

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Inovasi produk merupakan salah satu aspek penting di dalam perusahaan. Inovasi produk memberikan dampak pada kemajuan perusahaan. Inovasi produk dibedakan menjadi inovasi fitur baru pada produk yang telah ada dan menambahkan lini produk baru yang belum pernah dibuat sebelumnya. Keberhasilan inovasi produk diukur berdasarkan respon yang diberikan konsumen. Respon positif yang diberikan oleh konsumen memberikan jawaban bagi perusahaan bahwa produk yang dibuat dapat memenuhi ekspektasi konsumen.

Hal-hal tersebut menjadi pertimbangan dalam melakukan penelitian mengenai inovasi produk. Penelitian ini dilakukan juga tidak lepas dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai bahan kajian. Penelitian yang digunakan sebagai bahan kajian tidak lepas dari pembahasan mengenai inovasi produk.

##### **2.1.1. Penelitian Terhadulu**

Nadhiya (2020), melakukan penelitian mengenai inovasi produk pada Kue putu Nazka dengan menggunakan metode fenomenologi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dimana inovasi yang dilakukan adalah dengan menambahkan varian produk seperti Kue putu bolu, Kue putu pengantin serta Kue putu ulang tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil dimana konsumen merasa puas pada rasa yang enak serta ukuran dari produk yang lebih besar dan juga harga yang lebih terjangkau.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Agato, dkk (2017), dimana penelitian yang dilakukan adalah mengenai inovasi makanan dari singkong yang dilakukan di Desa Pak Bulu, Kalimantan Barat dengan tujuan untuk mengembangkan ketrampilan masyarakat di desa tersebut. Dimana metode yang digunakan ada dua yaitu penyuluhan serta praktek langsung. Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil dimana masyarakat mampu membuat produk makanan dari olahan kulit singkong yang sebelumnya dianggap limbah menjadi makanan keripik sambal kulit singkong, serta beberapa produk lain seperti *cake* singkong, *cookies* singkong dan rengginang singkong.

Helena, dkk (2021) menyajikan penelitian terkait inovasi makanan dari kacang kedelai serta pemasaran. Penelitian ini dilakukan di Desa Pacarejo dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta perekonomian desa tersebut. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kegiatan penyuluhan melalui video yang diberi penjelasan serta buku saku untuk memudahkan pembaca dan penonton dalam menangkap materi yang diberikan. Selain itu, dalam penelitian ini juga digunakan metode pendekatan secara kualitatif dengan landasan filsafat *post-positivism*. Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil dimana didapatkan beberapa produk hasil olahan kacang kedelai diantaranya adalah susu kedelai, peyek kedelai, dan bubur sumsun susu kedelai.

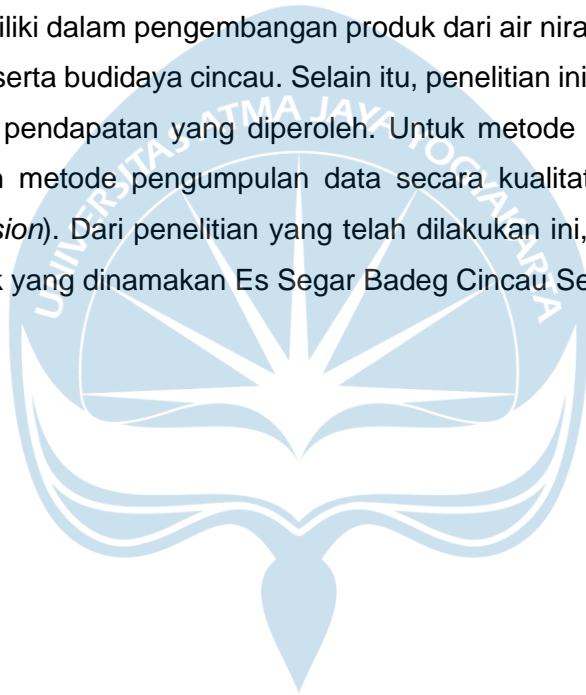
Penelitian mengenai inovasi produk juga telah dilakukan oleh Christoffel, dkk (2018) dengan tujuan untuk memberikan pemahaman pada inovasi makanan dan keterampilan berinovasi pada UKM-UKM di sekitar Universitas Sam Ratulangi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengabdian selama lima bulan serta menggunakan metode pelatihan pada UKM-UKM. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil dimana 75% peserta menganggap materi serta instruksi yang diberikan mengenai inovasi produk sangat baik.

