



PAPER – OPEN ACCESS

Analisa Pendapatan Home Industri Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Sepatu Kulit di Kabupaten Asahan Menggunakan Metode AHP

Author : Mahrani Arfah, dkk.
DOI : 10.32734/ee.v5i2.1622
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 5 Issue 2 – 2022 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).
Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Analisa Pendapatan Home Industri Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Sepatu Kulit di Kabupaten Asahan Menggunakan Metode AHP

Mahrani Arfah, Wirda Novarika, Sri Wahyuni

Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Sumatera Utara
Jln. Sisingamangaraja XII Teladan, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

mahrani.arfah@ft.uisu.ac.id, wurdanovarika@gmail.com, sriwahyuni230397@gmail.com

Abstrak

IKM Sepatu Kulit merupakan industri kecil menengah yang bergerak dibidang Kerajinan. Sepatu menjadi produk yang sangat digemari di kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, setiap perusahaan sepatu bersaing menciptakan produk yang bermutu dan menarik konsumen sehingga banyaknya produk sepatu impor yang terus memasuki pasar dalam negeri menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisa pendapatan home industri pada industri kecil menengah (IKM) sepatu kulit di kabupaten asahan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* dimana dalam proses ini peneliti harus menentukan sub kriteria dan alternatif yang nantinya akan dibandingkan sehingga mendapatkan bobot prioritas dari alternatif, peneliti mengambil alternatif dari sektor sistemasi industri dimana bobot tertinggi yang didapatkan adalah sektor yang sangat mempengaruhi pendapatan home industri kecil menengah pada IKM Sepatu kulit di kabupaten asahan. Hasil analisis penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* dengan bantuan aplikasi *Expert Choice* dapat di simpulkan bahwa bobot tertinggi yaitu *Marketing* yang sangat mempengaruhi Pendapatan dengan presentase 33,8% dan dengan alternatif tertinggi yaitu Peningkatan promosi dengan presentase 43,3% serta dengan nilai Konsistenci 0,01 yang dinyatakan valid. *Marketing* yang menjadi faktor utama dalam mempengaruhi pendapatan IKM sepatu Kulit di Kabupaten Asahan sangat dijadikan pembelajaran oleh pemilik IKM sepatu kulit, Oleh karena itu para pemilik IKM mulai akan mempelajari proses strategi pemasaran, strategi kompetisi serta agenda promosi agar pendapatan bisa terus stabil.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process (AHP)*; Sektor Sistemasi Industri; Kriteria; Alternatif; Konsistensi

Abstract

IKM Leather Shoes is a small and medium industry that is engaged in handicrafts. Shoes are a very popular product among the people of Indonesia. Therefore, every shoe company competes to create quality products and attract consumers so that many imported shoe products continue to enter the domestic market causing increasingly competitive competition. The purpose of this study is to analyze the income of the home industry in the small and medium industry (IKM) of leather shoes in Asahan district using the Analytical Hierarchy Process method where in this process the researcher must determine the sub-criteria and alternatives that will be compared so that they get the priority weight of the alternatives. Researchers take an alternative from the industrial system sector where the highest weight obtained is the sector that greatly affects the income of the small and medium home industry in the leather shoe IKM in Asahan Regency. The results of research analysis carried out using the Analytical Hierarchy Process method with the help of the Expert Choice application can be concluded that the highest alternative weight is Marketing which greatly affects Revenue with a percentage of 33,8% and the highest criteria is Increased promotion with a percentage of 3 43,3% and a value Consistency 0.01 which is declared valid. Marketing which is the main factor in influencing the income of the leather shoe IKM in Asahan Regency is very much used as a lesson by the leather shoe IKM owner. Therefore, the IKM owners will begin to study the Marketing Strategy Process, Competition Strategy and Promotion Agenda so that income can continue to be stable.

