

Pemilihan *Supplier* Jam Tangan Pada Toko *Watchnineindo* Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process*

Ade Trisna Prasetyo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur, Indonesia

Indro Kirono

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi penulis: adetrinaprasetiyo@gmail.com

Abstract: Background - The rapid development of fashion is progressing quite rapidly, especially in the watch industry, watch shop entrepreneurs must be able to keep up with current development in the fashion world. In order to provide good quality watches, watch shop operators must have suppliers who are competitive overall. **Aim** - This study aims to select suppliers at the *Watchnineindo* watch shop based on five criteria, namely delivery, quality, service, price, and payment. **Design / methodology / approach** - This study uses a descriptive quantitative research method which has the aim of obtaining a complete picture of the views of the object under study from the data that has been processed and also to interpret clearly and detail on decision making. The type of data uses primary data. Data collection techniques using a questionnaire. **Findings** - Based on the results of calculations using the *Analytical Hierarchy Process (AHP)* method, the criteria that received the highest weight were price with a weight of 0.446, second place was quality with a weight of 0.281, third place was payment with a weight of 0.130, fourth place were delivery with a weight of 0.089, and the last is the service criteria with a weight of 0.055. While the sequence of suppliers that received the highest weight was *Chinamontshopa* with a weight of 0.286, the second was *Antonj87* with a weight of 0.271, the third was *CV.Indo jam* with a weight of 0.166, the fourth was *Arloji Watch Shop* with a weight of 0.140, and the last one is *The Time.ID* with a weight of 0.137. **Research implications** - as a reference for further researchers related to the selection of suppliers for procurement of watch product. **Limitations** - For further researchers, more complete criteria can be used, namely using the 7P concept (product, location, place, promotion, people, process, physical evidence) because of the limitations of the researcher so that only 5 criteria are used in this study.

Keywords: *Supplier Selection, Decision Making System, Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Abstrak: Latar Belakang - Perkembangan *fashion* yang melaju cukup pesat, terutama dalam industri jam tangan para pengusaha toko jam tangan harus bisa mengikuti perkembangan dunia *fashion* saat ini. Agar bisa menyediakan jam tangan yang berkualitas baik, maka para pengusaha toko jam harus memiliki *supplier* yang kompetitif secara keseluruhan. **Tujuan** - Penelitian ini bertujuan pemilihan *supplier* pada Toko Jam *Watchnineindo* berdasarkan lima kriteria yaitu pengiriman, kualitas, pelayanan, harga, dan pembayaran. **Desain / metodologi / pendekatan** - Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang memiliki tujuan memperoleh gambaran secara seutuhnya mengenai pandangan objek yang diteliti dari data yang telah diolah dan juga menginterpretasikan dengan jelas dan rinci pada pengambilan keputusan. Jenis data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. **Temuan** - Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* diperoleh kriteria yang mendapat bobot tertinggi adalah kriteria harga dengan bobot 0,446, urutan kedua adalah kriteria kualitas dengan bobot 0,281, urutan ketiga adalah kriteria pembayaran dengan bobot 0,130, urutan keempat adalah kriteria pengiriman dengan bobot 0,089 dan yang terakhir kriteria pelayanan dengan bobot 0,055. Sedangkan urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah *Chinamontshopa* dengan bobot 0,286, yang kedua adalah *Antonj87* dengan bobot 0,271, yang ketiga adalah *Indo Jam* dengan bobot 0,166, yang keempat adalah *Arloji Watch Shop* dengan bobot 0,140, dan yang terakhir *The Time.ID* dengan bobot 0,137. **Implikasi penelitian** - Sebagai referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pemilihan *supplier* pengadaan produk jam tangan. **Batasan penelitian** - Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan kriteria yang lebih lengkap yaitu menggunakan konsep 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) karena keterbatasan peneliti sehingga menggunakan 5 kriteria saja pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Pemilihan Supplier, Sistem Pengambilan Keputusan, Analytical Hierarchy Process (AHP)*

