

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi berasal dari kata Yunani *Strategos* dengan akar kata *stratos* dan *ag*, *stratos* berarti “militer” dan *ag* berarti “memimpin”.¹ Kata strategi berarti memilih bagaimana caranya sumber-sumber mungkin digunakan dengan efektif untuk mencapai suatu tujuan yang dinyatakan. Strategi direncanakan untuk penyesuaian dengan lingkungan dalam maupun luar. Diungkapkan dengan cara lain, strategi menyatakan faktor-faktor mana yang akan diberi penekanan dalam mencapai tujuan.

Kurniawan dan Hamdani, seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End Of Nasution State* mengemukakan strategi adalah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang lebih efisien.²

¹ Murdifin Haming, *Manajemen Produksi Modern* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal. 49.

² Muliawan Kurniawan, Fitri Lukiastuti dan Hamdani, *Manajemen Strategi Dalam Organisasi* (Yogyakarta: Medpress, 2000), hal 14-15.

Gerry Jhonson dan Kevan Scholes mengemukakan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keuntungan melalui konfigurasi sumber daya lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan berbagai pihak. Menurut Glueck dan Jauch mengemukakan strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”.³

Menurut Rangkuti pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipe strategi yaitu :⁴

a) Strategi Manajemen

Strategi, manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan

³ Rifki Akmal Tanjung, Muhammad Anshari Hutasuhut, and Siti Aisyah, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penetapan Harga Supply Chain Manajemen Pada PT Unilever Tbk,” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022): 1883–1888.

⁴ Leydi O.B.E Rooroh, Lisbeth Mananeke, and Djuwarti Soepeno, “Penentuan Strategi Bisnis Pada Rimba Papua Hotel Dalam Menghadapi Persaingan Timika,” *Jurnal EMBA* 7, no. 3 (2019): 2711–2720.

pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

b) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau perusahaan melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu visi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

c) Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.⁵

Perumusan Bryson suatu strategi yang efektif itu harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

- 1) Strategi secara teknis harus dapat dijalankan.

⁵ Erwin Ahmadi, "Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang" 6, no. 1 (2019): 5–10.

- 2) Strategi secara politis harus dapat diterima oleh para key stakeholder.
- 3) Strategi harus sesuai dengan filosofi dari nilai-nilai organisasi.
- 4) Strategi harus sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan.⁶

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.⁷

⁶ Bryson John, *Perencanaan Strategis (9 th ed)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hal 32.

⁷ Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireun," *Jurnal S. Pertanian* 3, no. 1 (2017): 223–233.

b. Manajemen Strategi

Menurut Irfan Fahmi manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang.⁸

Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil. Secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategi sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini, yaitu :⁹

- 1) Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya perbaikan yang bersifat sustainable (berkemajuan).
- 2) Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan

⁸ Fahmi Irfan, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hal 2.

⁹ Irfan, hal 3.

ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.

- 3) Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai base thinking dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.

c. Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada atau strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan suatu kondisi.¹⁰ Menurut Nuryanti, pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah proses yang berkesinambungan untuk melakukan matching and adjusment yang terus menerus antara sisi supply dan demand kepariwisataan untuk mencapai misi yang telah ditentukan.¹¹

Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, dan melestarikan pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Pengembangan pariwisata perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi

¹⁰ Yati Heryati, "Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju," *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2019): 56–74.

¹¹ Heri Tjahjono, "Analisis Potensi Dan Masalah Pariwisata Di Kelurahan Kandri," *Forum Ilmu Sosial* 37, no. 2 (2010): 160–171.

dengan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta pariwisata perlu mengembangkan inovasi baru.¹²

Dengan adanya pengembangan objek wisata tersebut, diharapkan taraf hidup masyarakat meningkat. Pengembangan suatu tempat wisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur hendaknya memperhatikan berbagai aspek seperti aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah objek wisata.

Menurut Fandeli, pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:¹³

- a) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- b) Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
- c) Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- d) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

¹² Iin Choirunnisa Choirunnisa and Mila Karmilah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya," *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022): 89.

¹³ Heryati, hal. 56.

