

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai respon umkm bidang konveksi dan las dengan adanya PNPM Mandiri di kelurahan Jatimulya adalah :

1. Profitabilitas usaha bidang konveksi dan las setelah mendapatkan bantuan dari PNPM Mandiri mendapatkan peningkatan berupa:

- Dari aspek asset pada usaha las mengalami peningkatan dari Rp. 62.757.142,86 kemudian pada tahun 2010 rata-ratanya menjadi Rp. 72.842.857,14 dan pada tahun 2011 naik rata-ratanya menjadi Rp. 85.585.714,29. Sedangkan rata-rata asset usaha konveksi pada tahun 2009 sebesar Rp. 3.442.000,00 sedangkan pada tahun 2010 meningkat rata-ratanya menjadi Rp. 4.795.000,00 dan pada tahun 2011 rata-ratanya sebesar Rp. 6.340.000,00.
- Dari aspek jumlah tenaga kerja pada usaha las pada tahun 2009 memiliki rata-rata jumlah tenaga kerja sebanyak 2,7 orang dan usaha konveksi sebanyak 1,7 orang. Pada tahun 2010 usaha las mempunyai rata-rata tenaga kerja sebanyak 4,3 orang sedangkan usaha konveksi sebanyak 2,5 orang. Pada tahun 2011 usaha las memiliki rata-rata tenaga kerja sejumlah 6,3 orang dan usaha konveksi sejumlah 4,2 orang.
- Dari aspek omzet pada tahun 2009 rata-rata omzet pada usaha las berjumlah Rp. 29.571.428,57 dan pada usaha konveksi berjumlah Rp. 19.970.000,00. Pada tahun 2010 usaha las memiliki rata-rata sebesar Rp. 40.128.571,43 sedangkan usaha konveksi memiliki rata-rata sebesar 34.330.000,00. Rata-rata omzet pada tahun 2011 untuk usaha las sebesar Rp.

50.185.714,29 dan pada usaha konveksi sebesar Rp. 49.620.000,00.

2. Strategi pengembangan usaha mikro di kelurahan Jatimulya khusus bidang konveksi dan las fokus pada faktor internal (58.1%). Faktor ini sangat dipengaruhi oleh subkriteria Organisasi (29.8%) dan subkriteria Sumber Daya Manusia (24.3%). Untuk faktor eksternal, faktor yang sangat mempengaruhinya adalah subkriteria Dukungan Pemerintah (29.4%). Secara keseluruhan, subkriteria organisasi, sumber daya manusia, dan dukungan pemerintah dinilai sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup dari industri kecil konveksi dan las. Alternatif pengembangan yang diajukan berdasarkan hasil pengolahan data dengan AHP adalah Alternatif Kerjasama, yakni dengan bobot 27.3%. Alternatif kedua dan ketiga adalah Peningkatan Mutu Produk dengan bobot 26.9% dan Marketing dengan bobot 25.8%. Namun, karena tidak ada alternatif yang paling dominan, dan berdasarkan analisa sensitivitas diperoleh bahwa hubungan antara keempat alternatif memiliki pengaruh, maka keempat alternatif harus dilaksanakan.

6.2. Saran

Saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Pelaku usaha mikro sebaiknya memperbaiki pengorganisasian usaha mereka sehingga lebih terstruktur.
2. Pemerintah diharapkan bias memberikan pelatihan kepada pelaku usaha mikro agar sumber daya manusianya lebih unggul.

DAFTAR PUSTAKA

Z, Harmaizar. 2007. *Menggali Potensi Wirausaha*, CV Dian Anugrah Perkasa, Bekasi.

Purwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi*, Yrama Widya. Bandung

Jubaedah, Yoyoh. 2012. *Materi Perkuliahan Kewirausahaan*, [pdf] (<http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR. PEND. KESEJAHTERAAN K ELUARGA/196507081991032-YOYOH JUBAEDAH/Materi Perkuliahan Kewirausahaan.pdf>, diakses tanggal 8 Juli 2013)

PNPM-Mandiri, Tim. 2012. *PNPM Mandiri Info Kit 2012*, [pdf], (www.pnpm-mandiri.org/perpustakaan/buku/buku_saku_pnpm_mandiri.pdf, diakses tanggal 5 Juli 2013)

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. KRITERIA UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008, [pdf], ([http://www.depkop.go.id/attachments/article/129/259 KRITERIA UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008.pdf](http://www.depkop.go.id/attachments/article/129/259_KRITERIA_UU UMKM_Nomor_20_Tahun_2008.pdf), diakses tanggal 9 Juli 2013)

LAMPIRAN DAFTAR RESPONDEN

No	Responden
<i>Bidang Jahit</i>	
1	Dhiagaya
2	Alya Konveksi
3	Pendi Collection
4	Yasril
5	Z tailor
6	Bravo Konveksi
7	Modern Tailor
8	Seattle
9	Giat Tailor
10	Zul Fashion
<i>Bidang Las</i>	
11	Kencana Jaya
12	Tunas Pratama
13	Cipta Jaya
14	Asih Karya
15	Doa Ibu
16	Agung Jaya
17	Subur Karya
<i>Kelurahan</i>	
18	Bp. Hendra
19	Bp. Gunawan
20	Bp. Kurnia
21	Bp. Dadang sudana
22	Ibu. Rani Anggraeni
23	Bp. Zaenal
24	Ibu. Sulastri Diningrum
25	Ibu. Vita Rosita Sari
26	Ibu. Windi
27	Bp. Gozam
28	Ibu. Salvana Rama Diva
29	Bp. Cahyono
30	Bp. Pardiyo
31	Ibu. Susilawati
32	Ibu. Neni

PENGANTAR

Kuesioner ini merupakan Kuesioner tahap kedua, yang bertujuan untuk melakukan **pembobotan Kriteria dan Sub Kriteria**. Pembobotan ini bertujuan untuk menentukan tingkat kepentingan Kriteria dan Subkriteria terpilih menurut responden serta untuk mendapatkan alternatif pengembangan yang menjadi prioritas untuk dikembangkan oleh Pemerintah. Metode yang digunakan untuk pembobotan setiap kriteria / subkriteria adalah metode *Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Dalam pengisian kuesioner ini, Bapak/Ibu tidak perlu khawatir karena **penelitian ini untuk tujuan akademis seputar keilmuan teknik industri** sehingga jawaban yang tepat sangat kami harapkan.

Atas bantuan dan partisipasinya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Arizaldy

2010220901

DATA RESPONDEN

1. Nama:

2. Nama Perusahaan/Instansi:

3. Jabatan Sekarang:

4. Pendidikan Formal Terakhir:

5. Pengalaman Kerja (dalam tahun):

_____, _____ 2006

Tanda Tangan Responden

()

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Dalam kuesioner ini, Anda diminta untuk memberikan pertimbangan terhadap setiap perbandingan berpasangan Kriteria dan Sub Kriteria. Berikut ini adalah skala yang digunakan untuk membandingkan secara berpasangan Kriteria dan Sub Kriteria.

