

**Penentuan Prioritas Strategi Bersaing di UD XYZ
dengan Metode SWOT dan AHP****¹Mundhi Lestari, ²Budi Wibowo, ³Ainur Komariah**^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Universitas Veteran Bangun Nusantara

Jl Letjend. S. Humardani No. 1 Jombor, Bendosari, Sukoharjo – 57521

e-mail: ¹mundhilestari99@gmail.com; ²budiwibowo0202@gmail.com;³ainurkomariah.ak@gmail.com**Abstrak**

UD XYZ merupakan toko bahan bangunan yang berlokasi di Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah. UD XYZ menyediakan berbagai jenis material bangunan, alat listrik, dan alat rumah tangga. Namun persaingan bisnis cukup kompetitif pada bidang usaha ini. Pemilihan strategi bersaing memerlukan banyak pertimbangan. Perlu pengambilan keputusan yang tepat untuk menentukan strategi apa yang paling diutamakan di antara banyak strategi yang direncanakan. Hal tersebut berkaitan terhadap tingkat keefektifan dan efisiensi demi pengembangan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi bersaing serta prioritas masing-masing strategi untuk dijalankan. Metode yang digunakan adalah metode SWOT dan AHP (Analytical Hierarchy Process). Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yang sesuai, di antaranya, strategi S-O yaitu menyediakan produk sesuai trend, terlengkap, dan termurah, strategi S-T yaitu menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Customer Relationship), strategi W-O yaitu menambah Sumber Daya Manusia, strategi W-T yaitu melakukan pemasaran online dan menurunkan biaya operasional. Dari perhitungan bobot tiap-tiap strategi, diketahui bahwa nilai bobot yang tertinggi adalah sebesar 0,4107 pada strategi menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah; nilai bobot tertinggi yang kedua adalah sebesar 0,3109 pada strategi menurunkan biaya operasional; nilai bobot tertinggi yang ketiga adalah sebesar 0,1500 pada strategi melakukan pemasaran online; nilai bobot tertinggi yang keempat adalah sebesar 0,0731 pada strategi menambah Sumber Daya Manusia; kemudian yang kelima sebesar 0,0553 yaitu customer relationship atau menjaga hubungan dengan pembeli.

Kata Kunci: AHP, Strategi bersaing, SWOT**ABSTRACT**

UD XYZ is a building materials store located in Wonogiri Regency, Central Java Province. UD XYZ provides various types of building materials, electrical appliances, and household appliances. However, business competition is quite competitive in this line of business. The choice of competitive strategy requires many considerations. It takes the right decision making to determine what strategy is the most prioritized among the many planned strategies. This relates to the level of effectiveness and



efficiency for business development. The purpose of this research is to determine the competitive strategy and the priority of each strategy to be implemented. The method used is the SWOT method and AHP (Analytical Hierarchy Process). Based on the results of research with SWOT analysis, several alternative strategies were obtained, including the SO strategy, which is to provide products according to the trend, the most complete, and the cheapest, the ST strategy, namely maintaining good relationships with customers (Customer Relationship), the WO strategy, namely adding Human Resources, WT strategy is to do online marketing and reduce operational costs. From the calculation of the weight of each strategy, it is known that the highest weight value is 0.4107 in the strategy of providing trend products, the most complete and the cheapest; the second highest weight value is 0.3109 on the strategy to reduce operational costs; the third highest weight value is 0.1500 on the strategy of doing online marketing; the fourth highest weight value is 0.0731 in the strategy of adding Human Resources; then the fifth is 0.0553 on the customer relationship strategy or maintaining relationships with buyers.

Keywords: AHP, competitive strategy, SWOT

Pendahuluan

UD XYZ merupakan salah satu toko bangunan yang berlokasi di Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. UD XYZ menyediakan berbagai jenis material bangunan, alat listrik, alat rumah tangga lengkap dan beragam. UD XYZ memiliki 3 cabang untuk cabang 1 didirikan pada 2003 sedangkan cabang 2 dan 3 didirikan pada Oktober 2016.