Keywords: *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, *Industrial Systemation Sector*, *Criteria*, *Alternative*, *Consistence*

1. Pendahuluan

Abad-abad sebelumnya, sepatu dikatakan sebagai sageubrush yang diperkirakan keberadaannya pada 7000 sampai 8000 SM yang didapatkan di FortuRockuCave yang tepatnya terletak di negara bagian Oregon, AS tahun 1938. Diketahui bahwa sepatu kulit paling tua merupakan sepatu kulit berbahan dasar kulit sapi dimana terikat dengan tali dipinggiran jahitan belakang dan depan yang dijumpai di gua Areni, Armenia pada 2008, untuk sekarang sepatu merupakan perlengkapan bagian tubuh yang

berfungsi untuk melindungi telapak kaki dari panas, benda tajam, dan kotoran. Sepatu juga merupakan bagian dari fashion. Sepatu sendiri secara general terdiri atas bagian atas dan bagian bawah, dimana pada umumnya di bagian atas cenderung berbahan kulit, kain, sintetis dan area bawah lebih keras biasanya berbahan kayu maupun karet. Berbagai jenis sepatu dapat dikelompokkan sesuai golongan ataupun penggunaannya seperti untuk pemakaian santai dapat memakai sepatu kasual, untuk olahraga dapat memakai sepatu olahraga, dan juga beberapa jenis lainnya seperti sepatu kerja ataupun sepatu pesta. Perkembangan zaman yang pesat membuat dunia permodelan atau fashion juga berubah seiring berjalannya zaman yang menyebabkan sepatu selain sebagai pelindung kaki juga sebagai fashion. Saat ini warna, brand, desain bahkan harga menjadi hal yang dipertimbangkan bagi pecinta sepatu. Tidak jarang karena kecintaannya pada fashion sepatu, membuat orang-orang rela mengeluarkan uang dalam jumlah yang banyak bahkan hingga ke luar negeri. [1][2][3][4][5].

IKM dapat dikatakan sebagai salah satu pendorong terkuat dalam menumbuhkan perekonomian sehingga terjadi pertumbuhan angka pendapatan total serta kapita. Faktor yang dikatakan sebagai pemeran utama yaitu bidang industri karena bidang industri mempunyai keunggulan-keunggulan dimana memiliki nilai kapitalisasi modal yang besar jumlahnya dimana juga bidang industri mampu mempekerjakan banyak tenaga kerja serta memiliki kemampuan nilai tambah dari setiap bahan utama atau bahan dasar yang diolah [6][7]. Sektor industri juga memiliki peran yang besar dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi disuatu negara (Tungga Daging & Marhaeni, 2019). Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan analisa pendapatan home industri pada industri kecil menengah (IKM) sepatu kulit di kabupaten asahan dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dimana metode ini dapat didefinisikan sebagai metode yang dipergunakan untuk mengambil keputusan yang tentunya dilakukan berdasarkan teori membangun hirarki, penetapan prioritas serta bersifat konsisten (Pebakirang et al., 2017). [8][9][10]

2. Metode Penelitian

Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan cara pembagian kuesioner kepada IKM Sepatu Kulit di Kabupaten Asahan secara langsung. Subjek penelitian pada tugas akhir ini adalah mengetahui faktor yang sangat mempengaruhi pendapatan dilihat dari sistemasi industri pada IKM Sepatu kulit di Kabupaten Asahan. Adapun pengisian kuesioner yaitu mengenai perbandingan dari kriteria 4 sektor sistemasi industri manakah yang lebih mempengaruhi pendapatan pada IKM Sepatu Kulit di Kabupaten Asahan. Data kuesioner yang dikumpulkan pada penelitian ini merupakan data primer.

Adapun tahapan yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian yaitu sebagai berikut:

2.1. Studi Pustaka

Mempelajari cara kerja metode analytical hierarchy process dalam memecahkan masalah pengambilan keputusan terutama dalam menentukan kriteria yang paling mempengaruhi pendapatan home industry pada IKM sepatu kulit di Kabupaten Asahan.