1. PENDAHULUAN

Melihat perkembangan *fashion* yang melaju cukup pesat, terutama dalam industri jam tangan para pengusaha toko jam tangan harus bisa mengikuti perkembangan dunia *fashion* saat ini. Pengusaha toko jam tangan dituntut tetap dapat melayani dan menyediakan jam tangan *trendy* terkini, agar bisa bersaing di era dimana saat ini banyak bermunculan toko-toko jam tangan baik *offline store* maupun *online store*. Semakin banyak jam tangan yang dibutuhkan pasar, maka semakin banyak juga individu maupun organisasi yang mendistribusikan barang atau *supplier*. Dalam hal ini para pengusaha toko jam tangan sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan tangan konsumen harus lebih selektif dalam memilih *supplier*. Akan tetapi, semakin banyak *supplier* semakin sulit untuk dikontrol dan dapat tercipta konflik akibat bersaing memperebutkan pelanggan (Hardianti, 2011). Kegiatan pemilihan *supplier* membutuhkan waktu yang tidak sedikit, karena harus benar-benar memenuhi kriteria yang dibutuhkan perusahaan, mulai dari proses evaluasi, observasi lapangan agar dapat mengetahui bagaimana kondisi *supplier* yang dipilih.

Toko *Watchnineindo* berdiri sejak tahun 2020, merupakan sebuah toko *online* yang menyediakan berbagai macam jam tangan digital dan analog dari berbagai merek jam tangan seperti G-Shock, Casio, Daniel Wellington, *Smartwatch*, Patek Philip, Omega, dan lain-lain yang dipasarkan melalui platform instagram, facebook, shopee, dan tokopedia. toko *Watchnineindo* sangat mengutamakan kepuasan konsumennya dengan cara menyediakan produk yang bagus dengan harga yang cukup terjangkau.. Menurut Kotler dan Keller (2009;138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Proses pemilihan *supplier* pada toko jam *Watchnineindo* belum memiliki acuan yang pasti dan mengesampingkan faktor lain. Menurut Pujawan dan Mahendrawathi (2010;165) memilih *supplier* merupakan kegiatan strategis, terutama apabila *supplier* tersebut akan memasok item yang kritis dan/atau akan digunakan dalam jangka panjang sebagai *supplier* penting. Kriteria *supplier* tersebut tidak hanya mampu menambah nilai dimasa sekarang (*current value*) saja dan menambah nilai pada masa yang akan datang (*future value*).

Adapun alternatif pemilihan *supplier* yang digunakan untuk mendukung sistem pengambilan keputusan, dengan adanya perbandingan tiap alternatif terhadap kriteria dan pembobotan yang diberikan pada tiap kriteria yaitu menggunakan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Menurut Syukron (2014:255) *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah sebuah hirarki fungsional dalam pengambilan keputusan dengan *input* utamanya adalah persepsi manusia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dibutuhkan sistem pendukung keputusan untuk mendapatkan solusi permasalahan yang didukung dengan aplikasi teknologi komputer yang digunakan untuk menangani masalah yang tidak terstruktur agar mempercepat dalam pengambilan keputusan dengan tujuan pemilihan berbagai alternatif keputusan dengan menggunakan data dan model yang merupakan hasil dari pengolahan informasi yang diperoleh (Mc leod, 2004).

2.2 Pemilihan *Supplier*

Menurut Pujawan dan Mahendrawathi (2010;165) memilih *supplier* merupakan kegiatan strategis, terutama apabila *supplier* tersebut akan memasok item yang kritis dan/ atau akan digunakan dalam jangka panjang sebagai *supplier* penting. Dengan pemilihan *supplier* yang tepat dapat memperlancar proses pengadaan barang, dan menjaga ketersediaan barang berkualitas untuk mendukung berjalannya suatu usaha.

2.3 Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Peralatan utama AHP adalah memiliki sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Dengan hirarki, suatu masalah kompleks dan tidak tersruktur dapat dipecahkan kedalam kelompok-kelompoknya dan diatur menjadi suatu bentuk hirarki. Terdapat tiga prinsip utama dalam pemecahan masalah dalam AHP menurut Saaty (1993), yaitu: *Decomposition*, *Comparative Judgement*, dan *Logical Concistency*.