Dalam Undang-Undang R1 No 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata.¹⁴

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah sebuah kegiatan dalam rangka menata dan memajukan suatu objek wisata untuk dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih layak. Pengembangan objek wisata sangat erat kaitannya dengan peningkatan sumber daya alam dalam konteks pembangunan ekonomi.

¹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.”

2. Wisata Halal

a. Pengertian Wisata Halal

Menurut Kemenpar istilah wisata halal baru mulai dikenal sejak 2015 ketika sebuah event *World Halal Tourism Summit* (WHTS) digelar di Abu Dhabi, UAE. Sebelumnya dunia pariwisata hanya mengenal sebagai *Moslem tour* atau semisalnya. Dalam event ini WHTS berusaha menyadarkan bahwa pasar dari wisata halal amatlah besar dan perlu untuk terus dikembangkan. Terminologi wisata halal di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, *halal lifestyle*, ataupun *as moslem friendly destination*.¹⁵

Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah. Pariwisata halal merupakan industri pariwisata yang menyediakan layanan kepada wisatawan dengan

¹⁵ Wiwit Denny Fitriana, "Digitalisasi Kuliner Dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi ' Jombang Halal Tourism ' Wiwit Denny Fitriana Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum," *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 6.November (2018), 153–58.

merujuk pada aturan-aturan Islam.¹⁶ Kementerian Pariwisata mendefinisikan pariwisata halal merupakan sebuah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.¹⁷

Pariwisata halal dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata halal tidak terbatas hanya pada wisata religi.¹⁸

Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) yang dipublikasikan pada bulan Maret 2015 dan melingkupi 100 destinasi wisata diseluruh dunia. Pada GMTI 2016, terdapat peningkatan jumlah destinasi menjadi 130 destinasi dan penambahan dua kriteria baru yaitu

¹⁶ Unggul Priyadi, *Pariwisata Syariah Prospek Dan Perkembangan* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016).

¹⁷ Jumaidin Jumaidin, "Implementasi Atraksi Wisata Halal Pasca Pandemi Covid-19," *Journal Of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, And Creative Economy*, 2.2 (2022), 158–75 <<https://doi.org/10.21274/Ar-Rehla.V2i2.5903>>.

¹⁸ Nidya Waras Sayekti, "Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Halal Tourism Development Strategy In Indonesia," *Academy of Strategic Management Journal* 19, no. 6 (2020): 1–8.

transportasi udara dan peraturan visa. Berikut ini merupakan 3 tema penilaian GMTI 2016 tentang wisata halal yaitu :¹⁹

- a) Destinasi yang aman dan ramah untuk aktifitas liburan keluarga
 - 1) Destinasi wisata yang ramah keluarga
 - 2) Keamanan secara umum maupun khusus untuk wisatawan muslim
 - 3) Jumlah kunjungan muslim
- b) Fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim
 - 1) Pilihan dan jaminan kehalalan makanan
 - 2) Fasilitas sholat
 - 3) Fasilitas bandara pilihan akomodasi
- c) Pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata halal
 - 1) Kemudahan berkomunikasi
 - 2) Kesadaran tentang kebutuhan wisatawan muslim dan usaha untuk memenuhinya
 - 3) Transportasi Udara
 - 4) Persyaratan Visa

¹⁹ Ahmadi, hal. 5.

b. Pengembangan Wisata Halal

Konsep wisata syariah adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim didalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman.²⁰

Ada tiga alasan penting untuk mengejar pengembangan pariwisata halal. Alasan pertama adalah populasi Muslim dunia yang besar. Jumlah penduduk yang besar ini berpotensi menjadi tujuan wisata yang populer. Elemen kedua adalah sejumlah besar uang yang dihabiskan untuk pariwisata oleh umat Islam di seluruh dunia. Dan alasan ketiga adalah banyaknya jumlah wisatawan muslim dunia yang berkunjung ke Indonesia.²¹

²⁰ Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, and Ana Kadarningsih, "Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia," *Jurnal Human Falah* 5, no. 1 (2018): 28–48.

²¹ Olivia Prisiliko, Fatimah Yunus, and Evan Stiawan, "Potensi Wisata Halal Di Desa Rindu Hati Kabupaten Bengkulu Tengah Menggunakan Pendekatan Porter Five Forces," *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2022): 129.