Tingkat kepentingan	Definisi	Penjelasan
1	Kedua kriteria sama penting	Kedua kriteria mempunyai pengaruh yang sama
3	1 Kriteria yang satu sedikit lebih penting daripada yang lainnya	Penilaian sedikit lebih memihak pada salah satu kriteria dibandingkan pasangannya
5	Kriteria yang satu lebih penting daripada yang lainnya	Penilaian jelas memihak pada salah satu kriteria dibandingkan pasangannya
7	Kriteria yang satu sangat penting daripada yang lainnya	Salah satu kriteria sangat berpengaruh dan dominasinya tampak nyata
9	Kriteria yang satu mutlak sangat penting daripada yang lainnya	Kriteria yang satu mutlak sangat penting dibandingkan pasangannya
2, 4, 6, 8	Nilai tengah di antara dua pertimbangan yang berdekatan	Diberikan jika terdapat keraguan di antara kedua penilaian yang berdekatan
Kebalikan	Jika kriteria X memiliki salah satu nilai di atas pada saat dibandingkan dengan kriteria Y, maka kriteria Y memiliki nilai kebalikan bila dibandingkan dengan kriteria X.	

Bentuk perbandingan berpasangan adalah sebagai berikut:

Kriteria X

9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

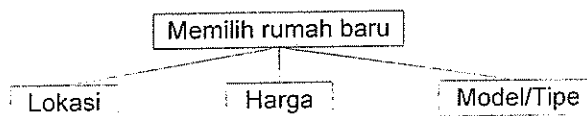
 Kriteria Y

Skala bagian kiri dipakai jika kriteria X mempunyai tingkat kepentingan di atas kriteria Y.

Skala bagian kanan dipakai jika kriteria Y mempunyai tingkat kepentingan di atas kriteria X.

Contoh pengisian kuesioner:

Berikut ini adalah contoh pengisian kuesioner untuk keputusan memilih rumah baru. Model hirarki keputusannya adalah sebagai berikut:



Jika Lokasi dinilai **sama penting** dibandingkan Harga, maka dipilih angka **1**.

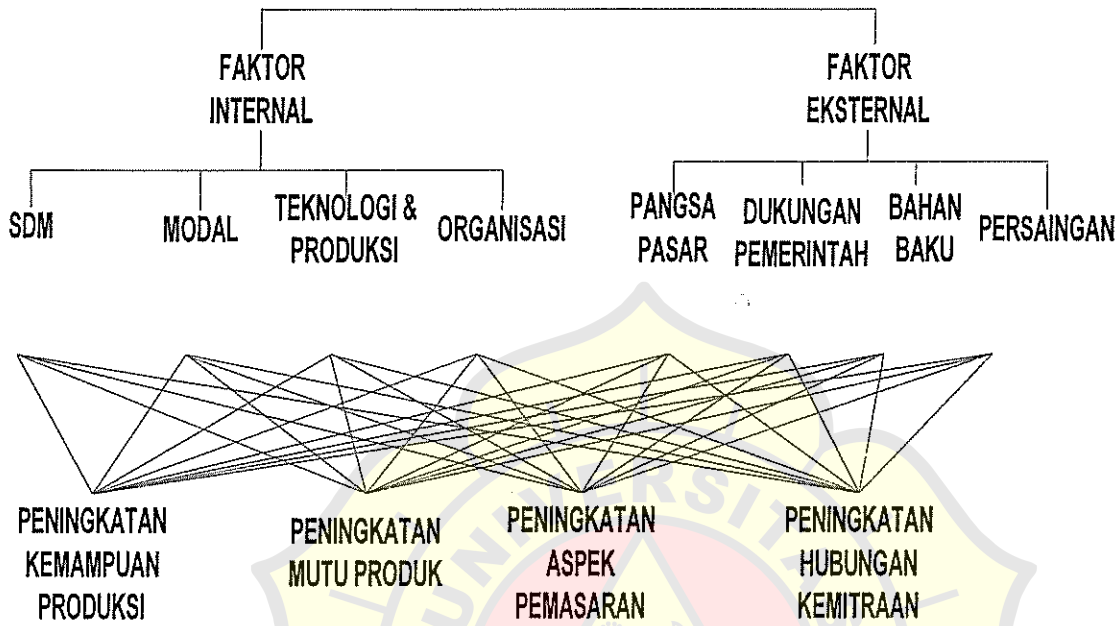
Lokasi

9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

 Harga

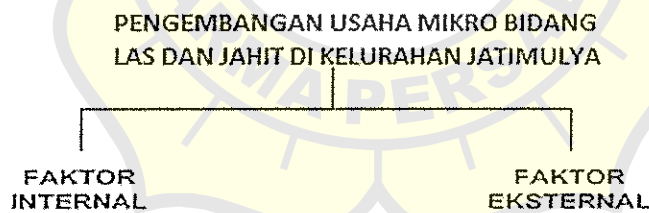
PERBANDINGAN BERPASANGAN KRITERIA DAN SUB KRITERIA

**PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KONVEKSI DI
KOTA DEPOK**



A. Perbandingan Berpasangan Kriteria Utama Pengembangan Usaha Mikro Bidang Las Dan Jahit Di Kelurahan Jatimulya

Model hirarki:

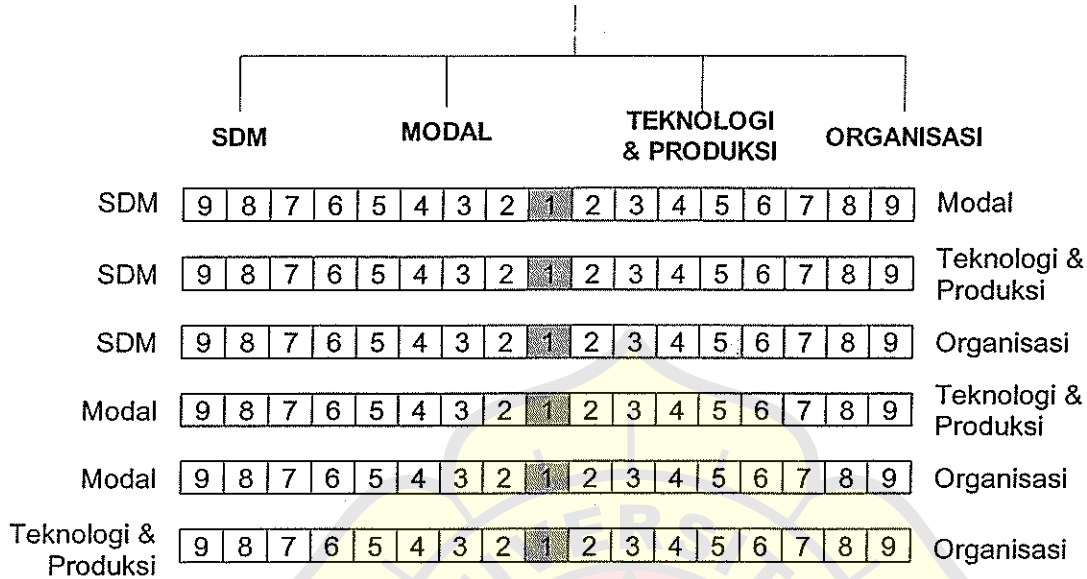


Faktor Internal	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Faktor Eksternal
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------

B. Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria dalam Kriteria Faktor Internal

Model hirarki:

FAKTOR INTERNAL



C. Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria dalam Kriteria Faktor Eksternal

