

## ANALISIS PENETAPAN DAN PENGEMBANGAN RANKING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN METRO UTARA KOTA METRO

Sinta Tiara Putri <sup>1\*</sup>, Bambang Suhada <sup>2</sup>, Nani Septiana <sup>3</sup>

<sup>1,2,3\*</sup> Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung Indonesia

E-mail: [sintatiara36@gmail.com](mailto:sintatiara36@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil penetapan dan pengembangan ranking Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada bidang usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah pemilik UMKM pada bidang usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro yang berjumlah 24 unit usaha dengan sampel sebanyak 17 yang ditetapkan secara purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan studi kepustakaan. Analisa data menggunakan metode Weighted Product. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penetapan dan pengembangan ranking dilakukan dengan menghitung nilai bobot prioritas pada aspek produksi, teknologi, pemasaran dan manajemen usaha pada 17 UMKM meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro dengan menggunakan metode Weighted Product (WP). Penetapan dan pengembangan ranking pada 17 UMKM meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro menghasilkan 11 kategori ranking usaha dengan 3 besar ranking yang pertama adalah usaha meubelair Sutrisno (0,067), ke dua usaha meubelair Riyanto (0,064), ketiga adalah usaha meubelair Asngari (0,063) dan Sarimin (0,063).

**Kata Kunci:** *penetapan dan pengembangan; ranking usaha; UMKM*

### Abstract

*The purpose of research to determine ranking analysis stipulation and development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Metro Utara Kota Metro. The type of research is descriptive research with a quantitative approach. The population of research are owners of MSMEs in the meubelair business sector in the metro Utara Kota Metro with totaling 24 business units and sample used are 17 business that determined purposively. The results showed that ranking analysis stipulation and development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Metro Utara Kota Metro is carried out by calculating the priority weight values on aspects of production, technology, marketing and business management on 17 meubelair SMEs in Metro Utara Kota Metro using the Weighted Product (WP) method. The stipulation and development of rankings for 17 MSME meubelair in Metro Utara Kota Metro resulted in 11 business ranking categories with the first three rankings being the meubelair business Sutrisno (0.067), the second was the meubelair business Riyanto (0.064), the third being the meubelair business Asngari (0.063) and Sarimin (0.063).*

**Keywords:** *stipulation and development; ranking analysis; MSMEs*

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah, dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan melalui peningkatan kapasitas usaha dan keterampilan pengelolaan usaha. Namun demikian, pengembangan UMKM yang sesuai dengan tingkatannya, masih menjadi masalah. Hal ini dikarenakan tidak semua pelaku UMKM mengetahui pada tingkat mana usaha yang dijalankannya. Di

Indonesia penentuan kriteria didasarkan pada besarnya Omzet dan Aset Kekayaan. Namun ada beberapa pengklasifikasian UMKM dari beberapa perspektif atau pendekatan yang dilakukan oleh lembaga atau instansi bahkan undang-undang. Menurut World Bank dan Lembaga yang terkait lainnya ada faktor lain seperti jumlah karyawan.

Permasalahannya adalah kriteria UMKM ditentukan oleh beberapa komponen sehingga untuk memperoleh keterangan kriteria dari sebuah usaha yang diharapkan maka harus mengevaluasi beberapa komponen tersebut secara manual. Hal ini membutuhkan waktu cukup lama bagi pihak Pemerintah untuk menentukan keterangan kriteria dari UMKM. Meskipun terdapat data Kriteria UMKM sebelumnya, namun belum pasti data tersebut adalah data terbaru, karena dalam perjalanan usahanya terdapat naik turun dari usaha yang dilakukan.

Guna dapat meningkatkan skala usaha, UMKM perlu memiliki kemampuan operasional yang memadai. UMKM juga perlu memiliki catatan usaha dan keuangan, walaupun dalam bentuk yang paling sederhana sekalipun. Lebih lanjut, UMKM perlu diberikan penilaian dan pemeringkatan, perlu dinilai kondisi usahanya dan dibandingkan dengan standar industri yang berlaku. UMKM perlu diperingkat (di-ranking) dimana hasil pemeringkatan tersebut mencerminkan kondisi atau tingkat kemampuan UMKM yang ditinjau di sisi keuangan maupun sisi non keuangan. Pemeringkatan UMKM perlu dilakukan oleh lembaga yang independen, bukan lembaga pemberi kredit agar dapat dijaga obyektivitas penilaian dan pemeringkatan. Selanjutnya hasil pemeringkatan dapat digunakan oleh lembaga calon pemberi kredit atau calon mitra kerja UMKM, untuk selanjutnya membuka jalan bagi berkembangnya usaha UMKM tersebut.