Penelitian lain yang telah dilakukan oleh Listiawati, dkk (2021) juga membawa topik terkait inovasi produk yang dilakukan di Desa Gelam, Kecamatan Cipocok Jaya, Kabupaten Serang. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk memberikan kesadaran terkait dengan higienitas makanan, meningkatkan pengetahuan cara meningkatkan mutu dari pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi, serta meningkatkan ilmu dan kemampuan masyarakat Desa Gelam. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah dengan cara pendekatan secara partisipatif dengan memberikan pelatihan dan pembinaan. Hasil dari penelitian ini adalah masyarakat Desa Gelam mengalami peningkatan kesadaran mengenai cara pemanfaatan jamur tiram dan adanya perubahan metode proses produksi hingga pemasaran yang dilakukan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dian dan Endang (2018) yang memiliki topik terkait dengan inovasi produk olahan dari belut dan ikan lele. Dimana penelitian yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan inovasi baru dalam pemanfaatan dari budidaya belut dan ikan lele. Objek penelitian yang dilakukan terletak di Kabupaten Klaten dengan nama UKM Mina Rejeki. Metode yang

digunakan adalah dengan cara pelatihan cara menggunakan alat yang diberikan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tersebut, didapatkan hasil dimana pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UKM Mina Rejeki berjalan lancar 100% tanpa kendala. Selain itu, para pekerja di UKM Mina Rejeki mampu memanfaatkan limbah dari tulang ikan lele menjadi sebuah keripik yang dapat dijual dan dipasarkan.

Zaula, dkk (2022) telah melakukan penelitian terkait pengembangan atau inovasi produk dari badeg yang dikembangkan menjadi badeg cincau. Penelitian ini dilakukan di Desa Sokawera, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan potensi dari sumber daya yang dimiliki dalam pengembangan produk dari air nira yang didapatkan dari pohon kelapa serta budidaya cincau. Selain itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Untuk metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode pengumpulan data secara kualitatif serta FGD (*Focus Group Discussion*). Dari penelitian yang telah dilakukan ini, didapatkan hasil yaitu sebuah produk yang dinamakan Es Segar Badeg Cincau Sehati.



**Tabel 2.1. Hasil Pencarian Pustaka**

Judul Penelitian	Nama Penulis	Tahun	Tujuan	Lokasi Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
INOVASI PRODUK KUE PUTU NAZKA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI SUKABUMI JAWA BARAT	Nadhiya Destari	2020	Untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Sukabum, Jawa Barat	Sukabumi, Jawa Barat	Metode Fenomenologi dan Metode Kualitatif	Rasa lebih enak, ukuran produk yang lebih besar dan harga yang lebih terjangkau
INOVASI OLAH PANGAN DARI SINGKONG DI DESA PAK BULU KALIMANTAN BARAT	Agato dan Kardison Lumban Batu	2017	Mengembangkan keterampilan masyarakat di Desa Pak Bulu, Kalimantan Barat	Desa Pak Bulu, Kalimantan Barat	Metode Penyuluhan dan Praktek	Menghasilkan produk baru dari olahan kulit singkong yaitu keripik sambal kulit singkong, <i>cake</i> singkong dan rengginang singkong.
INOVASI POTENSI PANGAN KACANG KEDELAI: DARI OLAHAN PRODUK HINGGA PEMASARAN ONLINE	Helena Alfa R., Vania Devi P., Andreas Bagus W., Serlina, Anelia Meilani L., Tri Agung W., Amalia Kintan S., Rudy Dwi S., Clara Vinky H., Yohanes Hariyanto A., Suryo Adi Pramono	2020	Meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian Desa Pacarejo	Desa Pacarejo, Gunung Kidul, Yogyakarta	Metode Penyuluhan dan Metode Kualitatif	Menghasilkan beberapa produk olahan kacang kedelai diantaranya adalah susu kedelai, peyek kedelai dan bubur sumsum susu kedelai.
PKM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG DIJUAL DI SEPUTARAN KAMPUS UNSRAT BAHU	Christoffel Kojo, Mirah H. Rogi, dan Debri Ch. Lintong	2018	Memberikan pemahaman inovasi makanan dan ketrampilan berinovasi di sekitar UNSRAT	Manado, Sulawesi Utara	Metode Penyuluhan dan Pengabdian	Peserta mampu melakukan proses inovasi pada produk makanan serta minuman yang dijual disekitar Kampus Unsrat Batu.

