

## Analisa Penentuan Outlet Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process

Dahlia,<sup>1)</sup> Jefi<sup>2)</sup>, Muhammad Faisal,<sup>3)</sup>

AMIK BSI Tangerang<sup>1)</sup>, Universitas Bina Sarana Informatika<sup>2)</sup>, Universitas Bina Sarana Informatika<sup>3)</sup>  
dahlia.dlx@bsi.ac.id<sup>1)</sup>, Jefi.manopo25@gmail.com<sup>2)</sup>, Muhammad.mal@bsi.ac.id<sup>3)</sup>

**Abstract** - Outlet is a very important role in ensuring the level of progress of companies from different outlets that have different marketing targets. Therefore, companies need to assess the outlet of a very strong influence in the welfare of the company. The outlet assessment is based on criteria that can add value in the present as well as in the future. Thus required a criteria model by using computational process-based methodology. The best criteria of determining the best outlet model consists of five criteria: average transaction value, incoming customer data, complete stock of goods, staff knowledge about the product and selling the latest product.

**Keywords:** Best Outlet Selection, Analytical Hierarchy Proses

**Abstrak** – Outlet merupakan peranan sangat penting dalam menjamin penentuan tingkat kemajuan perusahaan dari berbagai outlet yang ada memiliki target marketing yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan perlu menilai outlet mana yang sangat kuat memiliki pengaruh dalam kesejahteraan perusahaan. Penilaian outlet didasarkan pada kriteria – kriteria yang dapat menambah nilai pada saat ini maupun pada masa yang akan datang. Dengan demikian diperlukan suatu model kriteria dengan menggunakan metodologi berbasis proses komputasi. Model kriteria penentuan outlet terbaik terdiri dari lima kriteria yaitu *average* transaksi *value*, data customer yang masuk, stok barang lengkap, pengetahuan staf mengenai produk dan menjual produk terbaru.

Kata kunci: Pemilihan Outlet terbaik, *Analytical Hierarchy Proses*

### 1.a Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis sekarang ini setiap penyedia jasa layanan harus mampu untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya agar dapat memuaskan pelanggan, sehingga mereka mampu untuk memenangkan persaingan dengan penyedia pelayanan lain yang sejenis.

Setiap konsumen selalu mengharapkan, agar mendapatkan *service* yang optimal serta mereka dapat memperoleh barang atau jasa seperti yang mereka inginkan. Hal semacam ini, bila tidak direpson dengan cepat dan baik oleh penyedia pelayanan akan berakibat turunnya minat dari konsumen untuk datang dan menggunakan jasa serta pelayanan yang mereka sediakan.

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian terhadap sebuah *outlet* (toko) adalah menentukan variabel-variabel yang nantinya akan mempengaruhi konsumen, dalam memilih toko tersebut sebagai tempat pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan sebuah *outlet* (toko) yang menawarkan berbagai fasilitas berbelanja nyaman baik dalam hal segi pemberian potongan harga didalamnya maupun dalam hal kenyamanan berbelanja. Oleh karena itu diperlukan sebuah sistem pendukung keputusan yang dapat membantu perusahaan marketing,

untuk melakukan penilaian terhadap produk pakaian yang ditawarkan dengan melihat faktor-faktor tersebut.

Pada penelitian ini akan membahas tentang penilaian terhadap *outlet* (toko) pada studi kasus di PT. Sanggar Catur Utama. Dalam melakukan penilaian minat konsumen pada perusahaan ini dilakukan oleh staff marketing, dan kemudian akan divalidasi oleh manager marketing. Beberapa kriteria penilaian berdasarkan pada pedoman pelaksanaan penilaian *outlet* (toko) pakaian yang ada di perusahaan, seperti: *average* transaksi *value* (barang yang terjual rata-rata harga termahal), data *customer* yang masuk, stok barang lengkap pengetahuan staf mengenai produk,, dan menjual produk terbaru

### 1.b. Batasan Masalah

Batasan masalah yang perlu dilakukan dalam penelitian ini ,yaitu :

1. Penentuan minat konsumen dengan menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dan Analytical Network Process (ANP) dengan menggunakan aplikasi komputer Super Decision dan Expert Choice.
2. Kriteria yang digunakan merupakan kriteria yang digunakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan kualitas produk

berdasarkan pertimbangan – pertimbangan yang saling berkaitan sebagai contoh adalah PT. X.

### 1.c. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah Penentuan minat konsumen dengan menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dan Analytical Network Process (ANP).

### 1.d. Manfaat Penelitian

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah dapat digunakan oleh analis perusahaan menentukan variabel-variabel yang nantinya akan mempengaruhi konsumen, dalam memilih toko tersebut sebagai tempat pembelian.

### 1.e. Metode Penelitian

Metode AHP dikembangkan oleh Thomas L. Saaty, seorang ahli matematika. Metode ini adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

### 2.a. Dasar Teori

Beberapa literatur yang mendasari penelitian ini akan dibahas pada bab ini, meliputi metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dan Analytical Network Process (ANP).