Kota Metro merupakan salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang cukup banyak memiliki industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jumlah UMKM yang ada di kota metro pada bidang perdagang terdapat 5.244 UMKM, pada bidang industri terdapat 1.132 UMKM, dan pada bidang jasa terdapat 1.603 UMKM, jadi jumlah keseluruhan UMKM di kota Metro pada bidang perdagangan, bidang industri, dan bidang jasa terdapat 7.979 UMKM.

Salah satu Kecamatan di Kota Metro yang memiliki potensi perkembangan UMKM dengan didukung oleh kondisi wilayah yang strategis adalah Kecamatan Metro Utara. Menurut data Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro, UMKM yang ada di Kecamatan Metro Utara mencapai 1.455 unit usaha, sebagai UMKM yang terdata. Pada bidang perdagangan adalah sebanyak 848 UMKM. Pada bidang industri terdapat sebanyak 364 pelaku UMKM dan pada bidang jasa terdapat sebanyak 243 pelaku UMKM.

Salah satu UMKM pada bidang industri yang cukup menjanjikan adalah pada bidang usaha meubelair. Meubelair adalah kegiatan atau usaha yang menghasilkan produk mebel berupa perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, lemari dan sejenisnya yang utamanya berbahan baku utama kayu (Haryanto dalam Septi 2017: 85).

Pada kota Metro, khususnya pada kecamatan Metro Utara, usaha meubelair ini banyak berkembang. Setidaknya terdapat 24 unit usaha meubelair yang terdapat di Kecamatan Metro Utara dengan berbagai tingkat investasi dan omzet. Investasi terendah adalah Rp 12.000.000 dan tertinggi adalah Rp 395.000.000. Adapun Omzet terendah adalah 21.000.000 dan tertinggi adalah Rp 685.000.000. Pada unit usaha meubelair tersebut menghasilkan laba antara Rp 3.600.000 sampai dengan Rp. 290.000.000, dengan rerata laba dari keseluruhan unit usaha meubelair adalah Rp 22.291.667/bulan.

Melihat potensi usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara, maka perlu pembinaan lebih lanjut yang tepat sasaran, yang sesuai dengan tingkat kebutuhan usaha meubelair mereka. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya adalah dengan melakukan pemeringkatan (ranking). Namun demikian, sampai dengan saat ini belum terdapat data pemeringkatan (ranking) UMKM khususnya pada bidang usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara. Akibatnya, seringkali pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Metro dalam pembinaan UMKM ini tidak fokus, artinya pembinaan dilakukan memang dilakukan secara simultan tetapi cenderung menyamaratakan, tidak spesifik sesuai dengan karakteristik kondisi lingkungan usaha dan potensi UMKM.

Padahal dengan adanya penetapan dan pengembangan ranking diharapkan akan membuat pembinaan UMKM pada bidang usaha meubelair berdasar skala usaha yang dijalankannya menjadi

tepat sasaran, dan akhirnya UMKM menjadi lebih berdaya saing baik di pasar lokal, nasional bahkan luar negeri. Pada sisi lain, adanya perankingan juga akan mempermudah pelaku UMKM pada bidang usaha meubelair dalam mendapatkan tambahan modal dari pihak lain (TPN2K, 2020).

Terkait dengan perankingan usaha ini, terdapat beberapa metode dalam membuat perankingan usaha. Salah satunya adalah metode *Weighted Product* (WP) yang merupakan metode penyelesaian yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah *Multi Attribute Decision Making* (MADM) yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan untuk mencari suatu alternatif terbaik dari berbagai alternatif berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Intinya bahwa metode tersebut menentukan nilai bobot pada setiap kriteria.