2.2. Menentukan Kriteria yang Mempengaruhi Pendapatan

Pada tahap ini dilakukan penggalian informasi dari para IKM pengrajin sepatu kulit dengan teknik wawancara untuk menentukan kriteria-kriteria dan sub kriteria-sub kriteria yang mempengaruhi pendapatan home industry pada IKM sepatu kulit di Kabupaten Asahan.

2.3. Membuat Struktur Hirarki Keputusan

Kriteria dan sub kriteria digambarkan dalam suatu struktur hirarki keputusan untuk memudahkan pengambil keputusan menilai hubungan antar kriteria dan sub kriteria.

2.4. Membuat Kuesioner Tingkat Kepentingan

Dari struktur hirarki keputusan dibuatlah kuesioner yang akan digunakan untuk menilai tingkat kepentingan antar kriteria terhadap tujuan dan menilai tingkat kepentingan antar sub kriteria terhadap kriteria dalam menentukan pendapatan sentra sepatu kulit. Kuesioner ini dibuat dalam suatu kuesioner tingkat kepentingan, dimana ada 5 (lima) bagian kuesioner tingkat kepentingan, yakni:

- Kuesioner tingkat kepentingan antara kriteria (marketing, produksi, keuangan, dan sdm) goal atau tujuannya, yakni pendapatan sentra sepatu kulit.
- Kuesioner tingkat kepentingan antara sub kriteria (peningkatan promosi, peningkatan kualitas, penyesuaian harga, penyesuaian lokasi) terhadap kriteria marketing dalam penentuan pendapatan sentra sepatu kulit.
- Kuesioner tingkat kepentingan antara sub kriteria (peningkatan promosi, peningkatan kualitas, penyesuaian harga, penyesuaian lokasi) terhadap kriteria produksi dalam penentuan pendapatan sentra sepatu kulit.
- Kuesioner tingkat kepentingan antara sub kriteria (peningkatan promosi, peningkatan kualitas, penyesuaian harga, penyesuaian lokasi) terhadap kriteria keuangan dalam penentuan pendapatan sentra sepatu kulit.

- Kuesioner tingkat kepentingan antara sub kriteria (peningkatan promosi, peningkatan kualitas, penyesuaian harga, penyesuaian lokasi) terhadap kriteria sumber daya manusia dalam penentuan pendapatan sentra sepatu kulit.

2.5. *Penyebaran Kuesioner Tingkat Kepentingan*

Kuesioner disebarakan kepada para pimpinan IKM (sentra) sepatu kulit dengan pendampingan dari peneliti agar mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam memahami maksud pertanyaan dari kuesioner.

2.6. *Uji Konsistensi*

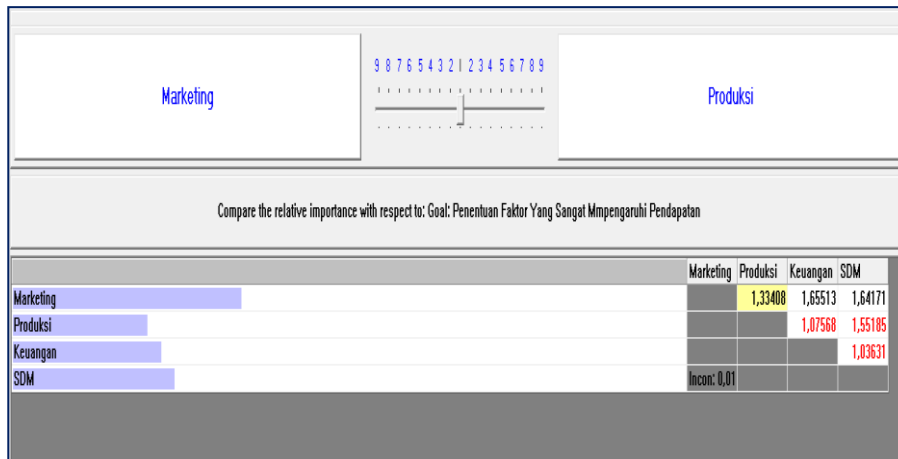
Kuesioner tingkat kepentingan dikonversi menjadi matriks perbandingan berpasangan, lalu dilakukan perhitungan uji konsistensi untuk setiap kriteria dan sub kriteria. Dalam hal ini peneliti menggunakan software expert choice.