Konsep wisata syariah merupakan aktualisasi dari konsep ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata. Menurut Chookaew, terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :²²

- a) Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan
- b) Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
- c) Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
- d) Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam;
- e) Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
- f) Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;

²² Sureerat Chookaew, "Increasing Halal Tourism Potential At Andaman Gulf In Thailand For Muslim Country," *Jurnal Of Economics, Business And Management* 3 (2015): 7.

- g) Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan
- h) Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chookaew, terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah.²³

- a) Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- b) Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
- c) Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3. Segi kehalalan disini baik dari dari sifatnya, perolehannya maupun

²³ Haidar Tsany Alim et al., “Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta,” *Media Wisata* 14 (2015): 1.

pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata.

- d) Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Rosenberg, pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah. Konsep wisata halal tidak ada perubahan apapun tentang destinasi wisata. Pembedanya disini adalah kenyamanan dalam beribadah, kemudahan mendapatkan produk makanan halal, serta lingkungan yang syar'i dan bebas maksiat baik dari pelayanan, fasilitas penunjang, lingkungan hotel, spa hingga restoran. Jadi prinsip industri pariwisata halal adalah untuk semua orang dalam segala bentuk produk pariwisata dengan tetap memperhatikan nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.²⁴

²⁴ Muhammad Ilham et al., "Analisis Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Perspektif FATWA DSN-MUI NOMOR 108 / DSN- MUI / X / 2016," *National Conference on Social Science and Religion*, no. 1 (2022): 892–897.

Global Muslim Travel Index (GMTI) merupakan hasil penelitian dari CrescentRating, di mana index berfungsi sebagai acuan kriteria wisata halal yang menghasilkan ranking bagi negara di dunia. Indikator pengembangan destinasi halal menurut kriteria GMTI terdapat empat faktor utama yaitu Acces, Communication, Environment dan Services dalam menilai destinasi wisata halal diantaranya sebagai berikut :²⁵

a) Kemudahan Akses ke tujuan (*Accessibilities*)

Kata acces dalam bahasa Inggris artinya jalan masuk, akses memiliki arti sebagai jalan masuk atau izin masuk dari suatu daerah/tempat di mana kita dapat berhubungan dengan sumber daya yang terdapat dalam wilayah tersebut dengan izin yang dimiliki. Akses menjadi dasar kata aksesibilitas yang artinya dapat masuk atau mudah dijangkau atau dicapai. ketersediaan prasarana dan jaringan transportasi yang menghubungkan ke satu daerah tujuan dari daerah asal.²⁶

b) Komunikasi Internal dan Eksternal berdasarkan Tujuan (*Communication*)

²⁵ Mastercard & Crescentrating, "Mastercard-Crescentrating GMTI 2018 Global Muslim Travel Index 2018'," *Journal of Materials Processing Technology*, no. April (2018), hal 1-59.

²⁶ Shadily and Echols, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia, 2019), hal 326.

Secara praktis komunikasi adalah penyampaian pesan kepada orang lain. Komunikasi menurut Jenis & Kelly merupakan suatu proses dimana komunikator (orang yang memberikan informasi) menyampaikan stimulus (dalam bentuk kata-kata) kepada komunikan (penerima) dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lain (khalayak).²⁷

c) Lingkungan di tempat tujuan (*Environment*)

Tingkat perdagangan yang dikontribusikan oleh wisatawan yang masuk ke suatu tujuan penting dalam memfasilitasi lingkungan yang efektif bagi wisatawan muslim. Wisatawan muslim juga perlu merasa aman dan dalam menjalankan ibadah di tempat tujuan. selain itu iklim yang mendukung destinasi termasuk lembaga, penelitian dan pengembangan dan penggunaan teknologi informasi merupakan faktor penting untuk inovasi dan keberlanjutan lingkungan.

d) Layanan yang disediakan (*Service*)

Layanan dapat didefinisikan kegiatan yang diberikan organisasi yang menyangkut kebutuhan konsumen sehingga menimbulkan kesan tersendiri.

²⁷ Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Indeks, 2008),hal. 25-26.

Penyediaan layanan yang baik akan menimbulkan rasa puas bagi konsumen. Oleh karena itu, layanan sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.²⁸

3. Analytical Hierarchy Process (AHP)

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, 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.²⁹

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan

²⁸ Vardiansyah, hal 25.