UD XYZ 1 dan UD XYZ 2 berfokus pada penjualan material bangunan, alat listrik, dan alat rumah tangga dengan jumlah 5 karyawan pada cabang 1 sedangkan pada cabang 2 ada sebanyak 11 orang, diantaranya 4 karyawan bagian toko dan 7 karyawan bagian pengiriman. UD XYZ 3 berfokus pada kegiatan seputar onderdil motor, mobil, tab oli dan disamping itu ada kegiatan utama yaitu cetak batako dan gorong-gorong yang mana merupakan produk unggulan dari usaha ini dikarenakan produksi sendiri dengan karyawan sebanyak 1 orang di bagian onderdil dan 2 orang pada bagian cetak batako dan 1 orang bagian cetak gorong-gorong dengan total keseluruhan karyawan/karyawan sebanyak 20 orang (Lestari, 2021).

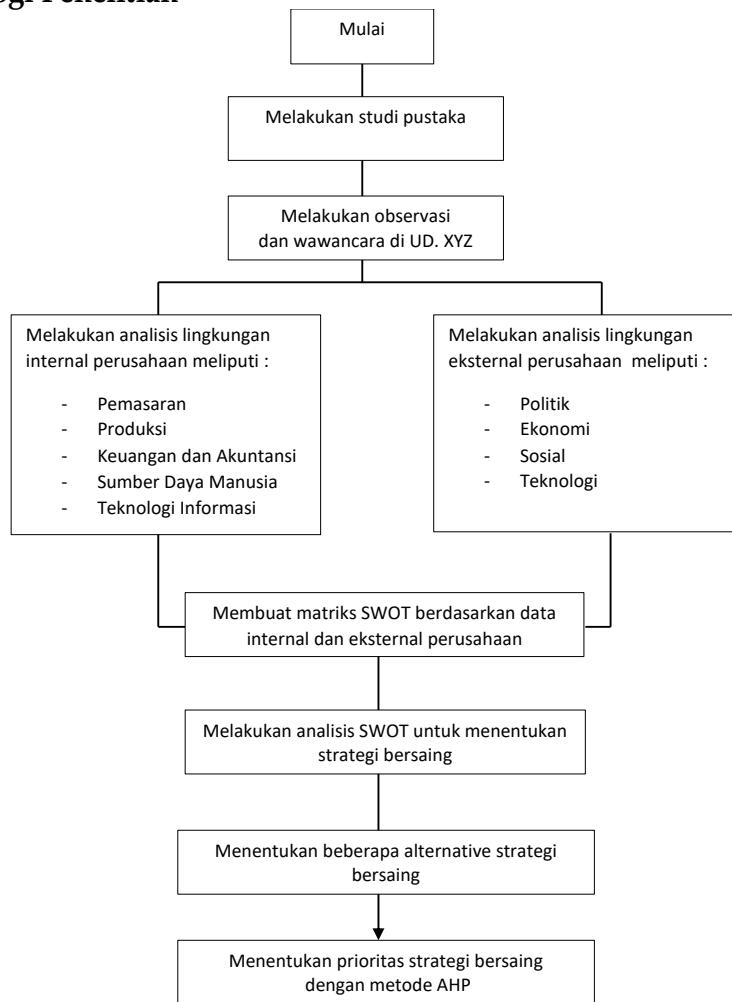
UD XYZ memiliki luas 90m² pada bagian toko, untuk gudangnya ada gudang penyimpanan keramik dengan luas 20m². Penyetoran produk diambil dari supplier di daerah solo tapi terkadang juga ada sales yang menawarkan produk ke toko seminggu sekali. Armada atau alat transportasi yang dimiliki berupa 3 truk pengiriman barang dan 1 mobil pickup. Wilayah pemasaran UD XYZ masih di lingkup terdekat di Kabupaten Wonogiri terutama di Kecamatan Jatipurno seperti di Desa Kopen, Desa Jatipurwo, Desa Jeporo, Desa Balepanjang, dan Desa Girimulyo. Untuk pembelinya ada yang perseorangan ada juga yang kontraktor, untuk pemesanan dalam jumlah besar dikirimkan oleh pihak toko ada juga yang mengambil di toko. Kelebihan dari UD XYZ dibanding pesaing yang ada di mata masyarakat adalah dari segi harga yang relatif murah dan bisa dinegosiasi, selain itu kelengkapan produk yang disediakan mulai dari harga termurah sampai yang mahal. Pelayanannya ramah dan memuaskan, untuk pembayaran pembelian dapat dilakukan dengan tunai, transfer, cash on delivery, ataupun kredit (Lestari, 2021).