**Tabel 2.1. Lanjutan**

Judul Penelitian	Nama Penulis	Tahun	Tujuan	Lokasi Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
PELATIHAN INOVASI PRODUK JAMUR TIRAM DI DESA GELAM KECAMATAN CIPOCOK JAYA	Listiawati, Dewi Surani, dan Sopiya	2021	Memberikan kesadaran terkait dengan higienitas dan mutu dari bahan baku serta produk yang dihasilkan	Desa Gelam, Kecamatan Cipocok Jaya, Kabupaten Serang, Banten	Metode Pendekatan Partisipatif	Menghasilkan produk berupa nugget jamur tiram, <i>dimsum</i> , abon, kaldu jamur dan sambal
INOVASI PRODUK MAKANAN OLAHAN MELALUI PEMBUDIDAYAAN BELUT DAN IKAN LELE SERTA PEMANFAATAN LIMBAH TULANG IKAN	Dian Indriana Hapsari dan Endang Widyastuti	2018	Memberikan inovasi baru dari pemanfaatan ikan lele dan belut	Kabupaten Klaten, Jawa Tengah	Metode Pelatihan	Pemanfaatan limbah tulang ikan khususnya lele menjadi makanan keripik.
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS EKONOMI KREATIF MELALUI INOVASI PRODUK BADEG CINCAU DI DESA SOKAWERA KECAMATAN CILONGOK KABUPATEN BANYUMAS	Zaula Rizqi Atika, Chamid Sutikno, dan Shadu Satwika Wijaya	2022	Meningkatkan potensi sumber daya yang dimiliki serta meningkatkan pendapatan	Desa Sokawera, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas	Metode Kualitatif dan FGD	Menghasilkan produk baru dinamakan Es Segar Badeg Cincau Sehati

## **2.2. Dasar Teori**

Pada sub bab ini akan dilakukan pembahasan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

### **2.2.1. Pengertian Wawancara**

Sebuah wawancara adalah suatu hal yang interaksional karena terdapat pertukaran peran, tanggung jawab, perasaan, keyakinan, motif dan informasi (Charles, 2011). Wawancara merupakan suatu metode komunikasi yang memiliki beberapa arti dari berbagai sudut pandang serta tujuan baik bagi pewawancara atau narasumber. Jika melihat dari sudut pandang pewawancara, wawancara menjadi sebuah perantara bagi pewawancara untuk mendapatkan serta mengumpulkan data-data yang diperoleh guna untuk melakukan penelitian tertentu. Sedangkan dari sudut pandang narasumber, wawancara dapat digunakan sebagai sarana untuk menyuarakan pendapat baik ide atau keterangan yang dapat menguntungkan narasumber tersebut dalam mencapai tujuannya. Namun secara umum, wawancara dapat didefinisikan sebagai percakapan atau komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terdiri dari pewawancara sebagai pencari informasi dan narasumber sebagai pemberi informasi dengan maksud untuk mencapai tujuan dari kedua pihak.