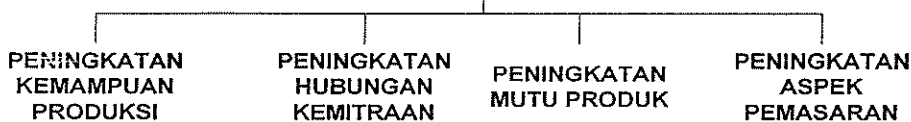
Model hierarki :



D. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria SDM

Model hirarki:

SDM

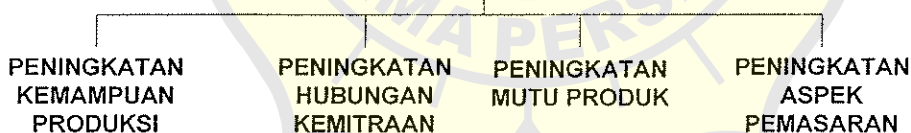


Peningkatan Kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Hubungan Kemitraan
Peningkatan Kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan Kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan Hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan Hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan Mutu Produk	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran

E. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Modal

Model hirarki:

MODAL

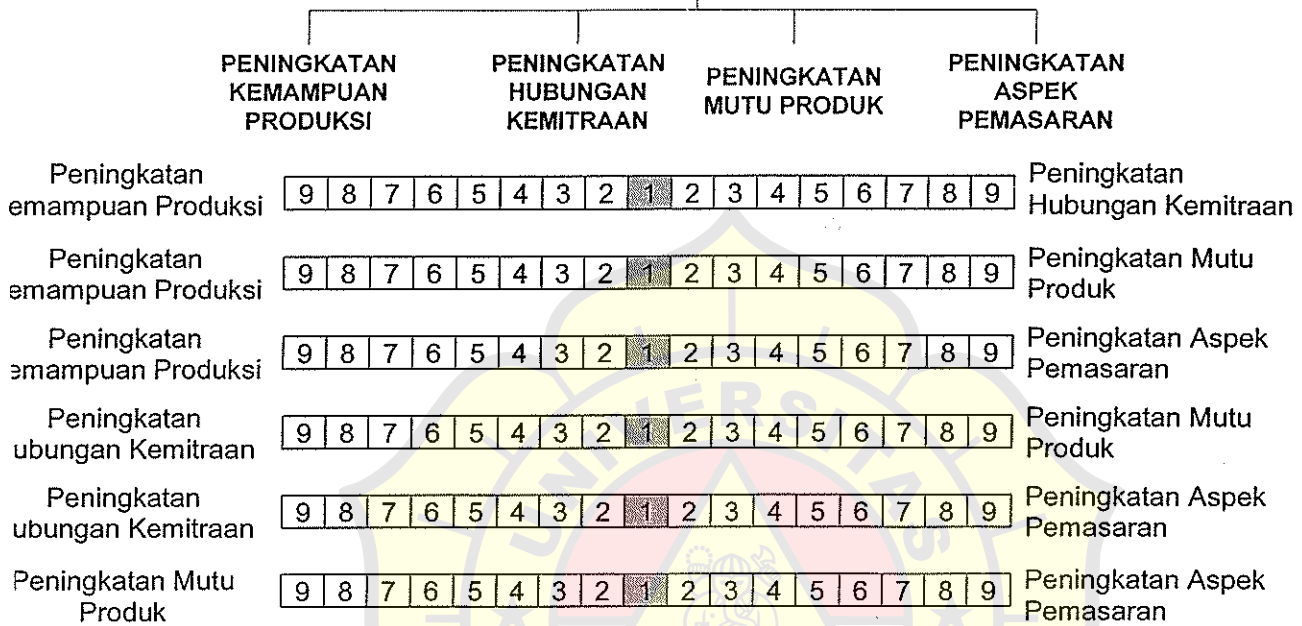


Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Hubungan Kemitraan
Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan Mutu Produk	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran

F. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Organisasi

Model hirarki:

ORGANISASI



G. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Pangsa Pasar

Model hirarki:

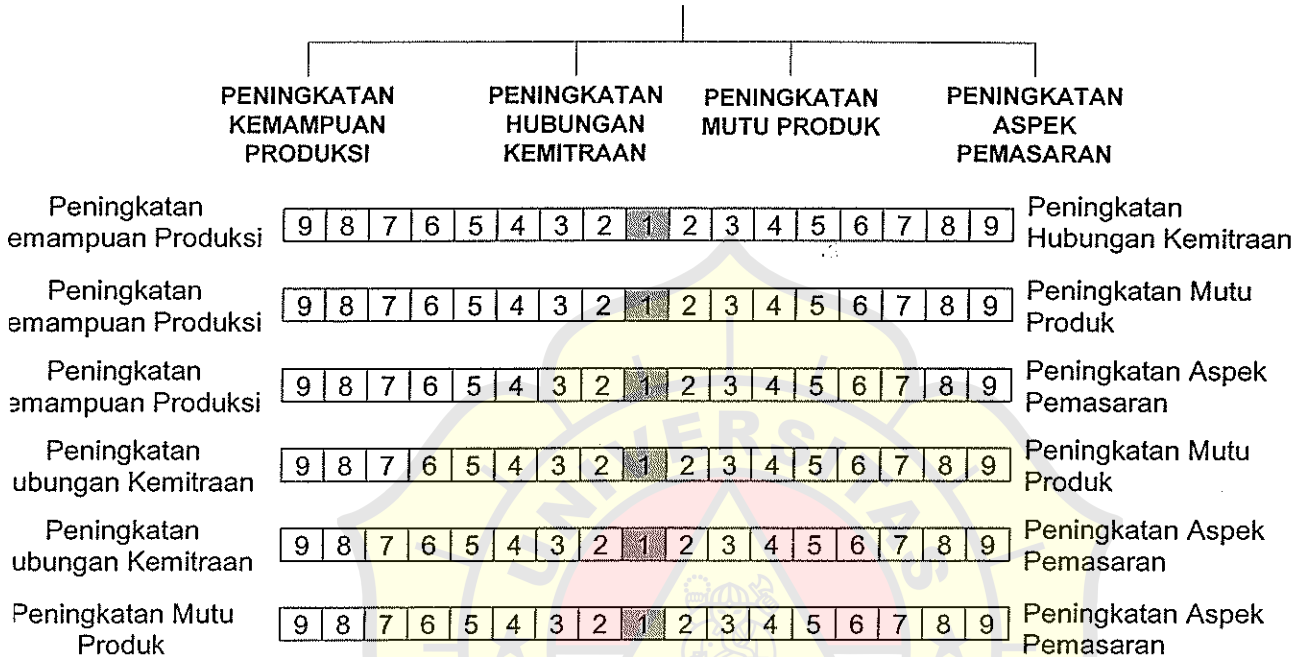
PANGSA PASAR



H. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Dukungan Pemerintah

Model hirarki:

DUKUNGAN PEMERINTAH



I. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Bahan Baku

Model hirarki:

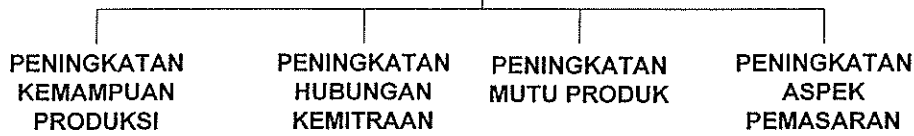
BAHAN BAKU



J. Perbandingan Berpasangan Alternatif dalam Sub Kriteria Persaingan

Model hirarki:

PERSAINGAN



Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Hubungan Kemitraan
Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan kemampuan Produksi	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Mutu Produk
Peningkatan hubungan Kemitraan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran
Peningkatan Mutu Produk	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Peningkatan Aspek Pemasaran

PENUTUP

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu dalam pengisian kuesioner ini.