Lebih lanjut, penetapan dan pengembangan ranking usaha UMKM dapat dilakukan dengan melakukan inventarisasi/identifikasi terhadap unsur-unsur yang menopang kelangsungan usaha tersebut. Menurut Suhada (2021), penetapan dan pengembangan ranking usaha UMKM dapat didasarkan pada lima kriteria yaitu bahan baku, produk, teknologi, pemasaran, dan manajemen usaha. Pada masing-masing kriteria tersebut kemudian akan dilihat bobot dari setiap kriteria yang dimiliki oleh masing-masing UMKM.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya tanpa adanya perlakuan. Pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang memungkinkan dilakukannya pencatatan data hasil penelitian secara nyata dalam bentuk data numerikal atau angka sehingga memudahkan proses analisis dan penafsirannya dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik.

Pada penelitian ini sampel ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu pada usaha kecil dengan kriteria sebagai berikut:

1. Terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Metro
2. Usaha masih aktif berjalan
3. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

Berdasarkan tiga kriteria yang ditetapkan tersebut, maka sampel yang didapatkan adalah sebesar 17 sampel dari 24 anggota populasi.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan (*library research*). Metode perankingan usaha yang digunakan adalah metode *Weighted Product*. *Weighted Product* yang merupakan suatu metode pengambilan keputusan multi-kriteria untuk menyelesaikan kasus yang mempunyai data dengan banyak atribut dengan langkah:

1. Mengalikan seluruh atribut bagi sebuah alternatif dengan bobot sebagai pangkat positif untuk atribut manfaat dan bobot fungsi sebagai pangkat negatif pada atribut biaya;
2. Hasil perkalian dijumlahkan untuk menghasilkan nilai pada setiap atribut;
3. Mencari nilai alternatif dengan melakukan langkah yang sama seperti langkah satu, hanya saja menggunakan nilai tertinggi untuk setiap atribut manfaat dan nilai terendah untuk biaya;
4. Membagi nilai V bagi setiap alternatif dengan nilai standar ( $V(A^*)$ ) yang menghasilkan R;
5. Ditentukan urutan alternatif terbaik yang akan menjadi keputusan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Deskripsi Data*

#### a. Variabel Bahan Baku

##### 1) Sumber bahan baku usaha

Hasil penelitian tentang sumber bahan baku usaha menunjukkan sebanyak 8 (47,1%) responden menyatakan bahwa sumber bahan baku usaha tersedia di Provinsi Lampung dan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa sumber bahan baku usaha tersedia di Kota Metro dan tidak ada satupun

yang menggunakan sumber bahan baku dari luar provinsi Lampung.

2) Kapasitas pasokan bahan baku usaha

Hasil penelitian tentang kapasitas pasokan bahan baku usaha menunjukkan sebanyak 5 (29,4%) responden menyatakan bahwa kapasitas pasokan bahan baku usaha adalah terbatas jumlahnya dan sebanyak 12 (70,6%) responden menyatakan bahwa kapasitas pasokan bahan baku usaha adalah melimpah jumlahnya serta tidak ada responden yang merasa bahwa pasokan bahan baku usaha sulit diperoleh (langka)

3) Cara memperoleh bahan baku usaha

Hasil penelitian tentang cara memperoleh bahan baku usaha menunjukkan sebanyak 8 (47,1%) responden menyatakan bahwa cara memperoleh bahan baku usaha adalah membeli melalui pemasok dan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa cara memperoleh bahan baku usaha adalah membeli langsung ke produsen serta tidak ada responden yang memperoleh bahan baku usaha melalui pasar.

b. Variabel Produk

1) Kualitas produk yang dihasilkan

Hasil penelitian tentang kualitas produk yang dihasilkan menunjukkan sebanyak 7 (41,2%) responden menyatakan bahwa kualitas produk yang dihasilkan belum ada pengendalian mutu dan sebanyak 10 (58,8%) responden menyatakan bahwa kualitas produk yang dihasilkan sudah ada pengendalian mutu serta tidak ada responden yang menyatakan kualitas produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan SNI.

2) Pengepakan produk yang dihasilkan

Hasil penelitian tentang pengepakan produk yang dihasilkan menunjukkan sebanyak 8 (47,1%) responden menyatakan bahwa pengepakan produk yang dihasilkan adalah belum standar dan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa pengepakan produk yang dihasilkan adalah pengepakan semi standar serta tidak ada responden yang mengepak produk yang dihasilkan sesuai standar pasar

3) Kontinuitas produksi

Hasil penelitian tentang kontinuitas produksi menunjukkan sebanyak 7 (41,2%) responden menyatakan bahwa kontinuitas produksi adalah produksi harian tapi tidak kontinu dan sebanyak 10 (58,8%) responden menyatakan bahwa kontinuitas produksi adalah produksi harian dan kontinu serta tidak ada responden yang menyatakan kontinuitas produksinya tidak harian dan tidak kontinu

c. Variabel Teknologi

1) Jenis Teknologi yang digunakan dalam usaha

Hasil penelitian tentang jenis teknologi yang digunakan dalam usaha menunjukkan bahwa seluruh responden 17 (100,0%) menyatakan bahwa jenis teknologi yang digunakan dalam usaha adalah semi modern, tidak ada yang benar-benar tradisional maupun modern.