Usaha ini merupakan usaha yang dimulai dari nol bukan merupakan usaha warisan keluarga, pasang dan surut usaha pasti ada apalagi usaha ini terbilang masih baru. Permasalahan dan ancaman yang datang tidaklah sedikit mengingat persaingan usaha toko

bangunan saat ini banyak, apalagi di sekitar lokasi juga banyak usaha toko bangunan lainnya yang baru berdiri ataupun yang lebih dulu berdiri dibandingkan UD XYZ.

Semakin banyaknya persaingan tentunya dibutuhkan strategi usaha yang tepat agar permasalahan yang datang dapat teratasi secara efektif dan efisien. Selain itu, strategi bersaing yang tepat berperan sangat penting dalam kelangsungan dan kemajuan UD XYZ. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menggali mengenai bagaimana strategi bersaing di UD XYZ dengan metode SWOT dan AHP.

Metodologi Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD XYZ dengan melakukan analisis lingkungan internal (IFE) dan eksternal (EFE) perusahaan untuk kemudian dibuat matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi bersaing yang tepat. Metode penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu analisis SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP).

Matriks IFE merupakan suatu analisis untuk mengetahui sisi internal perusahaan. Selain melakukan analisis terhadap berbagai peluang dan ancaman, perusahaan juga melakukan analisis terhadap kelemahan dan kekuatan yang dimiliki dari faktor internal yang teridentifikasi, yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap strategi perusahaan. (Yolanda, 2019)

Matrik EFE merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor eksternal perusahaan. Data yang dibutuhkan berupa hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi sosial, budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintahan, hukum, teknologi, persaingan dalam suatu industry, serta data eksternal lainnya yang relevan (Yolanda, 2019).

Analisis SWOT adalah analisis yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternal perusahaan untuk kemudian divisualisasikan ke dalam matrik SWOT. Data yang digunakan berasal dari Analisis EFE dan IFE. Matrik ini terdiri dari beberapa alternative strategi yang sesuai dengan posisi yang sudah ada pada kotaknya. Strategi SO (Strength-Opportunities) menurut perusahaan menggunakan kekuatan internal dan meraih peluang yang ada di perusahaan. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) menuntut perusahaan memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST (Strength-Threats) menuntut perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal. Sedangkan WT (Weaknesses-Threats) menuntut perusahaan bertahan atau mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman. (Yolanda, 2019)

Analytical Hierarchy Process merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki. Menurut Saaty (1993), hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multilevel dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir dari alternatif.

Hasil dan Pembahasan

Dalam pengumpulan data mengenai lingkungan internal dan eksternal perusahaan diambil dari wawancara kepada 3 informan yakni pemilik, dan 2 karyawan yang sudah bekerja lama di UD XYZ. Kemudian untuk Penentuan nilai bobot masing masing alternatif berdasarkan keterangan pemilik.

Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Tanggapan ketiga informan, permasalahan yang dihadapi UD XYZ dari fungsi pemasaran adalah pemasaran yang belum secara menyeluruh dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Pemasaran yang dilakukan masih tradisional dan sederhana sehingga masih banyak target yang belum terjangkau, penyebarannya pun masih di daerah belum di luar daerah atau luar kota. Dengan memanfaatkan teknologi seperti sosial media hal tersebut dapat menjadikan UD XYZ semakin berkembang lebih luas.

Berdasarkan tanggapan dari ketiga informan dapat disimpulkan fungsi produksi dan operasional telah berjalan sebagaimana mestinya, namun yang menjadi hambatan adalah pada pengiriman yang antri panjang dan pekerjaan yang kurang terperinci untuk masing-masing bagian sehingga masih ada merangkap tugas yang menjadi kendala aktivitas operasional.

Kesimpulan dari ketiga informan sama-sama menjelaskan bahwa untuk fungsi akuntansi kurang dipahami dan dijalankan dalam UD XYZ namun tidak berpengaruh secara signifikan dalam jangka waktu pendek, mungkin dalam jangka waktu panjang jika berkembang besar bisa menjadi hambatan apabila terjadi kesalahan dalam keuangan yang mana dapat menyebabkan kerugian.