Item Pertanyaan

Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1	5	3	7	3	5	3	5	3	3	5	6	1	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	1	5	6
2	3	5	3	7	9	5	9	3	3	5	5	3	5	7	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	5	5	3	5
3	5	3	7	9	9	5	9	3	3	9	9	5	9	3	7	9	3	5	9	3	7	9	9	3	9	9	7	9
4	4	9	5	1	1	4	1	6	6	1	1	4	1	9	5	1	6	4	1	6	6	1	1	6	1	1	5	1
5	6	4	1	5	9	6	9	1	2	9	5	6	9	4	1	5	2	6	9	2	8	5	9	2	9	5	1	5
6	4	1	1	3	7	4	7	4	6	7	3	4	7	1	1	3	6	4	7	6	9	3	7	6	7	1	1	3
7	9	7	6	5	6	9	6	6	6	6	5	9	6	7	6	5	6	9	6	6	6	5	6	6	6	7	6	5
8	6	3	5	9	9	6	9	7	5	9	9	6	9	3	5	9	5	6	9	5	2	9	9	9	5	9	5	9
9	4	1	3	1	4	4	4	3	3	4	1	4	4	1	3	9	3	4	4	3	4	1	4	3	4	1	3	1
10	8	5	8	3	9	8	9	8	8	9	3	8	9	5	8	7	8	8	9	8	8	3	9	8	9	3	8	3
11	6	9	6	5	7	6	7	6	6	7	5	3	7	9	6	3	6	6	7	6	6	6	7	6	7	5	6	5
12	5	7	5	3	9	5	9	5	5	9	3	5	9	7	5	3	5	5	9	5	5	7	9	5	9	3	5	3
13	7	3	9	5	5	7	5	9	9	5	5	6	5	3	9	5	9	7	9	9	9	9	1	9	5	3	5	3
14	7	1	1	7	7	7	7	1	1	7	7	7	7	1	3	7	1	7	7	1	1	9	7	1	7	7	1	7
15	4	1	5	7	7	4	7	5	5	7	7	8	7	1	5	7	5	4	7	5	5	7	7	5	7	7	5	7
16	6	5	4	9	9	6	9	4	4	9	9	9	9	5	4	9	4	6	9	4	4	9	9	5	9	9	4	9
17	7	4	7	9	9	7	9	7	7	9	9	5	9	4	7	9	7	7	9	7	7	9	9	9	7	9	9	7
18	8	4	5	1	1	8	1	5	5	1	1	9	1	4	9	1	5	5	1	5	5	3	1	5	1	1	5	1
19	3	6	7	3	3	3	3	7	7	3	3	3	3	6	7	3	7	6	3	7	7	7	3	7	3	3	9	3
20	8	8	7	5	5	8	5	7	7	5	5	8	5	8	8	5	7	3	5	7	7	9	5	5	5	5	7	5
21	9	9	9	7	7	9	7	9	9	7	7	9	7	9	6	7	9	9	7	9	9	9	7	9	7	7	9	7
22	9	7	4	9	9	9	7	4	4	9	9	9	9	7	7	9	5	9	9	1	4	9	9	1	9	9	4	9
23	6	5	5	9	9	8	9	5	5	9	9	8	9	5	5	9	5	8	9	5	5	9	9	5	9	9	5	9
24	7	7	7	5	5	7	5	7	7	5	5	7	5	7	5	5	7	7	5	7	7	7	5	7	5	5	7	5
25	9	9	9	7	7	7	7	9	9	7	7	7	7	9	9	7	9	7	7	9	9	9	7	9	7	7	9	7
26	5	6	1	3	3	5	3	1	1	3	3	5	3	6	1	3	1	5	3	1	1	3	3	1	5	3	1	3
27	5	9	7	1	1	5	1	7	7	1	1	5	3	9	7	1	7	5	1	7	7	1	1	7	3	1	7	1
28	7	7	9	9	9	7	9	9	9	9	9	7	9	7	9	9	9	7	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
29	5	5	6	7	7	5	7	6	6	7	7	5	7	5	9	7	4	5	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7
30	7	7	5	5	5	7	5	5	5	5	5	7	5	7	5	5	5	7	5	7	5	5	5	5	7	5	5	5
31	3	3	9	9	9	3	9	9	9	9	9	3	9	3	9	9	9	3	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
32	9	8	6	5	7	9	7	6	6	5	5	9	7	8	6	5	6	9	7	4	6	5	7	4	7	5	6	5