²⁹ Matloub Hussain et al., "Competitive Priorities and Knowledge Management: An Empirical Investigation of Manufacturing Companies in UAE," *Journal of Manufacturing Technology Management* 26, no. 6 (2015): 791–806.

menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut.³⁰

Analytical Hierarchy Process menggabungkan pertimbangan dan penilaian pribadi dengan cara yang logis dan dipengaruhi imajinasi, pengalaman, dan pengetahuan untuk menyusun hierarki dari suatu masalah yang berdasarkan logika, intuisi dan juga pengalaman untuk memberikan pertimbangan. AHP merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengerti dan memberikan perkiraan interaksi sistem secara keseluruhan.³¹

Dasar berfikirnya metode AHP ini adalah proses membentuk skor secara numerik untuk menyusun ranking setiap alternatif keputusan berbasis pada bagaimana sebaiknya alternatif itu dicocokkan dengan kriteria pembuat keputusan. Metode AHP ini membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstruktur suatu hirarki kriteria, pihak yang

³⁰ Jadianan Parhusip, "Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Desain Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Calon Penerima Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Di Kota Palangka Raya," *Jurnal Teknologi Informasi Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika* 13, no. 2 (2019): 18–29.

³¹ Muhammad Agus Priyono, "Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Aplikasi Pendukung Keputusan Seleksi Karyawan Di Pt. Retgoo Sentris Informa," *JIMP - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan* 3, no. 3 (2018):22.

berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas.³²

Analytical Hierarchy Process memiliki banyak keunggulan dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan, karena dapat digambarkan secara grafis, sehingga mudah dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Selain itu AHP juga menguji konsistensi penilaian, bila terjadi penyimpangan yang terlalu jauh dari nilai konsistensi sempurna, maka hal ini menunjukkan bahwa penilaian perlu diperbaiki, atau hierarki harus distruktur ulang.³³

Analytical Hierarchy Process digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain karena alasan-alasan berikut:

- a. Struktur yang berhierarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada sub kriteria yang paling dalam.
- b. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi sebagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.

³² Yuli Astuti, M Suyanto, and Kusri Kusri, "Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Perguruan Tinggi Komputer Swasta," *Data Manajemen dan Teknologi Informasi* 12, no. 1 (2011): 56–62.

³³ Agnia Eva Munthafa Et Al., "Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi," *Jurnal Siliwangi*, 3.2 (2017), 192–201.

Layaknya sebuah metode analisis, AHP pun memiliki kelebihan dan kelemahan dalam sistem analisisnya. Kelebihan-kelebihan analisis ini adalah:³⁴

a. Kesatuan (*Unity*)

AHP membuat permasalahan yang luas dan tidak terstruktur menjadi suatu model yang fleksibel dan mudah dipahami.

b. Kompleksitas (*Complexity*)

AHP memecahkan permasalahan yang kompleks melalui pendekatan sistem dan pengintegrasian secara deduktif.

c. Saling ketergantungan (*Interdependence*)

AHP dapat digunakan pada elemen-elemen sistem yang saling bebas dan tidak memerlukan hubungan linier.

d. Struktur Hirarki (*Hierarchy Structuring*)

AHP mewakili pemikiran alamiah yang cenderung mengelompokkan elemen sistem kelevel-level yang berbeda dari masing-masing level berisi elemen serupa.

e. Pengukuran (*Measurement*)

AHP menyediakan skala pengukuran dan metode untuk mendapatkan prioritas.

f. Sintesis (*Synthesis*)

AHP mengarah pada perkiraan keseluruhan mengenai seberapa diinginkannya masing-masing alternatif.

³⁴ Munthafa, dkk,hal 193.

g. *Trade Off*

AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor pada sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka.

h. *Penilaian dan Konsensus (Judgement and Consensus)*

AHP tidak mengharuskan adanya suatu consensus, tapi menggabungkan hasil penilaian yang berbeda.

i. *Pengulangan Proses (Process Repetition)*

AHP mampu membuat orang menyaring definisi dari suatu permasalahan dan mengembangkan penilaian serta pengertian mereka melalui proses pengulangan.