Definisi serta pengertian dari wawancara dalam buku Metode Penelitian (2006) karya Sulisty Basuki didapatkan beberapa pengertian dari wawancara menurut beberapa ahli.

- a. Menurut Kartono (1980), wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu.
- b. Menurut Kerlinger (1990), wawancara adalah situasi peran antar-pribadii berhadapan muka, ketika seseorang yakni pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban-jawaban yang relevan dengan masalah penelitian, kepada seseorang yang diwawancarai, atau informan.
- c. Menurut Banister (1998), wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu.
- d. Menurut Denzin & Lincoln (1994), wawancara adalah suatu percakapan, seni tanya jawab dan mendengarkan.

Dalam memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan, maka perlu adanya kualifikasi dalam menentukan tipe wawancara yang akan digunakan. Oleh karena

itu, dalam buku berjudul “*Interviewing Principle and Practices*” karya Charles J. Stewart, wawancara dibagi menjadi beberapa macam.

a. Wawancara Informasi

Wawancara ini memiliki tujuan untuk memperoleh informasi yang lengkap namun prosesnya dianggap lebih sederhana dan singkat.

b. Wawancara Survei

Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan atau memperoleh suatu informasi dengan menerapkan metode dan persiapan yang tertata dan terstruktur.

c. Wawancara Perekrutan

Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai profil berupa keterampilan serta perilaku dari seseorang yang bertujuan untuk memberikan tempat atau jabatan di suatu organisasi.

d. Wawancara Kinerja

Wawancara yang bertujuan untuk mengukur kemampuan guna memberikan tanggung jawab yang lebih besar kepada pekerja atau karyawan.

e. Wawancara Persuasif

Wawancara ini memiliki tujuan untuk mempengaruhi pola pikir dan tindakan seseorang guna memenuhi target dari pewawancara.

f. Wawancara Konsultasi

Wawancara ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada seseorang mengenai masalah yang sedang dihadapi narasumber.

g. Wawancara Kesehatan

Wawancara ini merupakan wawancara yang dilakukan untuk membantu tenaga kesehatan dalam mendiagnosis serta memberikan pengobatan yang tepat kepada pasien.

### **2.2.2. Why and Why Analysis**

*Why and why analysis* merupakan salah satu *tool* yang dapat digunakan untuk mencari serta mendapatkan penyebab dari akar permasalahan pada suatu objek penelitian. Penggunaan *why and why analysis* ini dilakukan dengan menentukan akar permasalahan lebih dahulu kemudian dilakukan identifikasi dari penyebab akar masalah secara berulang dan detail. Hal ini bertujuan agar didapatkan penyebab akar masalah secara lengkap dan rinci. Dalam menggunakan *tool why and why analysis* terdapat beberapa tahap yang perlu diperhatikan.

a. Melakukan penentuan akar masalah yang akan diselesaikan

- b. Melakukan observasi dan pengamatan pada objek yang akan dilakukan penyelesaian masalah
- c. Melakukan wawancara dengan *stakeholder* menggunakan pertanyaan yang akan digunakan pada *why and why analysis*
- d. Melakukan pemecahan masalah menggunakan solusi yang akan digunakan.
- e. Melakukan implementasi dari solusi yang digunakan.



Gambar 2.1. *Why and Why Analysis*

### 2.2.3. *Root Cause Analysis (RCA)*

*Root Cause Analysis (RCA)* merupakan suatu metode untuk penyelesaian permasalahan mencoba mengidentifikasi faktor penyebab dari suatu masalah atau kejadian yang tidak diharapkan (Kristanto dkk, 2018). Pengaplikasian *Root Cause Analysis* biasanya menggunakan alat berupa *fishbone diagram* yang dapat didefinisikan sebagai sebuah alat atau *tool* yang digunakan untuk menemukan sebab-sebab dari permasalahan yang terjadi dengan tujuan untuk menemukan kegagalan dari suatu sistem serta proses. Penggunaan *fishbone diagram* ini sering digunakan dalam menelusuri permasalahan karena metode pencariannya dianggap lebih teliti dan detail dengan melihat setiap lapisan yang dapat berpotensi menimbulkan akar masalah. Diagram ini pertama kali diperkenalkan oleh Kaoru Ishikawa seorang professor dalam bidang teknik yang berasal dari Jepang.