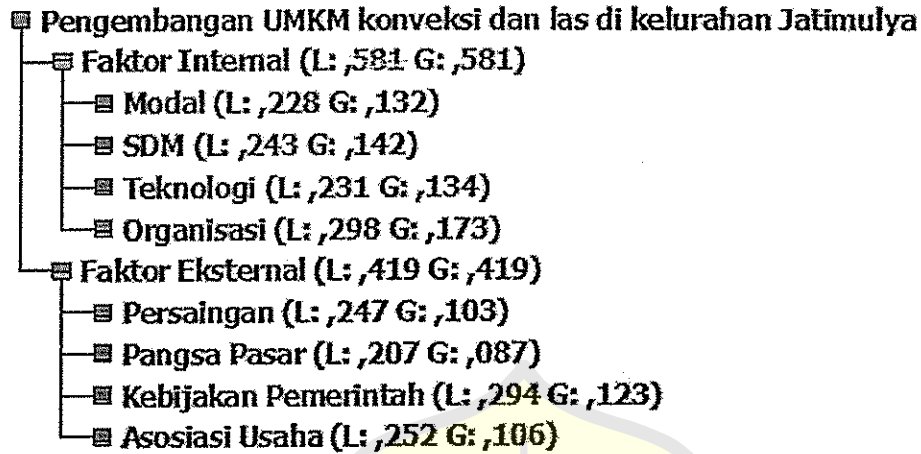
Item Pertanyaan

Resp	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55
1	6	6	3	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6
2	5	5	5	7	3	5	3	3	5	3	3	5	3	3	5	7	3	5	3	3	5	7	3	5	3	3	5
3	9	9	9	3	7	9	7	5	9	5	7	9	3	5	9	3	7	9	3	5	9	3	7	9	7	5	9
4	1	1	1	9	5	1	5	4	1	4	5	1	6	4	1	9	5	1	6	4	1	9	5	1	5	4	1
5	9	9	5	4	1	5	1	6	9	6	1	5	2	6	9	4	1	5	2	6	9	4	1	5	1	6	4
6	7	7	3	1	1	3	1	4	7	4	1	3	6	4	7	1	1	3	6	4	7	1	1	3	1	4	7
7	6	4	5	7	6	5	6	9	6	9	6	5	6	9	4	7	6	5	6	9	6	7	6	5	6	9	6
8	9	9	9	3	5	9	5	6	9	6	5	9	5	6	9	3	5	9	5	6	9	9	5	9	5	6	9
9	4	4	1	1	3	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	3	9	3	4	4	1	3	1	3	4	9
10	9	9	3	5	8	3	8	8	9	6	9	5	8	8	9	5	8	7	8	9	9	5	8	3	8	8	9
11	7	7	5	9	6	5	6	6	7	5	7	9	6	6	7	9	6	6	6	6	7	9	6	5	6	6	7
12	9	9	3	7	5	3	5	5	9	5	7	5	5	5	9	7	5	9	5	5	9	7	5	3	5	5	9
13	5	5	5	3	9	5	9	7	9	6	9	7	9	7	5	3	9	7	9	7	5	3	9	5	9	7	7
14	7	7	7	1	3	7	3	7	7	7	3	7	1	7	7	1	1	7	1	7	7	1	3	7	1	7	1
15	7	7	7	1	5	7	5	4	7	8	7	7	5	4	7	6	5	7	5	4	7	1	5	7	5	4	7
16	9	9	9	3	5	9	4	6	9	9	4	9	4	6	9	7	4	9	4	6	9	5	4	9	4	6	9
17	9	9	9	5	7	9	7	3	9	5	7	9	7	7	9	4	7	9	7	7	9	4	7	9	7	7	9
18	3	3	1	7	5	1	9	8	1	9	5	1	5	8	1	4	5	1	7	8	1	4	5	1	5	8	1
19	3	3	3	3	9	3	7	7	3	3	9	3	7	3	3	6	7	3	7	3	3	6	9	3	9	3	3
20	7	7	5	7	7	5	8	9	7	8	9	5	7	8	7	8	9	5	7	8	5	8	7	5	7	4	5
21	7	7	7	8	9	7	6	9	7	9	9	7	9	9	7	9	9	7	9	9	7	9	9	7	9	7	7
22	9	9	9	9	4	9	7	9	9	9	4	9	1	9	9	9	4	9	5	9	9	7	4	9	4	9	9
23	9	9	9	9	5	9	5	8	9	8	5	9	5	8	9	5	5	9	3	8	9	5	7	9	5	9	9
24	5	5	5	7	7	5	5	7	5	7	7	5	7	7	5	9	7	5	7	7	5	7	7	7	5	7	5
25	7	7	7	9	9	7	9	7	7	7	9	7	9	7	7	9	9	7	9	7	7	9	9	7	9	7	7
26	1	1	3	6	5	3	1	5	3	5	1	3	1	5	1	6	1	3	1	5	5	6	1	3	1	5	3
27	3	3	1	9	9	1	7	5	1	5	7	3	7	7	3	9	7	1	7	5	2	9	7	1	7	5	1
28	9	9	9	7	9	9	9	7	9	7	9	9	9	9	9	7	9	9	9	7	9	7	9	9	9	7	9
29	7	7	7	5	6	7	7	5	9	5	6	7	6	5	7	3	6	7	4	5	7	5	6	7	6	5	7
30	5	5	5	7	5	5	5	7	3	7	5	5	7	7	5	4	5	5	5	7	5	6	5	5	5	5	7
31	9	9	9	3	9	9	9	9	3	9	9	9	9	3	9	3	9	9	9	3	9	9	5	9	9	3	9
32	7	7	5	8	6	5	6	9	7	9	6	5	5	9	7	8	6	5	6	9	7	9	6	5	6	9	7

Item	X	Y	X ²	Y ²	XY	Atas	Bawah	Rxy	r tabel	Hasil
1	196	10831	1312	3744563	67754	1603594	1729474.427	0.9272	0.266	Valid
2	175	10831	1161	3744563	60681	1442030	1716251.912	0.8402	0.266	Valid
3	177	10831	1161	3744563	62779	1535758	1697974.611	0.9045	0.266	Valid
4	177	10831	1203	3744563	62234	1505783	1757235.645	0.8569	0.266	Valid
5	205	10831	1517	3744563	71128	1691685	1915880.771	0.8830	0.266	Valid
6	196	10831	1308	3744563	67662	1598534	1723827.4	0.9273	0.266	Valid
7	203	10831	1485	3744563	70384	1672427	1893917.26	0.8831	0.266	Valid
8	179	10831	1171	3744563	63014	1527021	1693740.841	0.9016	0.266	Valid
9	180	10831	1170	3744563	62985	1514595	1682872.814	0.9000	0.266	Valid
10	203	10831	1493	3744563	70334	1669677	1904186.011	0.8768	0.266	Valid
11	172	10831	1168	3744563	60679	1474413	1752689.887	0.8412	0.266	Valid
12	198	10831	1354	3744563	68164	1604482	1768047.649	0.9075	0.266	Valid
13	207	10831	1525	3744563	71728	1703023	1906976.983	0.8930	0.266	Valid
14	175	10831	1161	3744563	60681	1442030	1716251.912	0.8402	0.266	Valid
15	185	10831	1249	3744563	65043	1573630	1747980.185	0.9003	0.266	Valid
16	187	10831	1307	3744563	65226	1562033	1808935.918	0.8635	0.266	Valid
17	179	10831	1159	3744563	62689	1509146	1676381.63	0.9002	0.266	Valid
18	191	10831	1241	3744563	65968	1559519	1678231.27	0.9293	0.266	Valid
19	209	10831	1573	3744563	72456	1721401	1948543.832	0.8834	0.266	Valid
20	177	10831	1159	3744563	61769	1480208	1695100.981	0.8732	0.266	Valid
21	191	10831	1301	3744563	65983	1560344	1763228.156	0.8849	0.266	Valid
22	198	10831	1446	3744563	69062	1653872	1890638.234	0.8748	0.266	Valid
23	201	10831	1493	3744563	69800	1661969	1922900.365	0.8643	0.266	Valid
24	176	10831	1144	3744563	61429	1472339	1682714.79	0.8750	0.266	Valid
25	209	10831	1541	3744563	72232	1709081	1908092.229	0.8957	0.266	Valid
26	172	10831	1184	3744563	60961	1489923	1774802.918	0.8395	0.266	Valid
27	179	10831	1193	3744563	63417	1549186	1725112.438	0.8980	0.266	Valid
28	177	10831	1203	3744563	62234	1505783	1757235.645	0.8569	0.266	Valid
29	209	10831	1549	3744563	72534	1725691	1918285.102	0.8996	0.266	Valid
30	207	10831	1529	3744563	71844	1709403	1912083.184	0.8940	0.266	Valid
31	174	10831	1176	3744563	61301	1486961	1746305.947	0.8515	0.266	Valid
32	178	10831	1216	3744563	61810	1471632	1766292.065	0.8332	0.266	Valid
33	188	10831	1266	3744563	65935	1590197	1743308.605	0.9122	0.266	Valid
34	177	10831	1203	3744563	62234	1505783	1757235.645	0.8569	0.266	Valid
35	183	10831	1217	3744563	64375	1558552	1721820.825	0.9052	0.266	Valid
36	197	10831	1325	3744563	67785	1594468	1737706.535	0.9176	0.266	Valid
37	211	10831	1613	3744563	73116	1736039	1979235.715	0.8771	0.266	Valid
38	198	10831	1342	3744563	68136	1602942	1751425.083	0.9152	0.266	Valid
39	189	10831	1311	3744563	66709	1621936	1795854.242	0.9032	0.266	Valid
40	191	10831	1331	3744563	66892	1610339	1804225.65	0.8925	0.266	Valid
41	178	10831	1168	3744563	62166	1491212	1698757.485	0.8778	0.266	Valid
42	200	10831	1364	3744563	68980	1627700	1761870.298	0.9238	0.266	Valid
43	205	10831	1521	3744563	71220	1696745	1920963.305	0.8833	0.266	Valid
44	181	10831	1235	3744563	62770	1491939	1765488.931	0.8451	0.266	Valid
45	179	10831	1193	3744563	63465	1551826	1725112.438	0.8996	0.266	Valid
46	198	10831	1430	3744563	68926	1646392	1869895.552	0.8805	0.266	Valid
47	179	10831	1167	3744563	62565	1502326	1687974.273	0.8900	0.266	Valid
48	196	10831	1308	3744563	67662	1598534	1723827.4	0.9273	0.266	Valid
49	208	10831	1536	3744563	71932	1703412	1911387.687	0.8912	0.266	Valid
50	183	10831	1253	3744563	63813	1527642	1772053.88	0.8621	0.266	Valid
51	183	10831	1225	3744563	64729	1578022	1733109.555	0.9105	0.266	Valid
52	177	10831	1203	3744563	62234	1505783	1757235.645	0.8569	0.266	Valid
53	179	10831	1193	3744563	63417	1549186	1725112.438	0.8980	0.266	Valid
54	191	10831	1245	3744563	65806	1550609	1684031.201	0.9208	0.266	Valid
55	201	10831	1493	3744563	70000	1672969	1922900.365	0.8700	0.266	Valid

