



PROSIDING

SEMINAR NASIONAL SISTEM INFORMASI

PERAN SISTEM INFORMASI DALAM EKONOMI KREATIF
SEBAGAI ELEMEN PENINGKATAN DAYA SAING INDONESIA

PPI - 9 AGUSTUS 2018



FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG



PERANGKINGAN PEMILIHAN IMPORTIR PADA PROSES MARKET MATCHING MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)* DAN *FUZZY ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (FAHP)*

Elta Sonalitha ¹⁾, Bambang Nurdedwanto ²⁾, Salman Ratih Asriningtias ³⁾,
Aries Boedi Setiawan ⁴⁾, Pindo Tutuko ⁵⁾

^{1,2)} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang

¹⁾ elta.sonalitha@unmer.ac.id ; ²⁾ Email : Nurdewa@unmer.ac.id

³⁾ Sistem Informasi, Program Vokasi Universitas Brawijaya
Email : salman.ratih@gmail.com

⁴⁾ Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Malang
Email: aries@unmer.ac.id

⁵⁾ Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Malang
E-mail : pindotutuko@unmer.ac.id

Abstrak

Kendala-kendala yang dilalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk melakukan ekspor sangatlah banyak, mulai dari teknis ekspor, kuantitas dan kualitas produk, aspek manajemen sampai pemasaran. Terutama dikarenakan oleh keterbatasan modal yang mempengaruhi kemampuan produksi UMKM. Pemilihan Importir yang tepat dalam proses market matching dapat membantu pelaku UMKM untuk dapat menentukan arah tujuan Ekspor. Beberapa kriteria yang dipertimbangkan dalam pemilihan importir adalah Jumlah Stok yang dimiliki UMKM, Kapasitas Permintaan dari Importir, dan Jumlah UMKM yang berkompetisi. Peran Teknologi Informasi dalam hal ini adalah memberikan saran atau perangkaian terhadap ketepatan importir. Salah satu metode perangkaian yang sudah teruji adalah *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dan *Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP)*. Penelitian ini akan memperjelas perbedaan hasil perangkaian AHP dan FAHP untuk menyarankan Importir berdasarkan kriteria *stock*, *capacity*, *competitive* dalam mempengaruhi ekspor. Penghitungan Perangkaian menggunakan AHP dan FAHP menghasilkan saran nilai BNP FAHP lebih berbobot yaitu 7.225 berselisih dengan BNP AHP sebesar 6.145. Sehingga disarankan untuk mengaplikasikan metode FAHP untuk proses pemilihan Importir pada proses *market matching*.

Kata kunci : AHP, FAHP, *market matching*, rangking

Abstract

The constraints of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to export are very numerous, ranging from technical exports, quantity and quality of products, management aspects to marketing. Mainly because of the limited capital that affect the ability of UMKM production. Appropriate selection of importers in the market matching process can help UMKM actors to be able to determine the direction of export destination. Some of the criteria considered in the selection of importers are Total Stocks owned by SMEs, Demand Capacity of Importers, and Number of UMKMs that compete. The role of Information Technology in this case is to provide advice or ranking on the accuracy of importers. One of the most well-tested methods is Analytical Hierarchy Process (AHP) and Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP). This study will clarify the difference of AHP and FAHP ranking results to suggest Importer based on stock, capacity, and competitive criteria in influencing export. Counting Ranking using AHP and FAHP resulted in suggestion of BNP FAHP value more weight that is 7,225 disagree with BNP AHP equal to 6,145. So it is advisable to apply FAHP method for Importer selection process in market matching process.

Keywords: AHP, FAHP, *market matching*, rangking

I. PENDAHULUAN

Market Matching adalah kegiatan yang dilakukan dalam proses pertemuan antara penjual dan pembeli dan memperoleh kesepakatan yang saling menguntungkan.

Market Matching sangat diperhukan oleh perusahaan-perusahaan yang akan melempar produk ke pasar sehingga tepat sasaran. Kegiatan *market matching* ini sangat dibutuhkan terutama untuk pengusaha Mikro,