Penggunaan *fishbone diagram* ini dapat dilakukan ketika menemukan suatu penyebab dari akar masalah itu dilakukan dengan pola yang sama secara berulang. *Fishbone diagram* tidak hanya digunakan untuk menemukan dan menyelesaikan permasalahan yang sudah ada tetapi juga dapat digunakan untuk



mencegah permasalahan yang akan timbul di kemudian hari, sehingga dapat dilakukan pencegahan serta meminimalisir risiko yang ditimbulkan.

Dalam membuat sebuah *fishbone diagram* terdapat tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan.

a. Identifikasi Masalah

Tahap pertama yang harus diperhatikan adalah dengan mengerti masalah yang sedang terjadi, mulai dari *stakeholder* yang terlibat dan juga lokasi dimana permasalahan itu terjadi.

b. Mencari Penyebab Utama Masalah

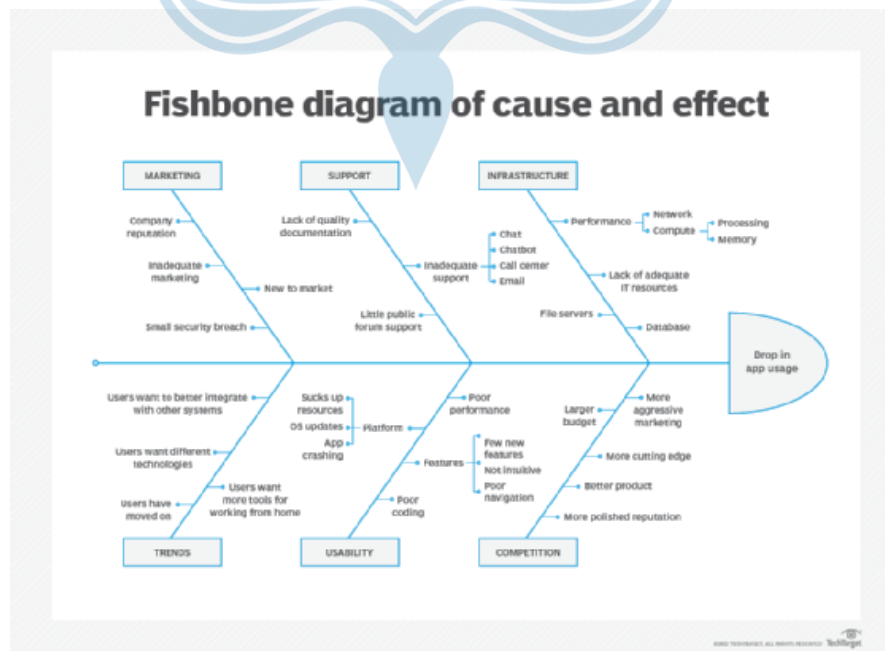
Pada tahap kedua ini, dapat dilakukan proses kategori untuk faktor-faktor yang dapat menimbulkan masalah seperti *man, method, material, machine, dan environment*.

c. Identifikasi Masalah dari Masing-Masing Faktor

Tahap ketiga yang dapat dilakukan adalah melakukan identifikasi dari penyebab masalah dari masing-masing faktor yang telah dikelompokkan sebelumnya.

d. Melakukan Analisis dari Diagram

Setelah menentukan masalah-masalah yang mungkin akan timbul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dari *fishbone diagram* yang telah dibuat agar ditemukan solusi dari tiap-tiap permasalahan.