2.7. *Penentuan bobot prioritas*

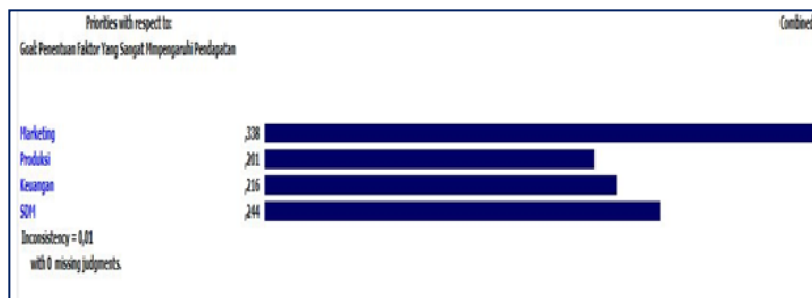
Setelah dipastikan setiap kriteria dan sub kriteria adalah konsisten, masih dengan software expert choice selanjutnya peneliti melihat prioritas sub kriteria yang paling mempengaruhi pendapatan IKM sepatu kulit.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil perhitungan dimana hasilnya merupakan representatif tiap kuesioner yang dimana dilakukan pembobotan kriteria-kriteria dengan penggunaan ExpertChoice.



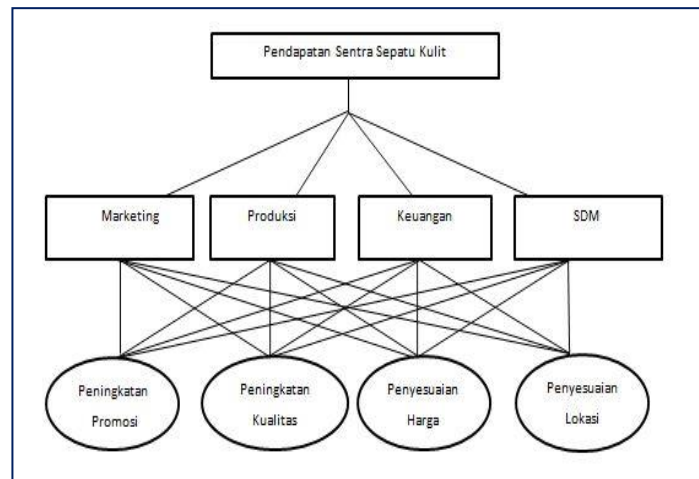
Gambar 1. Input Data Software Expert Choice



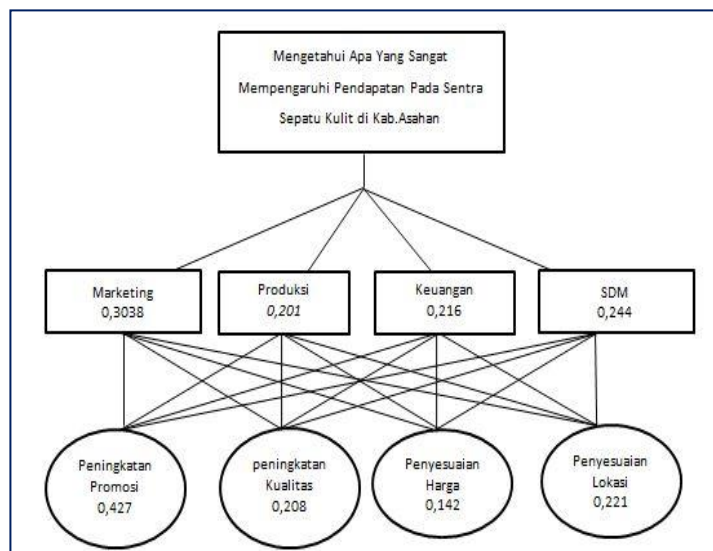
Gambar 2. Hasil Pembobotan dengan menggunakan Software Expert Choice

Pembobotan di atas menghasilkan bobot kepentingan sebesar 0,338 serta bobot terendah pada kriteria produksi dengan nilai bobot kepentingan 0,201 dan untuk nilai *inconsistency* yaitu secara kumulatif memiliki nilai 0,01.