Kesimpulan dari hasil wawancara keseluruhan informan, bisa dijelaskan bahwa fungsi sumber daya manusia sudah berjalan sebagaimana mestinya, tidak ada hambatan yang cukup berarti karena sumber daya yang kompeten dan kerja sama

yang baik antar semua pihak, baik itu sesama karyawan, atau bahkan antara atasan dengan bawahan.

Berdasarkan keterangan dari ketiga informan dapat disimpulkan bahwa dalam fungsi teknologi informasi sudah berjalan sekadarnya, dalam hal menunjang informasi dirasa belum membutuhkan teknologi yang canggih dalam mempromosikan produk ataupun berkomunikasi dengan pelanggan. Penggunaan media WA sudah dirasa cukup dalam menunjang penyebaran informasi dan komunikasi, dikarenakan sebagian besar pelanggan adalah tetangga sendiri dan pendistribusian hanya di daerah tidak sampai luar kota.

Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Tanggapan dari ketiga informan di atas dapat disimpulkan bahwa, banyaknya pesaing bukan menjadi permasalahan yang berarti untuk terus memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan. Namun justru saling mendukung antar toko bangunan, masing-masing toko bangunan memiliki keunggulan tersendiri yang disukai oleh konsumen dengan selera yang berbeda-beda. Sehingga pemilik yakin dengan prospek ke depannya yang akan berkembang meskipun semakin banyak pula kompetitor.

Tanggapan dari ketiga informan sepakat bahwa dalam fungsi lingkungan pemerintah tidak ada hambatan yang cukup berarti karena UD XYZ selalu berupaya untuk mengikuti kebijakan yang ada baik dari kenaikan harga maupun kebijakan lainnya yang berhubungan dengan operasional perusahaan.

Berdasarkan tanggapan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa tidak ada hambatan yang cukup berarti dalam lingkungan kreditur, artinya pendanaan usaha menggunakan bank sebagai penunjang modal utama jika dibutuhkan mengingat semakin berkembangnya usaha membutuhkan modal usaha yang tidak sedikit. Namun sejauh ini mengenai pendanaan berjalan dengan baik, tidak ada kesulitan atau hambatan dalam hal tersebut.

Berdasarkan tanggapan dari ketiga informan di atas maka dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat semakin meningkat seiring perkembangan pembangunan, hal tersebut menjadi peluang besar untuk toko bangunan dalam mengembangkan usahanya.

Analisis SWOT dalam penentuan alternatif strategi bersaing

Berikut ini merupakan table analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui dan mengevaluasi apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi UD XYZ dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
- Variasi dan kelengkapan produk yang dijual - Harga yang dapat dinegosiasi - Kualitas pelayanan yang memuaskan - Lokasi yang strategis - Pembelian jumlah besar dapat dibayar dengan cara kredit	- Perangkap fungsi operasional - Kurangnya pemasaran melalui media sosial - Pencatatan keuangan atau akuntansi yang belum terperinci
Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)

- Lapangan kerja baru di wilayah jatipurno - Perkembangan pembangunan di wilayah jatipurno - Daya beli masyarakat yang meningkat	- Banyaknya competitor atau pesaing - Kenaikan harga barang
--	--

Berdasarkan analisis matrik SWOT di atas terdapat beberapa alternative strategi yang dinilai sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal (*opportunities-threat*). Penilaian strategi disesuaikan dengan kapabilitas lingkungan internal perusahaan dan tuntutan lingkungan eksternal.

1. Strength Opportunities

Peluang yang dapat dijadikan kekuatan perusahaan adalah daya beli masyarakat di Kecamatan Jatipurno yang semakin meningkat, maka alternative strategi yang dipilih adalah menyediakan produk yang trend mas kini, terlengkap, dan termurah. Strategi ini dapat menjadikan UD XYZ semakin maju dan dikenal banyak orang, karena kelengkapan dan keterbaruan produk menjadikan banyak konsumen tertarik sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat.

Saat ini banyak orang yang merantau kemudian pulang kerumah melakukan renovasi dengan gaya yang mengikuti trend supaya rumah mereka menjadi bagus dan modern. Hal tersebut dapat didukung dengan penyediaan keberagaman dan keterbaruan produk sehingga ketika konsumen ingin membeli material bangunan atau alat bangunan langsung tertuju pada UD XYZ karena sudah lengkap, selain itu untuk pembelian jumlah banyak juga bisa dikirim dari toko bahkan dapat dibayar dengan cara kredit dengan kesepakatan di awal antara pemilik dan konsumen.