Lampiran Hasil Perhitungan Expert Choice

1. Treeview



Alternatives

Kapabilitas Produksi	,200
Kerjasama	,273
Peningkatan Mutu Produk	,269
Marketing	,258

2. Hasil Pembobotan Kriteria Utama

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment

Faktor Internal	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Faktor Eksternal
-----------------	---	------------------

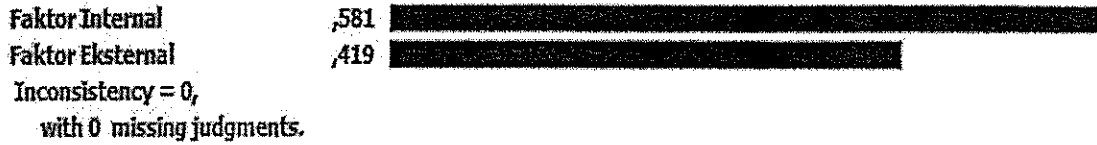
Compare the relative importance with respect to: Pengembangan UMKM konveksi dan las di

	Faktor Inter	Faktor Ekst
Faktor Internal		1,38825
Faktor Eksternal	Incon: 0,00	

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons

Priorities with respect to:
Goal: Respon Pengusaha

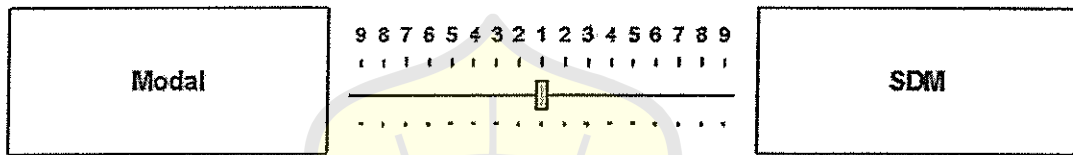
Combined



3. Pembobotan pada kriteria internal

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Internal

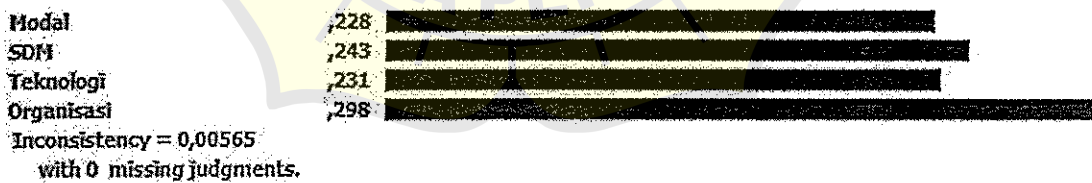
	Modal	SDM	Teknologi	Organisasi
Modal		(1,19504)	1,16731	(1,39366)
SDM			(1,02115)	(1,26467)
Teknologi				(1,17624)
Organisasi				

Incon: 0,01

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons

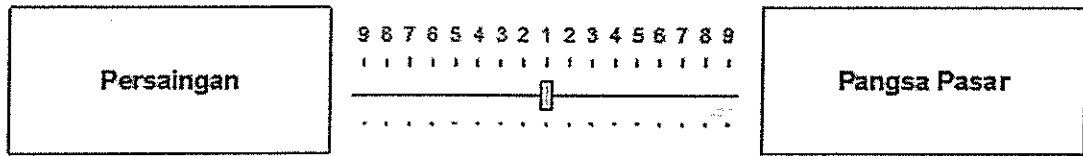
Priorities with respect to:
Goal: Respon Pengusaha
>Faktor Internal

Combined



4. Pembobotan pada kriteria eksternal
 a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Eksternal

	Persaingan	Pangsa Pas	Kebijakan I	Asosiasi Us
Persaingan		(1,03882)	1,13022	(1,14538)
Pangsa Pasar			(1,75425)	(1,20675)
Kebijakan Pemerintah				1,24614
Asosiasi Usaha				
	Incon: 0,02			

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons

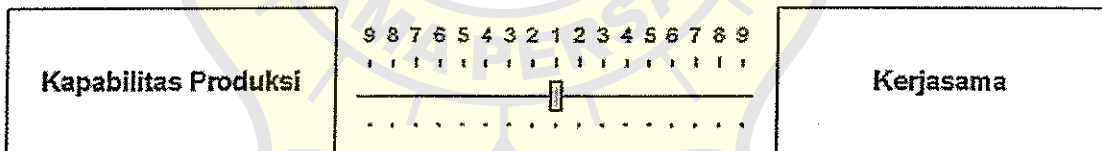
Priorities with respect to:
 Goal: Respon Pengusaha
 >Faktor Eksternal

Combined



5. Pembobotan pada kriteria modal
 a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Internal \ Modal

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkata	Marketing
Kapabilitas Produksi		(1,02726)	(1,2663)	(1,02032)
Kerjasama			(1,22369)	1,18218
Peningkatan Mutu Produk				(1,58388)
Marketing				
	Incon: 0,03			

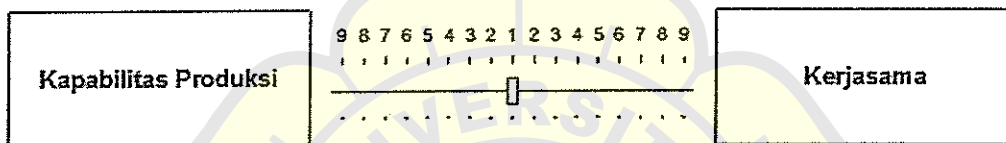
b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