Dilihat dari gambar 2 hasil akhir hirarki yang sangat mempengaruhi pendapatan Industri Kecil Menengah di Kabupaten Asahan yaitu *marketing*. Dari pembobotan tersebut didapatkan nilai bobot terbesar yang didapatkan pada kriteria marketing dengan bobot kepentingan sebesar 0,338 serta peningkatan promosi dengan bobot 0,427 dan juga didapatkan nilai bobot terendah pada kriteria produksi dengan nilai bobot kepentingan 0,201.



Gambar 3. Struktur Hirarki



Gambar 4. Hasil Akhir Perhitungan Bobot Prioritas

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian analisa pendapatan Home Industri Pada industri kecil menengah IKM Sepatu kulit di kabupaten asahan menyimpulkan bahwa:

- Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* dengan bantuan aplikasi *Expert Choice* yang terdiri dari kriteria marketing, produksi, keuangan, dan SDM dapat di simpulkan bahwa marketing yang sangat mempengaruhi pendapatan dengan bobot atau presentase 33,8% dengan peningkatan kualitas berbobot 42,7%.
- Marketing yang menjadi faktor utama dalam mempengaruhi pendapatan IKM sepatu Kulit di Kabupaten Asahan sangat dijadikan pembelajaran oleh pemilik IKM sepatu kulit, Oleh karena itu para pemilik IKM mulai akan mempelajari proses strategi pemasaran, strategi kompetisi serta agenda promosi agar pendapatan bisa terus stabil.
- Dari hasil analisa dapat dilihat bahwasanya keputusan yang dilihat dari kuisioner diisi berdasarkan keadaan, jika responden memilih atau mengubah keputusan maka tujuan juga akan berubah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada IKM sepatu kulit di Kabupaten Asahan dan pihak-pihak yang mendukung penulisan jurnal ini.

Referensi

- [1] Chaniago, Aspizain. (2017). Teknik Pengambilan Keputusan. Jakarta pusat : Lentera ilmu cendekia.
- [2] Dewi, Reska Kania.(2018)Pengaruh Harga dan Harga Barang Substitusi terhadap Permintaan Sepatu Kulit di Kota Bandung. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- [3] Herman, R. T., & Artha, A. (2011). Pendekatan Model Hirarki dalam Menganalisa Faktor-Faktor Pendukung Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil: Studi Kasus Wilayah Jakarta Barat. *Binus Business Review*, 2(1), 341.
- [4] Irawati,Novica.(2018).Penerapan Metode AHP Penerimaan Bantuan Desa Untuk Anak Berprestasi .Kisaran :STMIK Royal.
- [5] Pebakirang, S., Sutrisno, A., & Neyland, J. (2017). Penerapan Metode Ahp (Analytical Hierarchy Process) Untuk Pemilihan Supplier Suku Cadang Di. *Jurnal Online Poros Teknik Mesin*, 6(1), 32–44.
- [6] Permana. (2014). (Assembling). *Pengertian Industri*, 3, 20–44.
- [7] Ratnasari, A., & Kirwani. (2013). Peranan Industri Kecil Menengah (IKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*,1(3),1–17 Pada tanggal 16 Oktober 2021 pada pukul 22.00 WIB.
- [8] Setia,Bud.(2015)"4 Sektok Sistemasi Bisnis" Diambil dari <https://hot.yukbisnis.com/4-sektor-sistemasi-bisnis/>
- [9] Tunga Dangin, I. G. A. B., & Marhaeni, A. A. I. N. (2019). Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengerajin Pada Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 681.
- [10] Yunianto, Dwi. (2013). *Produk Sepatu Kulit*.Yogyakarta:Direktorat Pembinaan SMK 2013.