2. Strength Threats

Dengan berfokus pada peningkatan kekuatan internal perusahaan dapat menekan ancaman yang mungkin terjadi, salah satunya dengan terus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada semua konsumen baik itu konsumen baru atau konsumen yang sudah loyal atau pelanggan setia. Menjaga hubungan baik dengan konsumen, memberikan reward atau hadiah kepada pelanggan yang setia membeli produk di UD XYZ, seperti hadiah kaos ataupun barang lainnya secara cuma-cuma, dengan harapan pembeli merasa diperhatikan sehingga sangat puas dengan pelayanan yang diberikan dan membuat konsumen melakukan repeat order. Penerapan strategi ini dapat membantu perusahaan tidak kehilangan pelanggan, dimana dengan banyaknya kompetitor yang ada tidak menjadikan itu sebagai masalah untuk ke depannya sehingga persaingan antar toko bangunan tetap sehat.

3. Weakness Opportunities

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, maka orientasi strategi bersaing UD XYZ adalah menambah sumber daya manusia. Hal tersebut berkaitan dengan permasalahan fungsi operasional dimana sering terjadi perangkapan pekerjaan antar karyawan yang berdampak pada pengiriman barang yang antri banyak sehingga menghambat kelancaran operasional perusahaan. Strategi yang dapat dilakukan adalah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di wilayah jatipurno dan sekitarnya untuk menambah karyawan di UD XYZ sehingga

perangkapan fungsi operasional dapat diminimalisir dan kegiatan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

4. Weakness Threats

Berfokus pada kelemahan yang diminimalisir, dapat menekan ancaman yang mungkin terjadi. Permasalahan minimnya media pemasaran yang dilakukan oleh UD XYZ dapat dimaksimalkan dengan memanfaatkan media sosial. Saat ini kecanggihan teknologi dapat mempermudah segala kegiatan, salah satunya dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha.

Promosi yang dilakukan secara langsung mungkin sudah baik sehingga sebagian besar konsumen atau pelanggan merupakan masyarakat di wilayah jatipurno dan sekitarnya. Namun saran untuk perusahaan sangat disayangkan apabila pemasaran yang dilakukan hanya seputar lingkup sekitar, agar lebih berkembang dan semakin dikenal luas strategi yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan sosial media sebagai media promosi. Dengan melakukan iklan secara online, menyebarkan brosur, mengikuti pameran bangunan maupun melakukan penjualan melalui marketplace, membuat UD XYZ semakin melebar luas dan berkembang di masyarakat, sehingga ancaman pesaing baru maupun pesaing lama dapat ditekan.

Strategi biaya rendah (*low cost strategy*) atau biasa disebut cost leadership strategy adalah strategi dimana perusahaan menjual produk dan jasanya kepada pelanggan dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. (Sari, 2018)

Suatu perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing dengan biaya rendah (*low cost*), maka perusahaan akan menjadi perusahaan yang berkinerja di atas rata-rata dalam industri yang sejenis. Strategi biaya rendah dapat berupa perolehan bahan baku berkualitas dengan biaya yang lebih murah, biaya tenaga kerja yang dapat ditekan, dan saluran distribusi produk yang pendek akan memangkas biaya distribusi dan pemasaran (Sari, 2018).

Perhitungan AHP dalam penentuan prioritas alternatif strategi bersaing

Berdasarkan data yang diperoleh dari UD XYZ, selanjutnya dilakukan pembobotan dengan acuan table Comparative Judgement.