2) Ketersediaan suku cadang yang digunakan dalam usaha

Hasil penelitian tentang ketersediaan suku cadang yang digunakan dalam usaha menunjukkan sebanyak 7 (41,2%) responden menyatakan bahwa ketersediaan suku cadang yang digunakan dalam usaha adalah terbatas dan sebanyak 10 (58,8%) responden menyatakan bahwa ketersediaan suku cadang yang digunakan dalam usaha adalah tersedia banyak serta tidak ada responden yang menyatakan ketersediaan suku cadang sulit tersedia.

d. Variabel Pemasaran

1) Orientasi pasar dari produk yang dihasilkan

Hasil penelitian tentang orientasi pasar dari produk yang dihasilkan menunjukkan sebanyak 8 (47,1%) responden menyatakan bahwa orientasi pasar dari produk yang dihasilkan adalah hanya di Kota Metro dan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa orientasi pasar dari produk yang dihasilkan adalah dalam Provinsi Lampung serta tidak ada responden yang menyatakan orientasi pasar dari produk yang dihasilkan ke luar Provinsi Lampung.

2) Teknik pemasaran dari produk yang dihasilkan

Hasil penelitian tentang teknik pemasaran dari produk yang dihasilkan menunjukkan sebanyak 11 (64,7%) responden menyatakan bahwa teknik pemasaran dari produk yang dihasilkan adalah

offline dan sebanyak 6 (35,3%) responden menyatakan bahwa teknik pemasaran dari produk yang dihasilkan adalah online serta tidak ada responden yang menyatakan teknik pemasaran dari produk yang dihasilkan melalui *market place*.

e. Variabel Manajemen Usaha

1) Laporan keuangan usaha

Hasil penelitian tentang laporan keuangan usaha menunjukkan sebanyak 11 (64,7%) responden menyatakan bahwa laporan keuangan usaha adalah hanya pencatatan rugi laba dan sebanyak 6 (35,3%) responden menyatakan bahwa laporan keuangan usaha adalah menggunakan sistem akuntansi manual serta tidak ada responden yang menyatakan laporan keuangan usaha sudah menggunakan aplikasi program.

2) Business Plan/dokumen rencana usaha

Hasil penelitian tentang *business plan*/dokumen rencana usaha menunjukkan sebanyak 7 (41,2%) responden menyatakan bahwa *business plan*/dokumen rencana usaha adalah tidak ada dan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa *business plan*/dokumen rencana usaha adalah tersedia tapi tidak dijalankan serta sebanyak 1 (5,9%) responden yang menyatakan *business plan*/dokumen rencana usaha ada dan dijalankan.

3) Kemitraan usaha

Hasil penelitian tentang kemitraan usaha menunjukkan sebanyak 9 (52,9%) responden menyatakan bahwa belum ada kemitraan dan ikut program CSR dan sebanyak 8 (47,1%) responden menyatakan bahwa hanya bantuan program CSR BUMN/BUMD serta tidak ada responden yang menyatakan sudah ada kemitraan dengan BUMN/BUMD.

*Proses Penetapan dan Pengembangan Ranking Usaha*

a. Penentuan nilai bobot W

Tahap ini dimulai dengan membuat kode unit usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro yang menjadi sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Kode Unit Usaha

No	Unit Usaha	Kode
1	Asngari	R1
2	Tohir	R2
3	Riyanto	R3
4	Maryanto	R4
5	Riyanto	R5
6	Wayan	R6
7	Siswo sudibyo	R7
8	Indra busmi	R8
9	Mulyono	R9
10	Parno	R10
11	Sutarno	R11
12	Suwoto	R12
13	Eko Kristiono	R13
14	Sarimin	R14
15	Nyoto	R15
16	Sutrisno	R16
17	Adung Saputra	R17