Gambar 2.2. Diagram *Fishbone*

#### 2.2.4. Metode Kreatif

Dalam melakukan perancangan produk, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah metode kreatif. Terdapat beberapa langkah dalam melakukan perancangan produk menggunakan metode kreatif. Berikut merupakan langkah – langkah dalam melakukan perancangan produk dengan metode kreatif (Rudy dkk, 2010).

##### a. Identifikasi Masalah

Langkah pertama dalam melakukan perancangan produk dengan metode kreatif adalah melakukan identifikasi masalah dari penelitian yang akan dilakukan. Dari langkah ini akan didapatkan masalah yang ingin diselesaikan melalui perancangan produk tersebut.

##### b. Identifikasi Tujuan

Langkah kedua adalah dengan melakukan identifikasi tujuan. Tujuan yang dimaksud adalah *output* yang ingin dihasilkan dari perancangan produk untuk menyelesaikan permasalahan pada langkah sebelumnya.

##### c. Identifikasi Penyebab Masalah

Langkah ketiga adalah dengan melakukan identifikasi penyebab timbulnya masalah yang berhasil teridentifikasi sehingga dapat dicari solusinya dengan melakukan perancangan produk.

##### d. Pengembangan Konsep

Langkah keempat adalah melakukan pengembangan konsep. Pengembangan konsep bertujuan untuk memberikan beberapa alternatif gambaran produk yang ingin dibuat secara spesifik.

##### e. Perancangan Konsep

Langkah kelima adalah melakukan perancangan konsep dari ide – ide yang dihasilkan pada pengembangan konsep. Perancangan konsep menghasilkan *output* berupa bentuk jadi dari produk sebelum dilakukan langkah berikutnya.

##### f. Pemilihan Konsep

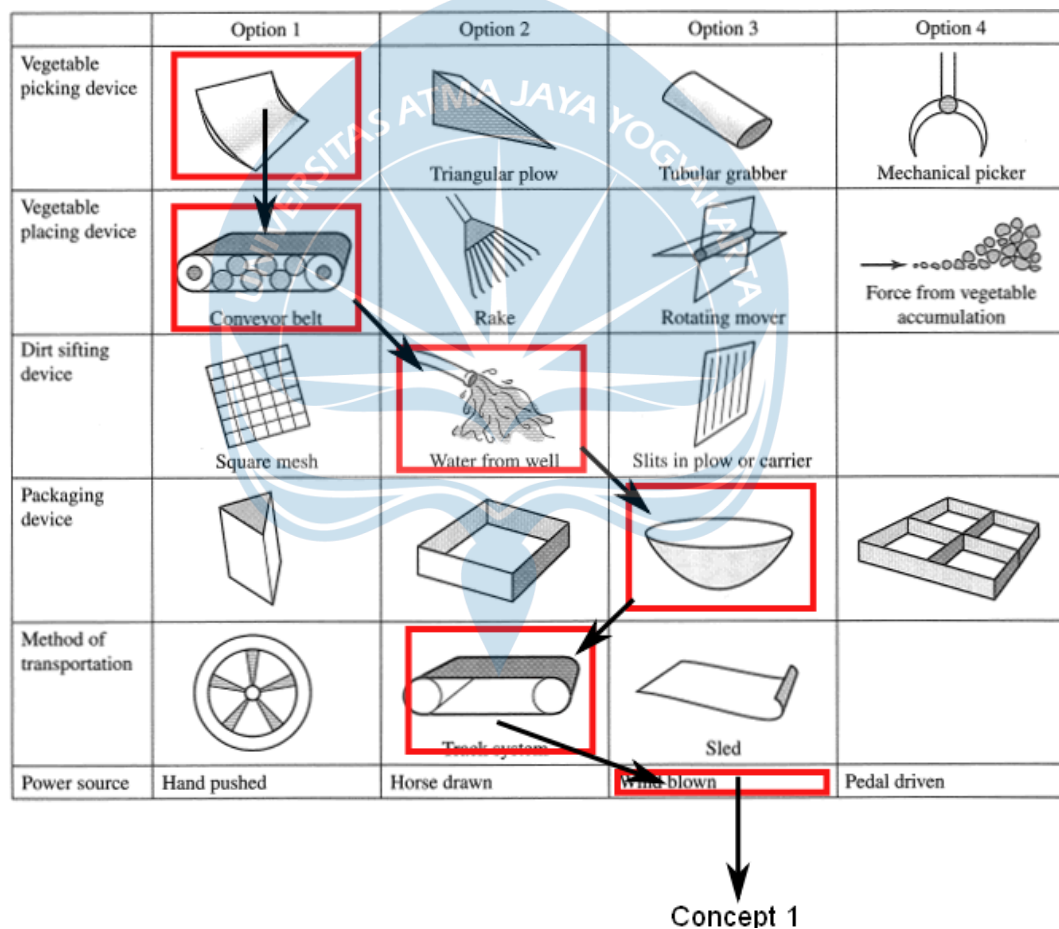
Langkah keenam adalah memilih konsep yang telah dilakukan perancangan. Pemilihan konsep ini dilakukan dengan kesepakatan yang diambil dari pihak – pihak terkait agar didapatkan hasil yang lebih objektif.