### 2.b. Outlet

Outlet (toko) merupakan pengertian lain dari retail Menurut Gilbert (2005:6) Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dasar dari distribusi

### 2.c. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode AHP dikembangkan oleh Thomas L. Saaty, seorang ahli matematika. Metode ini adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian-bagiannya, menata bagian atau variabel dalam suatu susunan hirarki, memberi nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang pentingnya tiap variabel dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel yang mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut.

Menurut Saaty dalam (Sumiati, 2007) metode AHP membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstrukturkan suatu hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat.

AHP terdiri dari dua bagian, yang pertama adalah kontrol hirarki atau jaringan kriteria dan subkriteria yang mengontrol interaksi dan yang kedua adalah suatu jaringan yang menggambarkan saling mempengaruhi antara elemen-elemen (Saaty, 2001). Pada AHP juga digunakan metode perbandingan berpasangan seperti pada AHP dengan memiliki skala relatif yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Tabel 2.1. Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan**

Intensitas Kepentin	Persepsi	Penjelasan
1	Kedua Elemen Sama Pentingnya ( <i>Equally Important</i> )	Kedua Elemen Mempunyai Pengaruh Yang Sama Besar Terhadap Tujuan
3	Elemen Yang Satu Sedikit Lebih Penting ( <i>Moderate Important</i> ) Daripada Elemen Yang Lain	Pengalaman Dan Penilaian Sedikit Mendukung Satu Elemen
5	Elemen Yang Satu Penting ( <i>Strong Important</i> ) Daripada Yang Lain	Pengalaman Dan Penilaian Sangat Kuat Mendukung Satu
7	Elemen Yang Satu Sangat Penting ( <i>Very Strong</i> ) Atau Terlihat Jelas Kepentingannya ( <i>Demonstrate Important</i> ) Dibandingkan Elemen	Satu Elemen Yang Kuat Didukung Dan Dominan Terlihat Dalam Praktek
9	Satu Elemen Mutlak Penting ( <i>Extreme Important</i> ) Daripada Elemen Lainnya	Bukti Yang Mendukung Salah Satu Elemen Yang Memiliki Nilai Dominan Terhadap Elemen Lainnya
2,4,6,8	Nilai-Nilai Antara Dua Nilai Pertimbangan Yang Berdekatan	Nilai-Nilai Yang Diberikan Jika Ada Kompromi Antara Dua Pilihan
Kebalikan	Jika Aktivitas <i>I</i> Mendapat Angka <i>N</i> Dibanding <i>J</i> , Maka <i>J</i> Mempunyai $1/N$ Angka Dibanding <i>I</i>	

Sumber: Saaty (2001)

Sudaryono (2010), Pada dasarnya prosedur atau langkah-langkah dalam metode AHP meliputi:

1. Mengidentifikasi masalah dan menentukan solusi yang diinginkan, lalu menyusun hierarki dari permasalahan yang dihadapi.
2. Menentukan prioritas elemen

Langkah pertama dalam menentukan prioritas elemen adalah membuat perbandingan pasangan,

yaitu membandingkan elemen secara berpasangan sesuai kriteria yang diberikan

3. Matriks perbandingan berpasangan diisi menggunakan bilangan untuk merepresentasikan kepentingan relatif dari suatu elemen terhadap elemen yang lainnya.

4. Mengukur konsistensi

Dalam pembuatan keputusan, penting untuk mengetahui seberapa baik konsistensi yang ada karena kita tidak menginginkan keputusan berdasarkan pertimbangan dengan konsistensi yang rendah.

Tabel 2.2 Tabel Nilai Random Index

Orde matriks	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Langkah-langkah dan prosedur dalam menyelesaikan persoalan dengan menggunakan metode AHP adalah sebagai berikut:

- Mendefinisikan permasalahan dan menentukan tujuan.
- Membuat hirarki, masalah disusun dalam suatu hirarki yang diawali dengan tujuan umum, dilanjutkan dengan subtujuan-subtujuan, kriteria dan kemungkinan alternatif-alternatif pada tingkatan kriteria yang paling bawah.
- Melakukan perbandingan berpasangan. Perbandingan dilakukan berdasarkan "judgment" dari pengambil keputusan dengan menilai tingkat kepentingan suatu elemen dibandingkan elemen lainnya. Matriks.

3. Metodologi Penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

C	A1	A2	A3	.....	An
A1	a11	a12	a13	.....	a1n
A2	a21	a22	a23	.....	a2n
.....	.....	.....	.....	.....	.....
An	an1	an2	an3	.....	ann

4.

