

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENILAIAN DAYA SAING
PRODUK *OIL PASTEL* DENGAN MENGGUNAKAN METODE
*AHP (ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS)***

DI PT. SUMARI KARYA GLOBAL

**Diajukan guna melengkapi sebagian syarat
dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS

Disusun oleh :

MERCU BUANA

Nama : Miftahun

NIM. : 41611110024

Program Studi : Teknik Industri

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Miftahun

NIM : 41611110024

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Judul Skripsi : Analisis Penilaian Daya Saing Produk *Oil Pastel*
Dengan Menggunakan Metode AHP (*Analytical
Hierarchy Process*) di PT. Sumari Karya Global

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis


(Miftahun)

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Penilaian Daya Saing Produk *Oil Pastel* Dengan Menggunakan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) di PT. Sumari Karya Global

Disusun Oleh :

Nama : Miftahun
NIM : 41611110024
Jurusan : Teknik Industri

Pembimbing,



(Popy Yuliarty, ST. MT.)

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi



(Ir. Muhammad Kholil, MT.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan laporan Tugas Akhir ini telah melibatkan berbagai pihak, untuk itu tidak lupa ucapan terima kasih kami sampaikan kepada :

1. Mely Merwati selaku Manajer Marketing PT. Sumari Karya Global yang telah menyediakan waktunya untuk menjadi narasumber utama penelitian ini.
2. Ibu Popy Yuliarty, ST. MT. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktunya dalam memberikan bimbingan dan petunjuk hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir ini.
3. Bp. Ir. Muhammad Kholil, MT. selaku Kaprodi Teknik Industri.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan *support* berupa do'a dan semangat hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir ini.
5. Rekan-rekan yang telah memberikan saran dan *support* hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir ini.

Saya menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca guna menyempurnakan laporan di masa akan datang.

Akhir kata semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan serta menambah pengetahuan bagi pembaca.

Jakarta, 10 Juni 2015

Miftahun



DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Permasalahan	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Strategi	6
2.1.1 Pengertian Strategi	6
2.1.2 Manajemen Strategi	7
2.2 Kualitas Produk	8
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	8
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	9

2.3	<i>Oil Pastel</i> atau <i>Crayon</i>	10
2.4	Metode AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>).....	11
2.4.1	Tentang AHP.....	11
2.4.2	AHP : Sebuah Model Luwes untuk Pengambilan Keputusan.....	13
2.4.3	Konsep Pokok	16
2.4.4	Menyusun Hierarkhi.....	16
2.4.5	Menetapkan Prioritas.....	18
2.4.6	Langkah-langkah proses AHP.....	21
2.4.7	Konsistensi	22
2.4.8	Contoh Implementasi AHP	23
2.5	Penelitian Terdahulu.....	26
2.5.1	Sistem Penunjang Keputusan (SPK) Pemilihan Sepeda Motor Menggunakan Metode AHP.....	26
2.5.2	Penerapan Metode AHP (<i>Analythic Hierarchy Process</i>) Untuk Menentukan Kualitas Gula Tumbu	27
2.5.3	Pemanfaatan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> Untuk Penentuan Kenaikan Jabatan Karyawan.....	28
2.5.4	Perbandingan Analisis AHP dan Fuzzy Model AHP untuk Multicriteria Klasifikasi Persediaan	29
2.5.5	Penerapan Metode AHP untuk memilih yang terbaik strategi untuk mengurangi demage lingkungan yang disebabkan oleh non logam Studi kasus pertambangan di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta, Indonesia	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Flowchart Metodologi Penelitian	31
3.2	Studi Lapangan dan Studi Literatur	33
3.2.1	Studi Lapangan.....	33
3.2.2	Studi Literatur	33
3.3	Identifikasi dan Perumusan Masalah	34
3.4	Menetapkan Tujuan Penelitian	34
3.5	Ruang Lingkup Penelitian	34
3.6	Pengumpulan Data.....	35
3.6.1	Penentuan Karakteristik atau Atribut Produk.....	35
3.6.2	Penyusunan Kuesioner Penelitian	36
3.6.3	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	36
3.6.4	Uji Validitas	36
3.6.5	Uji Reliabilitas.....	37
3.6.6	Penentuan Jumlah Sample.....	37
3.7	Pengolahan Data	38
3.8	Penyusunan AHP	38
3.9	Analisis Hasil.....	39
3.10	Kesimpulan dan Saran.....	39