##### g. Uji Prototipe

Langkah terakhir adalah dengan melakukan uji prototipe dengan tujuan agar produk dapat bekerja dengan baik sesuai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Dari hasil uji prototipe ini dapat ditarik kesimpulan.

### 2.2.5. Morphological Chart

Diagram morfologi merupakan suatu bagian dari alat yang bersifat intuitif dan logis (Devanny dkk, 2021). Metode ini dikembangkan oleh salah satu ilmuwan bernama Fritz Zwicky dari yang sebelumnya metode ini masuk ke dalam GMA (*General Morphology Analysis*) menjadi suatu metode yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang tidak dapat diukur. Metode ini menggabungkan beberapa parameter dengan beberapa *sub-function* yang nantinya akan menghasilkan alternatif-alternatif yang dapat menjadi suatu pemecah masalah atau solusi. Gambar 2.3 merupakan tabel dari diagram morfologi dalam pembuatan *material handling* (Naz, 2018).



**Gambar 2.3. Diagram Morfologi dalam Pembuatan *Material Handling***

Diagram morfologi atau *morphological chart* sering digunakan dalam pengembangan suatu produk khususnya dalam menentukan desain. Kandungan di dalam peta atau diagram morfologi memiliki tujuan dan maksudnya sendiri. Pada kolom vertikal yang dapat dilihat pada Gambar 2.3. diartikan sebagai

parameter-parameter yang akan digunakan dalam membangkitkan sub-sub solusi. Sedangkan kolom horizontal merupakan komponen-komponen solusi yang jika digabungkan dari tiap-tiap parameter akan menciptakan suatu ide alternatif solusi khususnya *product design*. Adapun langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam pembuatan diagram morfologi sebagai berikut.

- a. Melakukan identifikasi terhadap parameter-parameter yang akan digunakan sebagai pengukur.
- b. Tuliskan tiap-tiap komponen yang ada pada masing-masing parameter.
- c. Menggabungkan beberapa komponen dari tiap parameter untuk menciptakan satu alternatif solusi.

#### **2.2.6. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai *tool* untuk melakukan perencanaan sistematis yang didasari atas empat faktor yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), ancaman (*threat*) dan peluang (*opportunities*). Penggunaan analisis SWOT ini dilakukan dengan melakukan analisis terhadap hal-hal yang berpengaruh terhadap keempat faktor yang diterapkan dalam bentuk diagram matriks. Terdapat empat faktor yang menjadi unsur penting dalam penggunaan metode SWOT ini (I Gusti dkk, 2018).

##### **a. Kekuatan (*Strengths*)**

Merupakan kelebihan dalam hal kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi yang berpengaruh terhadap kondisi dari perusahaan atau organisasi tersebut.