Implementasi dan Hasil

Implementasi dan hasil yang didapat dalam Metode AHP adalah sebagai berikut :

3.a. Pengumpulan Data

Kriteria Dalam Pemilihan Outlet

Berikut ini beberapa kriteria untuk menentukan kriteria yang sesuai dalam menilai outlet terbaik berdasarkan aktifitas dari PT. X , yaitu :

- Average Transaksi Value (ATV)
- Data Customer Yang Masuk

3. Stok Barang Lengkap

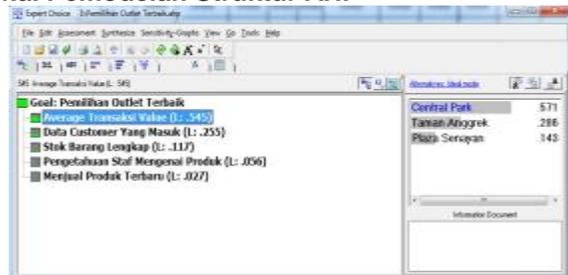
Perbandingan Alternatives	ATV	DCYM	SBL	PSMP	MPT
Average Transaksi Value	1.0	6.47	7.02	7.74	6.77
Data Customer Yang Masuk	0.15	1.0	6.54	7.74	6.43
Stok Barang Lengkap	0.14	0.15	1.0	5.73	7.24
Pengetahuan Staf Mengenai Produk	0.13	0.13	0.17	1.0	7.14
Menjual Produk Terbaru	0.15	0.16	0.14	0.14	1.0

4. Pengetahuan Staf Mengenai Produk Menjual Produk Terbaru

Berdasarkan gambar permodelan diatas, dapat terlihat bahwa metode AHP memiliki kelemahan dalam melakukan perbandingan antara kriteria dengan alternatif. Perbandingan dalam metode AHP bersifat inner dependency, yaitu perbandingan hanya dapat dilakukan antara kriteria dengan alternatif itu sendiritanpa ada perbandingan antara kriteria satu dengan kriteria lainnya terhadap sebuah alternatif.

4. Hasil Penelitian

4.a. Pemodelan Struktur AHP

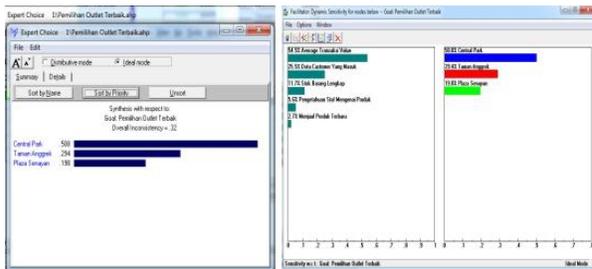


Gambar 1. Pemodelan Struktur AHP

Tabel. 4.2. Matriks perbandingan antar kriteria pemilihan outlet

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk perbandingan antara kriteria harga dengan pengiriman, kualitas, pembayaran dan pelayanan, dimana average transaksi value memiliki kepentingan 6 kali lebih penting dari data customer yang masuk, stok barang lengkap 1 kali lebih penting data customer yang masuk, stok barang lengkap sama penting dengan pengetahuan staf mengenai produk, menjual produk terbaru lebih penting 2 kali dari data customer yang masuk, data customer yang masuk sama penting dengan aberage transaksi value, lebih 6 kali dari stok barang lengkap, stok barang lengkap, pengetahuan staf mengenai produk serta menjual produk terbaru hampir sama pentingnya.

#### 4.2.1. Pemodelan AHP ke dalam Expert Choice



**Gambar 4. Hasil prioritas dari grafik menggunakan expert choice**

Dari kesimpulan grafik diatas hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa dari total 5 (lima) kuesioner yang berikan kepada bagian terkait, rata-rata para responden memilih outlet Central Park dengan presentase sebesar 50,8 % (metode AHP), dibandingkan Taman Anggrek dengan prosentase 29,4 % dan Plaza Senayan memiliki prosentase hanya 19,8% (metode AHP).

#### 5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dari tahap pertama sampai dengan pengujian penerapan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini antara lain :

1. Penentuan kriteria atau sub kriteria, pada penelitian pemilihan outlet ini memerlukan 5 kriteria sebagai pendukung dari penyelesaian penelitian ini yang didapat dari hasil diskusi dengan pakar.
2. Pemilihan responden pada penelitian ini terdapat 5 responden dari orang-orang ahli dibidang marketing, masing-masing satu calon customer mewakili tiap pembeli ,dan responden ini dipilih dari show room atau outlet yang berbeda-beda.
3. Penggunaan implementasi software *super decision* dan *expert choice* sangat adalah tool yang sangat membantu dalam pengolahan data responden dengan cepat.

#### 6. Pustaka

- [1] Angelica, Diana, dan Ria Cahyani. Pendekatan Manajemen Global. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- [2] Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

- [3] Kusri, 2007, Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan, Andi, Yogyakarta
- [4] Kusri. 2008. Aplikasi Sistem Pakar Menentukan Faktor Kepastian Pengguna dengan Metode Kuantifikasi Pertanyaan. Yogyakarta : PT.Andi Offset.
- [5] Saaty, Thomas L. (2008-06). Relative Measurement and its Generalization in Decision Making: why Pairwise Comparisons are Central in Mathematics for the Measurement of Intangible factors – The Analytic Hierarchy/Network Process RACSAM (Review of the Royal Spanish Academy of Sciences, Series A, Mathematics) 102 (2): 251-318.
- [6] Turban,E., Aronson,J.E., dan LiangTing,P., 2005. Decision Support Systems and Intelligent Systems. Edisi 7, Jilid 1, Versi Bahasa Indonesia, Andi Offset, Jogyakarta.