Berikut ini adalah table comparative judgement dapat dilihat pada Tabel 2 dan hasil pembobotan alternatif strategi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Comparative Judgement

Intensitas kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan

Kebalikan	Jika untuk aktivitas i mendapat satu angka disbanding dengan aktivitas j, maka j mempunyai nilai kebalikannya disbanding dengan i
-----------	---

Tabel 3. Hasil pembobotan alternatif strategi

Alternatif	Menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah	Customer relationship	Menambah SDM	Pemasaran online	Menurunkan biaya operasional
Menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah	1,00	5,00	5,00	3,00	2,00
Customer relationship	0,20	1,00	0,50	0,33	0,20
Menambah SDM	0,20	2,00	1,00	0,33	0,20
Pemasaran online	0,33	3,00	3,00	1,00	0,33
Menurunkan biaya operasional	0,50	5,00	5,00	3,00	1,00

Dari hasil perhitungan AHP diperoleh eigenvektor untuk tiap variabel seperti yang tertera pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil perhitungan dengan metode AHP

ALTERNATIF	SKOR	PRIORITY
Menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah	0,4107	1
Menurunkan biaya operasional	0,3109	2
Pemasaran online	0,1500	3
Menambah SDM	0,0731	4
Customer relationship	0,0553	5

Dari tabel di atas diperoleh alternatif strategi prioritas pertama yaitu menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah dengan skor 0,4107. Strategi prioritas kedua yaitu menurunkan biaya operasional dengan skor 0,3109. Strategi prioritas ketiga yaitu melakukan pemasaran online dengan skor 0,1500. Strategi prioritas keempat yaitu menambahkan sumber daya manusia dengan skor 0,0731. Strategi prioritas kelima yaitu customer relationship dengan skor 0,0553.

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis matrik SWOT terdapat beberapa alternatif strategi yang dinilai sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan yaitu :
 - a. Strategi S-O: Menyediakan produk sesuai trend, terlengkap, dan termurah.
 - b. Strategi S-T : Menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Customer Relationship)

- c. Strategi W-O : Menambah Sumber Daya Manusia
- d. Strategi W-T : 1.) Melakukan pemasaran online
2.) Menurunkan biaya operasional
2. Berdasarkan perhitungan dengan metode AHP diperoleh alternative strategi prioritas pertama yaitu menyediakan produk trend, terlengkap dan termurah dengan skor 0,4107. Strategi prioritas kedua yaitu menurunkan biaya operasional dengan skor 0,3109. Strategi prioritas ketiga yaitu melakukan pemasaran online dengan skor 0,1500. Strategi prioritas keempat yaitu menambahkan sumber daya manusia dengan skor 0,0731. Strategi prioritas kelima yaitu customer relationship dengan skor 0,0553.

Saran

1. Melakukan promosi produk melalui sosial media, melalui brosur dan mengikuti pameran bangunan.
2. Menambah Sumber Daya Manusia dan Alat transportasi untuk bagian pengiriman agar tidak terkendala antrian banyak atau bottle neck.
3. Memberikan reward kepada konsumen yang loyal secara cuma-cuma
4. Memberikan bonus kepada karyawan yang kinerja baik, jarang izin, dan disiplin saat bekerja untuk meningkatkan semangat kerja serta loyalitas pada perusahaan.
5. Menjalin kerjasama dengan berbagai supplier untuk menambah kelengkapan produk baik itu harga, ukuran, kualitas serta kuantitas.

Daftar Pustaka

- [1] Fahrozi, W. (2016) 'Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam Menentukan Ras Ayam Serama Application of Analytical Hierarchy Process (AHP)', *citec journal*, 3, pp. 214-227. Available at: <https://docplayer.info/36129204-Penerapan-metode-analytical-hierarchy-process-ahp-dalam-menentukan-ras-ayam-serama.html>.
- [2] Munthafa, A. E. et al. (2017) 'PENERAPAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS DALAM SISTEM Kata Kunci : Analytical Hierarchy Process , Consistency Index , Mahasiswa Berprestasi . Keywords : Analytical Hierarchy Process , Consistency Index , Achievement Student b . Kelebihan dan Kelemaha', *Jurnal Siliwangi*, 3(2), pp. 192-201. Available at: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jssaintek/article/view/355/264>.
- [3] Sari, L. P. (2018) 'Apa yang dimasud dengan Strategi Biaya Rendah atau Low Cost ?', *Dictio Community*. Available at: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimasud-dengan-strategi-biaya-rendah-atau-low-cost/116006>.
- [4] Yolanda, G. (2019) 'Analisis strategi bersaing ud. duta keramik di jember', 7(1). Available at: <https://www.neliti.com/publications/287104/analisis-strategi-bersaing-ud-duta-keramik-di-jember>.
- [5] Lestari, M. (2021) Laporan Kerja Praktek Program Studi Teknik Industri Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.