6. Pembobotan pada kriteria SDM

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment

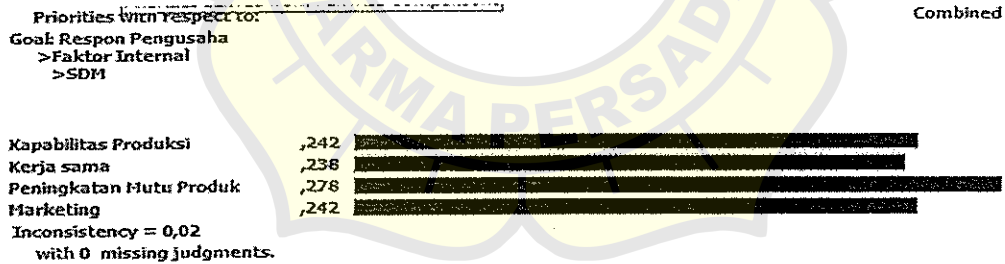


Compare the relative importance with respect to: Faktor Internal \ SDM

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkatan	Marketing
Kapabilitas Produksi		1,25752	(1,18084)	(1,19391)
Kerjasama			1,06441	(1,03681)
Peningkatan Mutu Produk				1,39639
Marketing				

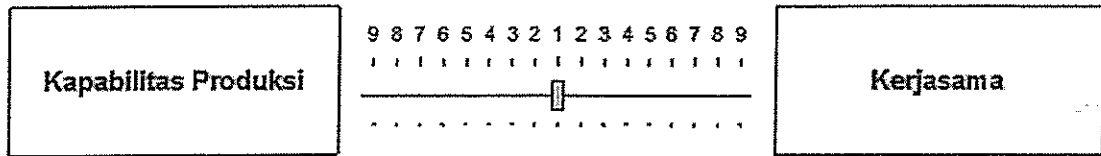
Incon: 0,02

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



7. Pembobotan pada kriteria Teknologi

a) Pairwise Numerical Comparisons
Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Internal \ Teknologi

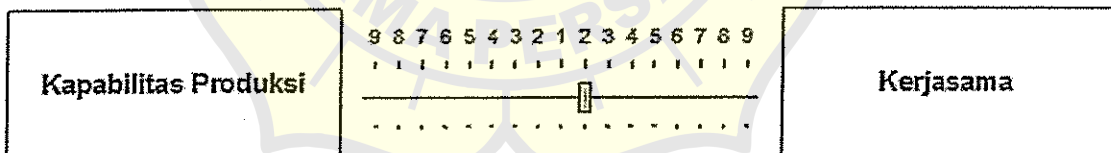
	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkata	Marketing
Kapabilitas Produksi		(1,11386)	1,02695	1,11278
Kerjasama			(1,39142)	1,19157
Peningkatan Mutu Produk				1,35557
Marketing	Incon: 0,01			

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



8. Pembobotan pada kriteria organisasi

a) Pairwise Numerical Comparisons
Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Internal \ Organisasi

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkata	Marketing
Kapabilitas Produksi		(1,67477)	(2,06372)	(1,49045)
Kerjasama			1,34286	1,46384
Peningkatan Mutu Produk				1,24717
Marketing	Incon: 0,01			

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons

Priorities with respect to:
 Goal: Respon Pengusaha
 >Faktor Internal
 >Organisasi

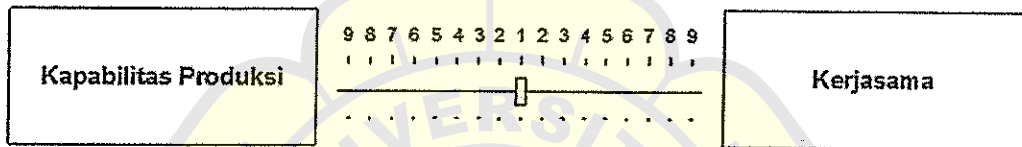
Combined



9. Pembobotan pada kriteria Persaingan

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Eksternal \ Persaingan

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkatan	Marketing
Kapabilitas Produksi		(1,11513)	(1,70652)	(1,48105)
Kerjasama			(2,07815)	(1,62312)
Peningkatan Mutu Produk				1,57518
Marketing				

Incon: 0,01

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons

Priorities with respect to:
 Goal: Respon Pengusaha
 >Faktor Eksternal
 >Persaingan

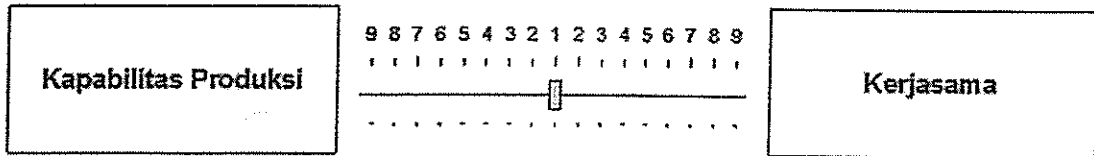
Combined



10. Pembobotan pada kriteria Pangsa Pasar

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Eksternal \ Pangsa Pasar

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkata	Marketing
Kapabilitas Produksi		(1,08393)	(2,3679)	(1,71458)
Kerjasama			(2,09035)	(2,17396)
Peningkatan Mutu Produk				1,26486
Marketing	Incon: 0,00			

b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



11. Pembobotan pada kriteria dukungan pemerintah

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment



Compare the relative importance with respect to: Faktor Eksternal \ Kebijakan Pemerintah

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkata	Marketing
Kapabilitas Produksi		(2,23622)	1,15037	(2,06475)
Kerjasama			1,95939	1,8295
Peningkatan Mutu Produk				(2,19773)
Marketing	Incon: 0,02			

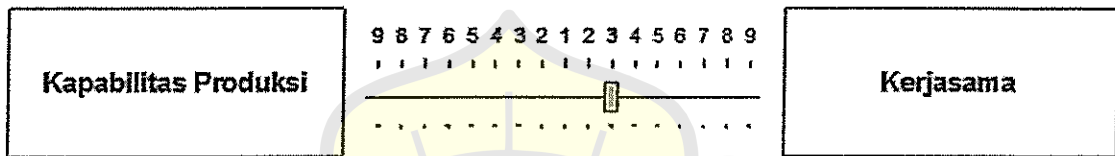
b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



12. Pembobotan pada kriteria asosiasi usaha

a) Pairwise Numerical Comparisons

Numerical Assessment

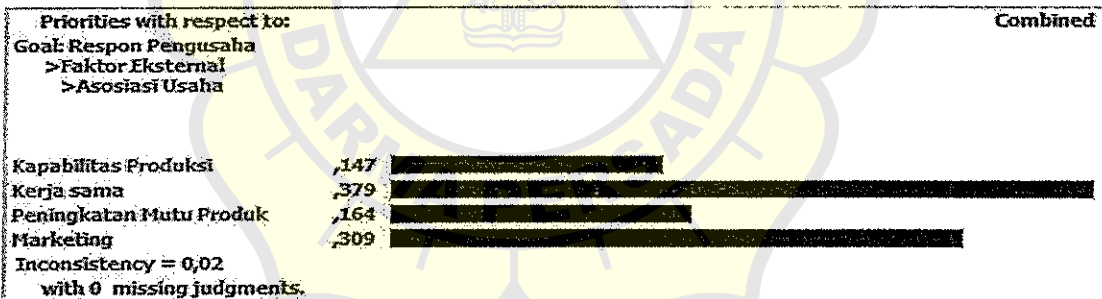


Compare the relative importance with respect to: Faktor Eksternal \ Asosiasi Usaha