Langkah selanjutnya adalah membuat kriteria untuk menentukan usaha meubelair yang memiliki potensi terbaik. Kriteria tersebut diperoleh melalui teori, studi literatur dan diskusi dengan ahli. Adapun kriteria tersebut yakni:

1. Bahan Baku
2. Produk
3. Teknologi
4. Pemasaran
5. Manajemen Usaha

Selanjutnya adalah kodefikasi dari kriteria-kriteria tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. Kodefikasi

No	Kriteria	Kode
1.	Bahan Baku	C1
2.	Produk	C2
3.	Teknologi	C3
4.	Pemasaran	C4
5.	Manajemen Usaha	C5

Adapun bobot dari setiap tiap kriteria ditentukan sebagai berikut:

1. C1 : 4 poin
2. C2 : 5 poin
3. C3 : 4 poin
4. C4 : 5 poin
5. C5 : 5 poin

Adapun nilai masing-masing alternatif dari setiap kriteria pada usaha meubelair di kecamatan Metro Utara adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai masing-masing alternatif tiap kriteria

No	Unit Usaha	Bahan Baku	Produk	Teknologi	Pemasaran	Mnjm Usaha
		C1	C2	C3	C4	C5
1	R1	7	6	4	3	5
2	R2	9	7	5	2	4
3	R3	8	5	5	2	4
4	R4	8	4	4	4	3
5	R5	8	5	4	2	5
6	R6	8	6	4	3	4
7	R7	8	5	5	3	3
8	R8	8	6	5	4	6
9	R9	9	6	4	2	3
10	R10	7	4	5	3	5
11	R11	8	5	4	3	5
12	R12	8	7	5	2	3
13	R13	7	6	5	4	7
14	R14	6	7	5	4	6
15	R15	6	4	4	2	3
16	R16	8	7	5	2	5
17	R17	9	7	5	4	5

Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai W dengan rumus:

$$W_j = \frac{W_j}{\sum W_j} \text{ dimana } W = \text{ bobot kriteria}$$

$$W_1 = \frac{4}{4+5+4+5+5} = \frac{4}{23} = 0,17$$

$$W_2 = \frac{5}{4+5+4+5+5} = \frac{5}{23} = 0,22$$

$$W_3 = \frac{4}{4+5+4+5+5} = \frac{4}{23} = 0,17$$

$$W_4 = \frac{5}{4+5+4+5+5} = \frac{5}{23} = 0,22$$

$$W_5 = \frac{5}{4+5+4+5+5} = \frac{5}{23} = 0,22$$

Metode WP mengenal adanya 2 (dua) atribut yaitu kriteria keuntungan (benefit) dan kriteria biaya (cost). Berdasarkan kondisi tersebut, maka atribut pada kriteria ditentukan sebagai berikut:

1. C1 = Bahan Baku (biaya)
2. C2 = Produk (keuntungan)
3. C3 = Teknologi (biaya)
4. C4 = Pemasaran (biaya)
5. C5 = Manajemen Usaha (keuntungan)

Dengan demikian, untuk mendapatkan nilai W ternormalisasi adalah dengan  $W_1$ ,  $W_3$  dan  $W_4$  dikalikan dengan -1 sedangkan  $W_2$  dan  $W_5$  dikalikan dengan 1

$$W_1 = 0,17 \times (-1) = -0,17$$

$$W_2 = 0,22 \times 1 = 0,22$$

$$W_3 = 0,17 \times (-1) = -0,17$$

$$W_4 = 0,22 \times (-1) = -0,22$$

$$W_5 = 0,22 \times 1 = 0,22$$

#### Penentuan nilai bobot S

S merupakan hasil normalisasi nilai dari setiap alternatif. Nilai preferensi untuk alternatif dihitung dengan menggunakan rumus:

$$S_i = \prod_{j=1}^n X_{ij}^{W_j}$$

Keterangan :