Sedangkan kelemahan metode AHP adalah sebagai berikut:

a. *Ketergantungan model AHP pada input utamanya.*

Input utama ini berupa persepsi seorang ahli sehingga dalam hal ini melibatkan subyektifitas sang ahli. Selain itu, model menjadi tidak berarti jika ahli tersebut memberikan penilaian yang keliru.

b. *Metode AHP ini hanya metode matematis tanpa ada pengujian secara statistik sehingga tidak ada batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk.*

Untuk menyelesaikan permasalahan menggunakan metode AHP ada beberapa prinsip yang harus dipahami yaitu :³⁵

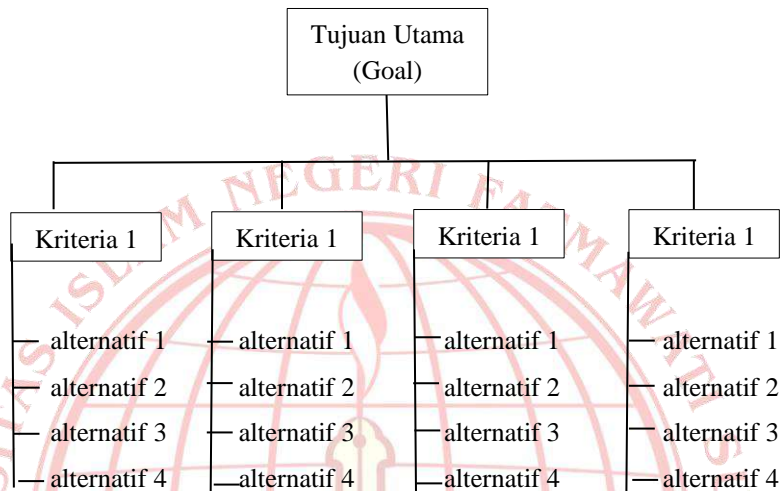
a. Membuat Hierarki

Hierarki digunakan untuk mempermudah pemahaman yaitu dengan cara memecahnya menjadi elemen-elemen pendukung, menyusun elemen secara hierarki dan menggabungkannya.



³⁵ Kusriani, *Konsep Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007),hal 137.

Gambar 2.1
Struktur Hierarki AHP



Sumber : Kusri, 2007

b. Penilaian Kriteria dan Alternatif

Penilaian ini merupakan inti dari AHP karena akan berpengaruh kepada urutan prioritas dari elemen-elemennya. Hasil dari penilaian ini lebih mudah disajikan dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan yang berguna untuk melihat kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkatan di atasnya. Nilai dan definisi pendapat kualitatif dari skala perbandingan dapat diukur dengan tabel analisis sebagai berikut :

Tabel 2.1
Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting dari elemen lainnya
7	Elemen yang satu sangat penting dari elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak sangat penting dari elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan (antara nilai 1,3,5,7 dan 9)
Kebalikan	Jika aktivitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktivitas j. maka j memiliki nilai kebalikan dibandingkan i

Sumber: Saaty, 2004³⁶

c. Menentukan Prioritas (*Synthesis of Priority*)

Untuk setiap kriteria dan alternatif perlu dilakukan perbandingan berpasangan (*Pairwise Comparisons*).

Nilai-nilai perbandingan relatif dari seluruh alternatif kriteria bisa disesuaikan dengan judgement yang telah ditentukan untuk menghasilkan bobot dan prioritas.

d. Konsistensi logis (*Logical Consistency*)

Arti konsistensi yaitu:

³⁶ Saaty Thomas Lorie, "Decision Making-The Analytic Hierarichal Process and The Analytic Network Process.," *Jurnal Of Systems Science and Systems Engineering* 13, no. 1 (2004): 35.

- 1) Objek-objek yang serupa bisa dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi.
- 2) Menyangkut tingkat hubungan antar objek yang didasarkan pada kriteria tertentu.

Langkah-langkah atau prosedur dalam menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* adalah sebagai berikut:³⁷

- a. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan, kemudian menyusun hierarki dari permasalahan yang dihadapi. Penyusunan hierarki yaitu dengan menetapkan tujuan yang merupakan sasaran sistem pada level teratas.
- b. Menentukan prioritas elemen
 - 1) Membuat perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan elemen secara berpasangan sesuai kriteria yang diberikan.
 - 2) Matrik perbandingan berpasangan diisi menggunakan bilangan untuk mempresentasikan kepentingan relatif dari suatu elemen terhadap elemen yang lainnya.