	Kapabilitas	Kerjasama	Peningkatan	Marketing
Kapabilitas Produksi		(2,6994)	(1,04303)	(2,0504)
Kerjasama			1,74262	1,5197
Peningkatan Mutu Produk				(2,37759)
Marketing				

Incons: 0,02

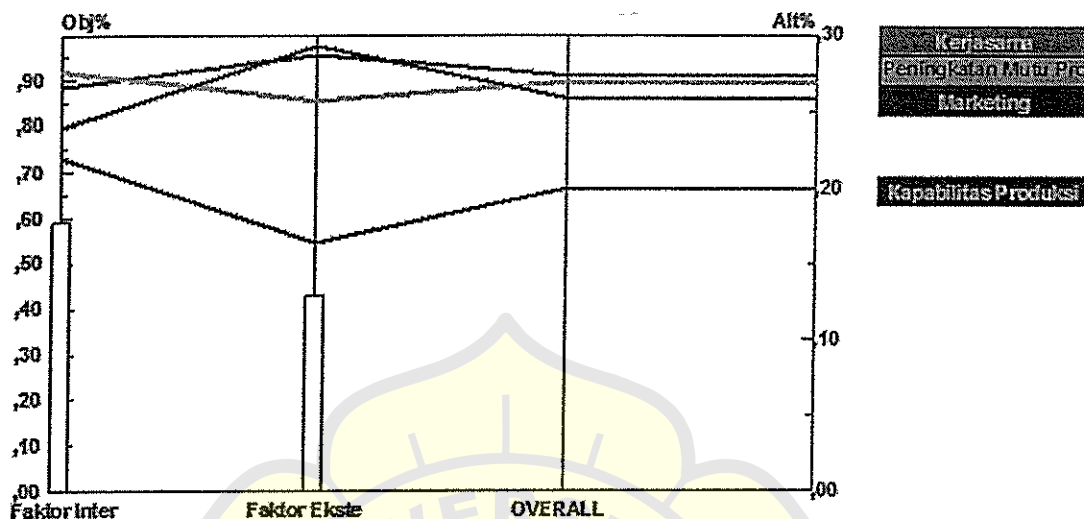
b) Priorities derived from Pairwise Comparisons



13. Sensitivity Graph

a) Performance Sensitivity Graph

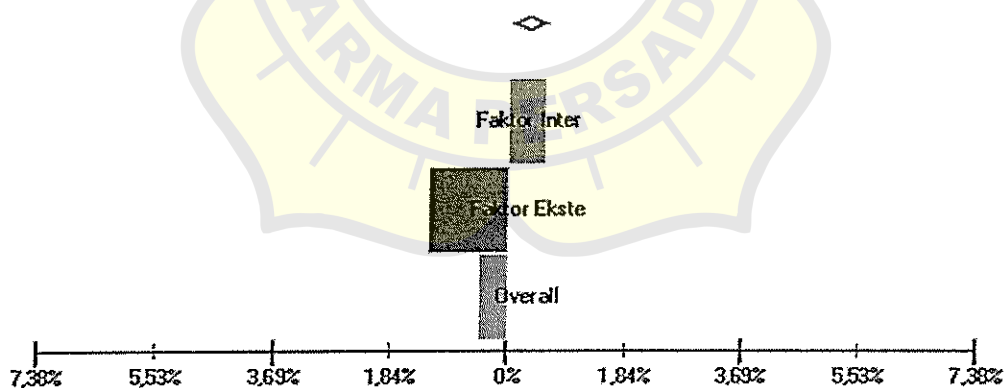
Performance Sensitivity for nodes below: Pengembangan UMKM konveksi dan las di kelurahan Jatimulya



b) Head-to-head Sensitivity Graph

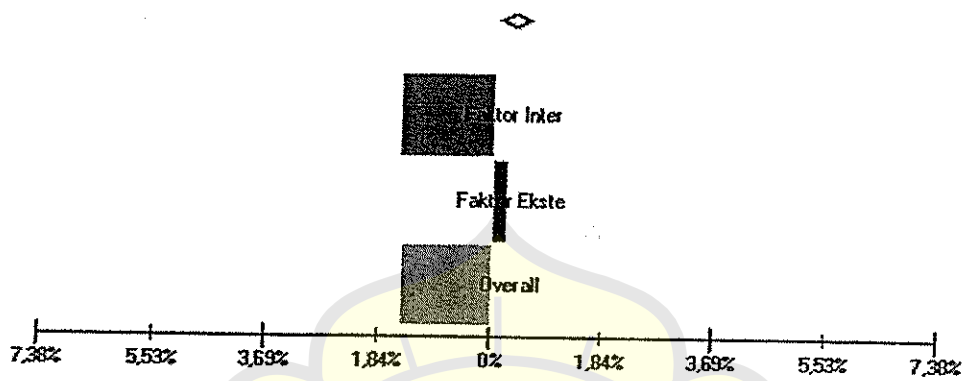
- Antara alternatif kerjasama dan alternatif peningkatan mutu produk dalam kriteria utama

Weighted head to head between Kerjasama and Peningkatan Mutu Produk



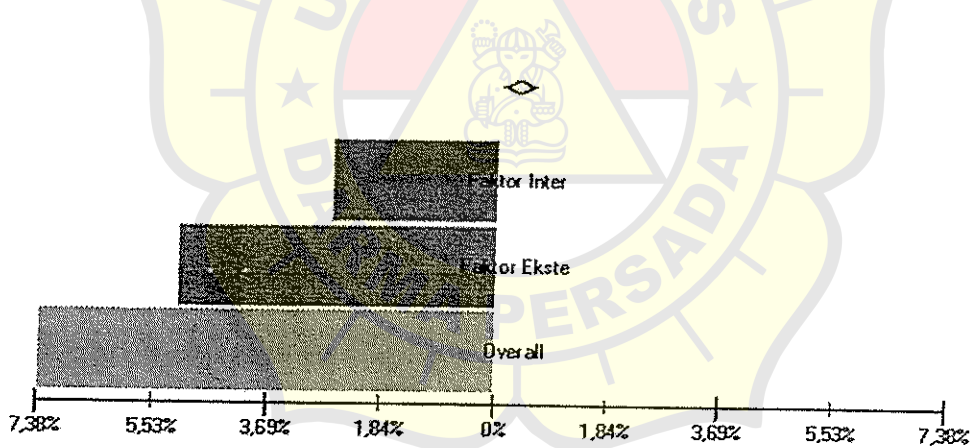
- Antara alternatif kerjasama dan alternatif marketing dalam kriteria utama

Weighted head to head between Kerjasama and Marketing



- Antara alternatif kerjasama dan alternatif kapabilitas produksi dalam kriteria utama

Weighted head to head between Kerjasama and Kapabilitas Produksi



c) Dynamic Sensitivity Graph

Dynamic Sensitivity for nodes below: Pengembangan UMKM konveksi dan las di kelurahan Jatimulya