S = Preferensi Alternatif

W = Bobot Kriteria

X = Nilai Kriteria

i = Alternatif ke i sampai dengan n

j = Kriteria

$$\begin{aligned}
 S_1 &= 7^{-0,17} \times 6^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 3^{-0,22} \times 5^{0,22} = 0,942 \\
 S_2 &= 9^{-0,17} \times 7^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 4^{0,22} = 0,936 \\
 S_3 &= 8^{-0,17} \times 5^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 4^{0,22} = 0,886 \\
 S_4 &= 8^{-0,17} \times 4^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 4^{-0,22} \times 3^{0,22} = 0,706 \\
 S_5 &= 8^{-0,17} \times 5^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 5^{0,22} = 0,967 \\
 S_6 &= 8^{-0,17} \times 6^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 3^{-0,22} \times 4^{0,22} = 0,877 \\
 S_7 &= 8^{-0,17} \times 5^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 3^{-0,22} \times 3^{0,22} = 0,761 \\
 S_8 &= 8^{-0,17} \times 6^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 4^{-0,22} \times 6^{0,22} = 0,866 \\
 S_9 &= 9^{-0,17} \times 6^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 3^{0,22} = 0,882 \\
 S_{10} &= 7^{-0,17} \times 4^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 3^{-0,22} \times 5^{0,22} = 0,829 \\
 S_{11} &= 8^{-0,17} \times 5^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 3^{-0,22} \times 5^{0,22} = 0,885 \\
 S_{12} &= 8^{-0,17} \times 7^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 3^{0,22} = 0,896 \\
 S_{13} &= 7^{-0,17} \times 6^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 4^{-0,22} \times 7^{0,22} = 0,917 \\
 S_{14} &= 6^{-0,17} \times 7^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 4^{-0,22} \times 6^{0,22} = 0,941 \\
 S_{15} &= 6^{-0,17} \times 4^{0,22} \times 4^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 3^{0,22} = 0,864 \\
 S_{16} &= 8^{-0,17} \times 7^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 2^{-0,22} \times 5^{0,22} = 1,003 \\
 S_{17} &= 9^{-0,17} \times 7^{0,22} \times 5^{-0,17} \times 4^{-0,22} \times 5^{0,22} = 0,844
 \end{aligned}$$

#### *Penentuan nilai bobot V*

V merupakan hasil preferensi setiap alternatif. Rumus untuk mencari V:

$$V_i = \frac{\prod_{j=1}^n X_{ij}^{W_j}}{\prod_{j=1}^n X_{ij} \times W_j} \text{ atau } V_i = \frac{S_i}{\sum X_i}$$

#### Keterangan:

- S = Preferensi Alternatif
- W = Bobot Kriteria
- X = Nilai Kriteria
- i = Alternatif ke i sampai dengan n
- j = Kriteria
- V = hasil preferensi alternatif

$$V_1 = \frac{0,942}{15,001} = 0,063$$

$$V_2 = \frac{0,936}{15,001} = 0,062$$

$$V_3 = \frac{0,886}{15,001} = 0,059$$

$$V_4 = \frac{0,706}{15,001} = 0,047$$

$$V_5 = \frac{0,967}{15,001} = 0,064$$

$$V_6 = \frac{0,877}{15,001} = 0,058$$

$$V_7 = \frac{0,761}{15,001} = 0,051$$

$$V_8 = \frac{0,866}{15,001} = 0,058$$

$$V_9 = \frac{0,882}{15,001} = 0,059$$

$$V_{10} = \frac{0,829}{15,001} = 0,055$$

$$V_{11} = \frac{0,885}{15,001} = 0,059$$

$$V_{12} = \frac{0,896}{15,001} = 0,060$$

$$V_{13} = \frac{0,917}{15,001} = 0,061$$

$$V_{14} = \frac{0,941}{15,001} = 0,063$$

$$V_{15} = \frac{0,863}{15,001} = 0,058$$

$$V_{16} = \frac{0,1003}{15,001} = 0,067$$

$$V_{17} = \frac{0,844}{15,001} = 0,056$$

#### Hasil Penetapan dan Pengembangan Ranking

Rekapitulasi hasil penetapan dan pengembangan ranking Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada bidang usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil penetapan dan pengembangan ranking UMKM