##### **b. Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan merupakan suatu hal yang wajar di dalam suatu keadaan, tetapi yang menjadi poin penting adalah bagaimana pengambil keputusan bertindak dalam menutupi atau meminimalisir kelemahan agar tidak menjadi suatu kerugian. Dalam hal itu, kelemahan disini dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana suatu perusahaan atau organisasi dianggap kurang mampu mengatasi masalah yang dihadapi.

##### **c. Peluang (*Opportunities*)**

Merupakan suatu kemungkinan yang dapat muncul akibat dari suatu peristiwa atau kondisi. Peluang dapat dikatakan sebagai hal yang positif karena dapat memberikan nilai tambah.

##### **d. Ancaman (*Threats*)**

Ancaman merupakan suatu faktor yang dapat berdampak negatif bagi suatu lingkungan. Ancaman ini dapat diantisipasi dengan melakukan analisis-analisis jangka panjang agar tidak menjadi suatu penghambat.



**Gambar 2.4. Contoh Analisis SWOT**

### 2.2.7. Metode Analytic Hierarchy Process (AHP)

Metode AHP merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dengan menguraikan kriteria-kriteria yang diambil dari permasalahan yang ingin diselesaikan. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki (Apip dkk, 2018). Penggunaan metode AHP lebih disarankan karena model yang diterapkan dapat membuat bentuk permasalahan menjadi lebih terstruktur dan sistematis. Selain itu, metode AHP memiliki beberapa kelebihan lain yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Memiliki pendalaman kriteria lebih baik serta lebih terstruktur.
- b. Memperhatikan perhitungan validitas sampai dengan batas toleransi yang inkonsisten guna memberikan alternatif yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Namun, metode AHP memiliki kelemahan dibandingkan dengan metode lain, kelemahan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Metode AHP hanya menampilkan model matematis tanpa adanya pengujian statistik.
- b. Metode AHP memiliki ketergantungan terhadap input yang digunakan sebagai dasar dari model yang akan dibuat. Input tersebut harus melibatkan suara dari para ahli sebagai dasar penilaian.

Dalam menggunakan metode AHP, terdapat beberapa langkah yang perlu diperhatikan agar metode AHP dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya. Berikut merupakan langkah-langkah penggunaan metode AHP.

- a. Menentukan dan mendefinisikan masalah yang ingin diselesaikan
- b. Menentukan tujuan utama dari penyelesaian masalah yang akan diselesaikan.
- c. Menentukan kriteria-kriteria yang akan digunakan untuk menjadi parameter penentu serta pembangkit alternatif solusi.
- d. Melakukan perhitungan matriks dengan membandingkan tiap-tiap kriteria.
- e. Melakukan normalisasi data serta pembobotan dari matriks yang telah dilakukan.

Dalam menentukan matriks perbandingan kriteria-kriteria, digunakan skala yang menjadi pengukur perbandingan yang dapat dilihat di bawah ini.

- a. 1 = memiliki arti bahwa kedua kriteria memiliki sifat yang sama pentingnya karena kedua kriteria tersebut memiliki pengaruh yang cukup besar.
- b. 3 = memiliki arti bahwa salah satu kriteria sedikit lebih penting dari kriteria pasangannya.
- c. 5 = memiliki arti bahwa salah satu kriteria lebih penting dari kriteria lainnya karena kriteria tersebut memiliki elemen yang lebih kuat.
- d. 7 = memiliki arti bahwa salah satu kriteria lebih penting secara mutlak dibandingkan dengan kriteria yang lainnya.
- e. 9 = memiliki arti bahwa salah satu kriteria mutlak penting dibandingkan dengan kriteria lainnya.
- f. 2,4,6,8 = dapat diartikan bahwa kedua kriteria memiliki kepentingan yang berdekatan sehingga diambil nilai tengah dari kedua kriteria tersebut.