form Pengisian AHP

KRITERIA	Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk
Harga	1	0,25	0,33	0,33
Strategi Penjualan	4	1	1	0,5
Kepuasan Pelanggan	3	1	1	2
Dukungan Pemilik Produk	3	2	0,5	1

Harga	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1	5	3
Pemberian presentasi atau pelatihan	0,2	1	0,33
Membuat sistem informasi penjualan	0,33	3	1

Strategi Penjualan	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1	1	1
Pemberian presentasi atau pelatihan	1	1	0,5
Membuat sistem informasi penjualan	1	2	1

Kepuasan Pelanggan	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1	1	2
Pemberian presentasi atau pelatihan	1	1	3
Membuat sistem informasi penjualan	0,5	0,33	1

Dukungan Pemilik Produk	Membuat 2 kelompok permintaan	Pemberian presentasi atau training	Membuat sistem informasi penjualan
Membuat 2 kelompok permintaan	1	0,33	0,33
Pemberian presentasi atau pelatihan	3	1	1
Membuat sistem informasi penjualan	3	1	1

Lampiran 7. Form Pengisian Perbandingan Kepentingan Metode TOPSIS

Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk

	Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk
Membuat 2 kelompok permintaan				
Pemberian presentasi atau pelatihan				
Membuat sistem informasi penjualan				

Angka	Pernyataan
1	Sangat penting
2	Penting
3	Netral
4	Tidak penting
5	Sangat tidak penting

Lampiran 8. Jawaban Form Pengisian TOPSIS

Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk
1	3	2	2

	Harga	Strategi Penjualan	Kepuasan Pelanggan	Dukungan Pemilik Produk
Membuat 2 kelompok permintaan	2	2	3	2
Pemberian presentasi atau pelatihan	3	3	2	1
Membuat sistem informasi penjualan	2	2	2	1

Lampiran 9. Naskah Publikasi Seminar IDEC 2017