No	Unit Usaha	Nilai Alternatif					W Ternormalisasi					S	V	Ranking
		C1	C2	C3	C4	C5	W1	W2	W3	W4	W5			
1	R1	7	6	4	3	5						0,9420,063	III	
2	R2	9	7	5	2	4						0,9360,062	IV	
3	R3	8	5	5	2	4						0,8860,059	VII	
4	R4	8	4	4	4	3						0,7060,047	XI	
5	R5	8	5	4	2	5						0,9670,064	II	
6	R6	8	6	4	3	4						0,8770,058	VIII	
7	R7	8	5	5	3	3						0,7610,051	XI	
8	R8	8	6	5	4	6						0,8660,058	VIII	
9	R9	9	6	4	2	3	0,17	0,22	0,17	0,22	0,22	0,8820,059	VII	
10	R10	7	4	5	3	5						0,8290,055	X	
11	R11	8	5	4	3	5						0,8850,059	VII	
12	R12	8	7	5	2	3						0,8960,060	VI	
13	R13	7	6	5	4	7						0,9170,061	V	
14	R14	6	7	5	4	6						0,9410,063	III	
15	R15	6	4	4	2	3						0,8640,058	VIII	
16	R16	8	7	5	2	5						1,0030,067	I	
17	R17	9	7	5	4	5						0,8440,056	IX	

Berdasarkan hasil tersebut, maka ranking pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Bidang Usaha Meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro Menggunakan Metode *Weighted Product* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Ranking UMKM

No	Ranking	Unit Usaha
1	I	R16
2	II	R5
3	III	R1 dan R14
4	IV	R2
5	V	R13
6	VI	R12
7	VII	R3, R9 dan R11
8	VIII	R6, R8 dan R15
9	IX	R17
10	X	R10
11	Xi	R4 dan R7

#### Pembahasan

Penetapan dan pengembangan ranking Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada bidang usaha meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro dengan menggunakan metode *Weighted Product* dari 17 unit usaha menghasilkan 11 kategori ranking usaha.

Ranking pertama diduduki oleh unit usaha R16. Unit usaha R16 ini jika ditinjau dari aspek bahan baku memiliki keunggulan-keunggulan antara lain menggunakan sumber bahan baku yang masih terdapat di Provinsi Lampung, dengan pasokan bahan baku yang melimpah serta diperoleh dengan membeli langsung pada produsen. Terkait dengan bahan baku ini (Hidayat, dkk., 2019) dalam penelitiannya menekankan bahwa salah satu faktor yang perlu diperhatikan pada kegiatan produksi adalah pengadaan jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk menjalankan rencana proses produksi, rencana proses produksi yang sudah disusun untuk menjalankan proses produksi harus didukung dengan manajemen pengadaan jumlah bahan baku yang baik.

Selanjutnya, dari aspek produk unit usaha R16 sudah menerapkan pengendalian mutu pada produknya. Produk yang dihasilkan juga sudah dikemas meskipun semi standar, serta menjalankan produksinya secara harian dan kontinyu. Penelitian Herlina (2021) menyatakan bahwa proses produksi berfungsi untuk mentransformasikan input menjadi output dengan mengikuti ketentuan kualitas yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan. Terjaganya kualitas suatu produk tersebut merupakan salah satu faktor yang utama bagi para konsumen dalam memilih serta menentukan produk yang akan dibeli.

Lebih lanjut Putra (2016) menyatakan bahwa adanya penerapan pengendalian mutu pada perusahaan diharapkan mendorong perusahaan untuk terus menerus berupaya melaksanakan pengendalian mutu yang mencakup menjaga kestabilan produk untuk mencegah hasil produksi yang tidak sesuai dengan spesifikasi dan standar perusahaan. Selain itu, pengendalian mutu dapat menekan terjadinya pemborosan dari segi material maupun tenaga kerja yang akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dalam perusahaan. Perusahaan yang menjaga kualitas produk dengan baik akan mampu bersaing dengan produk lainnya dan akan tetap eksis dengan profitabilitas yang meningkat di masa mendatang.

Pada aspek teknologi unit usaha R16 dalam menjalankan produksinya telah menggunakan teknologi yang semi modern seperti menggunakan gergaji listrik, pasah listrik, bor listrik dan lain-lain. Terkait dengan suku cadang peralatan yang digunakan, keberadaannya pun tidak sudah untuk ditemukan, dalam arti bahwa suku cadang peralatan mudah dan banyak ditemukan. Penggunaan teknologi dalam produksi yang semi modern dapat memaksimalkan kinerja produksi. Dibandingkan jika dikerjakan secara manual, maka penggunaan peralatan dengan teknologi yang lebih tinggi akan mempercepat pengerjaan. Kemajuan teknologi dapat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya produksi sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang besar dengan mengeluarkan pengeluaran yang sedikit, dan mengurangi operasional sehingga perusahaan dapat menambah jumlah produksi di setiap barang produksinya.