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	40
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.2	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	41
4.1.3	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	42

4.1.4 Penentuan Jumlah Sampling	46
4.1.5 Penyebaran Kuesioner Penelitian	47
4.2 Pengolahan Data	48
4.2.1 Analisis Matriks Perbandingan Berpasangan	48
4.2.2 Pembentukan Hirarki	48
4.2.3 Tahap Pembobotan.....	50
4.2.4 Matriks Banding Berpasangan untuk Kriteria Penelitian ..	51
4.2.5 Matriks Banding Berpasangan Hirarki 2 (F2)	53
4.2.6 Hasil Bobot Prioritas dan Bobot Global	59
 BAB V ANALISA HASIL	
5.1 Perbandingan Berpasangan Antara Alternatif dengan Kriteria	62
5.2 Analisis Penilaian Kriteria <i>Oil Pastel</i>	65
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Contoh Matriks untuk perbandingan berpasangan.....	19
Tabel 2. 2 Skala Banding Berpasangan	20
Tabel 2. 3 Index Random Consistency (IR).....	23
Tabel 2. 4 Matriks banding berpasangan Hierarkhi 1	24
Tabel 2. 5 Matriks banding berpasangan Hierarkhi 2	24
Tabel 2.6 Matriks untuk membandingkan ke 3 pekerjaan	26
Tabel 4.1 Uji Validitas (Agen).....	43
Tabel 4.2 Uji Validitas (Sekolah)	43
Tabel 4.3 Uji Validitas (<i>End User</i>)	44
Tabel 4.4 Matriks Banding Berpasangan untuk Kriteria Penilaian : Agen.....	51
Tabel 4.5 Matriks Banding Berpasangan untuk Kriteria Penilaian : Sekolah	52
Tabel 4.6 Matriks Banding Berpasangan untuk Kriteria Penilaian : End User ..	53
Tabel 4.7 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria harga) / Agen	53
Tabel 4.8 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria info produk) / Agen.....	54
Tabel 4.9 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kemasan) / Agen	54
Tabel 4.10 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kekuatan) / Agen.....	54

Tabel 4.11 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria warna hasil) / Agen ...	55
Tabel 4.12 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria aman digunakan)/ Agen.....	55
Tabel 4.13 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria harga) / Sekolah	55
Tabel 4.14 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria info produk) / Sekolah.....	56
Tabel 4.15 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kemasan) / Sekolah ...	56
Tabel 4.16 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kekuatan) / Sekolah...	56
Tabel 4.17 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria warna hasil) / Sekolah.....	57
Tabel 4.18 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria aman digunakan) / Sekolah.....	57
Tabel 4.19 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria harga) / End User	57
Tabel 4.20 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria info produk) / End User.....	58
Tabel 4.21 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kemasan) / End User .	58
Tabel 4.22 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria kekuatan) / End User.	58
Tabel 4.23 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria warna hasil) /	

End User.....	59
Tabel 4.24 Matrik Banding Berpasangan (untuk kriteria aman digunakan) /	
End User.....	59
Tabel 4.25 Hasil akhir dari Pengolahan Data	60
Tabel 4.26 Hasil bobot Prioritas alternatif.....	61
Tabel 5.1 Hasil Pembobotan untuk agen	63
Tabel 5.2 Hasil Pembobotan untuk Sekolah	64
Tabel 5.3 Hasil Pembobotan untuk <i>End User</i>	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hierarkhi untuk memilih alat pengolah kata.....	17
Gambar 2. 2 Hierarkhi untuk memilih strategi pemasaran	18
Gambar 2. 3 Struktur Hierarkhi untuk memilih satu diantara 3 pekerjaan	23
Gambar 3. 1 Diagram Flowchart Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Uji Realibilitas (Agen)	45
Gambar 4.2 Uji Realibilitas (Sekolah).....	45
Gambar 4.3 Uji Realibilitas (<i>End User</i>).....	46
Gambar 4.4 Struktur Hirarki Pemilihan Alternatif Merk.....	49
Gambar 5. 1 Hasil pemilihan alternatif.....	66