³⁷ Kusriani, hal 137.

Tabel 2.2
Matriks Perbandingan Berpasangan

	Kriteria -1	Kriteria -2	Kriteria -3	Kriteria -n
Kriteria -1	K11	K12	K13	K1n
Kriteria -2	K21	K22	K23	K2n
Kriteria -3	K31	K32	K33	K3n
Kriteria -n	Kn1	Kn2	Kn3	Knn

c. Sintesis

Pertimbangan-pertimbangan terhadap perbandingan berpasangan disintesis untuk memperoleh keseluruhan prioritas. Hal-hal yang dilakukan dalam langkah ini adalah :

- 1) Menjumlahkan nilai-nilai dari setiap kolom matrik
- 2) Membagi setiap nilai dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matrik.

3) Menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapat nilai rata-rata.

d. Mengukur Konsistensi

Dalam pembuatan keputusan, perludiketahui seberapa baik konsistensi yang akan ada, karena tidak diinginkan keputusan berdasarkan kepentingan dengan konsistensi yang rendah. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam langkah ini yaitu:

- 1) Kalikan nilai pada kolom pertama dengan prioritas relatif elemen pertama, nilai pada kolom kedua dengan prioritas relatif elemen kedua, dan seterusnya.
- 2) Jumlahkan setiap baris
- 3) Hasil dari penjumlahan baris dibagi dengan banyaknya elemen yang ada, dan hasilnya disebut lamda maks (maks).

e. Hitung *Consistency Index* (CI) dengan rumus :

$$CI = \frac{(\lambda maks - n)}{n - 1}$$

Dimana,

n = banyaknya elemen.

f. Hitung Rasio Konsistensi (*Consistency Ratio*) / CR dengan rumus :

$$CR = \frac{CI}{IR}$$

Dimana,

CR = Consistency Ratio

CI = Consistency Index

IR = Indeks Random Consistency

g. Memeriksa Konsistensi Hierarki

Jika nilainya lebih dari 10%, maka penilaian data judgement harus diperbaiki. Namun jika rasio konsistensi (CI/CR) kurang atau sama dengan 0,1 maka hasil perhitungan bisa dinyatakan benar. Daftar indeks random konsistensi (IR) yaitu :³⁸

Tabel 2.3
Daftar Indeks Random Konsistensi

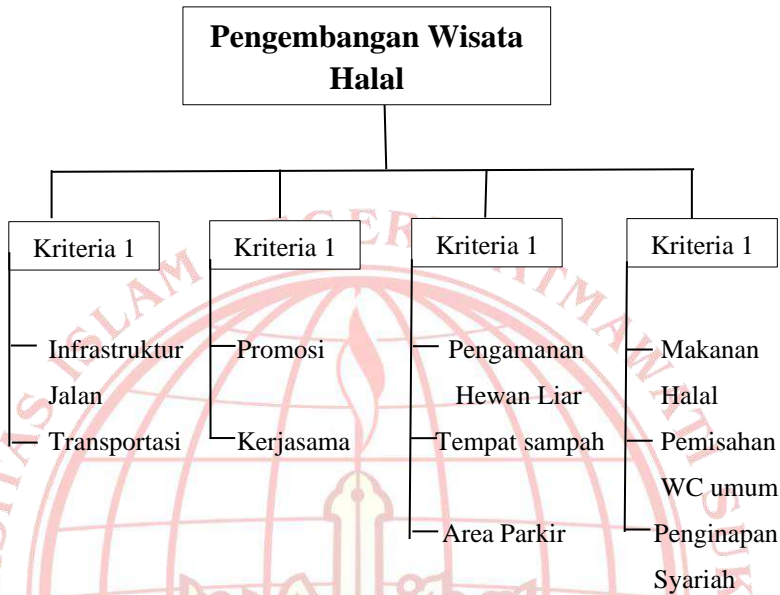
Ukuran Matriks	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nilai IR	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

B. Kerangka Berpikir

Agar penelitian yang dilakukan dapat diketahui secara jelas dan terarah, maka peneliti menyusun kerangka berpikir secara teoritis di bawah ini:

³⁸ Lorie, hal 37.

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber : Data Diolah, 2023