Pada aspek pemasaran, unit usaha R16 memasarkan hasil produksinya masih disekitaran Kota Metro saja dan masih menggunakan sistem tradisional (*offline*). Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaannya yaitu untuk memperoleh laba dari kegiatan perusahaannya.

Idealnya, di era sekarang ini, industri mulai memanfaatkan penggunaan teknologi informasi secara digital untuk menunjang pemasaran di bidang industri sudah semakin tak terelakkan. Era globalisasi yang menuntut kecepatan dan pembaruan digital mendorong para pelaku industri untuk memanfaatkan teknologi terbaru untuk menunjang aktivitas mereka. Hal ini bertujuan untuk menjangkau target audiensi yang potensial hingga meningkatkan daya saing di pasaran. Artinya penting bagi pelaku industri untuk mengupdate pemasarannya secara *online* melalui media sosial, atau bahkan melalui *marketplace*. Cukup dengan membuat akun di media sosial atau berbagai *marketplace*, toko *online* usahanya sudah dapat dibuka.

Terakhir, pada aspek manajemen usaha unit usaha R16 dalam keseharian manajemen usahanya masih hanya menggunakan pencatatan manual. Pada sisi lain, usaha yang dijalankan sebenarnya sudah ada perencanaan, namun pada prakteknya perencanaan tersebut tidak dijalankan. Selanjutnya dalam hal kemitraan, unit usaha R16 menjalankan kemitraan yang sifatnya tidak tetap dan dengan

pihak swasta.

Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal perusahaan, agar perusahaan benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi “*controlling tools*”, apakah dalam perjalanannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam line yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan (Sulastri, 2015: 30).

Pada sisi lain, pemerintah baik lewat dinas, BUMN/BUMD juga perlu memberi dukungan melalui pembinaan, pembimbingan dan pendampingan, pelatihan, permodalan/ pendanaan dan informasi yang cukup dalam mengelola dan mengembangkan usaha agar usahanya lebih dinamis. Peran pemerintah tersebut sangat perlu dalam pembinaan mikro sehingga dapat dirumuskan disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan pencapaian usaha.

## KESIMPULAN

Proses penetapan dan pengembangan ranking dilakukan dengan menghitung nilai bobot prioritas pada aspek produksi, teknologi, pemasaran dan manajemen usaha pada 17 UMKM meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro dengan menggunakan metode *Weighted Product* (WP).

Penetapan dan pengembangan ranking pada 17 UMKM meubelair di Kecamatan Metro Utara Kota Metro menghasilkan 11 kategori ranking usaha dengan 3 besar ranking yang pertama adalah usaha meubelair Sutrisno (0,067), ke dua usaha meubelair Riyanto (0,064), ketiga adalah usaha meubelair Asngari (0,063) dan Sarimin (0,063).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol. 2, No. 10, h.120–142
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2012. *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook Of Indonesia 2012)*, Jakarta, Badan Pusat Statistik (BPS)
- Barus, O. P. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Smartphone Terbaik Dengan Menggunakan Metode Bayes. *Jurnal ISD* Vol.3 No.1 Januari - Juni
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung, PT Sarana Tutorial Nurani. Sejahtera
- Faisal, R. (2020). Analisis Rantai Pasok, Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kripik Ubi Di Kota Dumai, *JUTI-UNISI (Jurnal Tenik Industri UNISI)*. Vol.4.No.1, h. 31-38
- Hanggana, S. (2013). *Prinsip Dasar Akuntansi Biaya*. Surakarta, Mediatama
- Kholmi, M. (2013). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta, BPFE.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, A.R. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta, Kobis
- Marimin. (2014). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Miarso, Y. (2017). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta, Kencana
- Mulyadi. (2011). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta, Salemba Empat
- Primiana, I. (2013). *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung, Alfabeta
- Septi, I. (2017). Pergeseran Gaya Estetis Mebel di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. *ITB Journal Visual Art*, Vol. 1 No. 1, h. 85-107
- Suhada, B. 2021. *Laporan Akhir Penyusunan Pedoman Penetapan dan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kota Metro*
- Sulastri, L. (2015). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. Bandung, LaGoods Publishing
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Jakarta, Graha Ilmu.
- Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TPN2K). 2020. *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta, TPN2K
- Y. Maryono B. dan Patmi Istiana. (2018). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bogor, Quadra