2.4 Kelebihan dan Kekurangan Metode AHP

Seperti kebanyakan metode analisis pada umumnya, metode AHP juga memiliki kelebihan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut merupakan kelebihan dari metode analisis AHP yaitu, kesatuan (*unity*), kompleksitas (*complexity*), saling ketergantungan (*inter dependence*), struktur hirarki (*hierarchy structuring*), pengukuran (*measurement*), konsistensi (*consistency*), sintesis (*synthesis*), *trade off*), penilaian dan konsensus (*judgement and consensus*), pengulangan proses (*process repetition*).

Sedangkan kelemahan dari metode analisis AHP (*Analytical Hirarchy Process*) adalah ketergantungan model AHP pada input utamanya dan metode AHP ini hanya metode matematis tanpa ada pengujian secara statistik.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif guna mengolah data dan menginterpretasikan obyek tersebut, sehingga lebih jelas dan mempunyai tujuan untuk memperoleh jawaban yang terkait dengan tanggapan atau persepsi seseorang dari data yang

didapat. Melalui pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif dapat memberikan penjelasan terhadap data yang diperoleh menjadi lebih jelas dan bermakna. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan memperoleh gambaran secara seutuhnya mengenai pandangan objek yang diteliti dari data yang telah diolah dan juga menginterpretasikan dengan jelas dan rinci.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan variabel atau kriteria-kriteria yang digunakan pada metode pengambilan keputusan AHP pada penelitian ini yaitu :

1. Kriteria Pengiriman (*Delivery*)
2. Kriteria Kualitas (*Quality*)
3. Kriteria Pelayanan (*Responsiveness*)
4. Kriteria Harga (*Price*)
5. Kriteria Pembayaran (*Flexibility*)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data menggunakan yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan pertanyaan tertutup sehingga responden bisa langsung menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti karena sudah tersedia pilihan jawaban.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Perhitungan data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software*, yaitu menggunakan program *Expert choice II*. Berikut langkah-langkah kerjanya :

1. Menyusun hierarki untuk mendefinisikan masalah yang rumit dan kompleks (*decomposition*) dengan pengambilan keputusan berdasarkan pihak-pihak yang ahli dan berpengalaman pada bidang tersebut. Dengan mengambil keputusan yang tepat mengenai kriteria dan alternatif kemudian disusun menjadi struktur hierarki.
2. Membuat matrik perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif dari setiap elemen terhadap setiap tujuan kriteria yang sedikit di atasnya. Skala 1 sampai 9 adalah skala terbaik untuk mengekspresikan pendapat.

Tabel 3.1 Skala Perbandingan Berpasangan

| Tingkat Kepentingan | Definisi | Keterangan |
|---------------------|---|---|
| 1 | Kedua elemen sama pentingnya | Dua elemen mempunyai pengaruh yang sama besar terhadap tujuan |
| 3 | Elemen yang satu sedikit lebih penting dibandinglan dengan elemen yang lain | Pengalaman dan penilaian supplier akan sedikit mendukung elemen dibandingkan dengan elemen lainnya |
| 5 | Elemen yang satu lebih penting dibandingkan dengan elemen lainnya | Pengalaman dan penilaian sangat kuat dalam mendukung satu elemen dibandingkan elemen lainnya |
| 7 | Satu elemen jelas lebih mutlak penting dibandingkan dengan elemen lainnya | Satu elemen yang kuat didukung dan dominan terlihat dalam praktek |
| 9 | Satu elemen mutlak lebih penting daripada elemen lainnya | Bukti yang dapat mendukung elemen yang satu terhadap yang lain memiliki tingkat pnegasan yang mungkin bisa menguatkan |
| 2,4,6,8 | Nilai tengah diantara <i>judgement</i> | Nilai ini diberikan jika terdapat kearguan diantara dua penilaian yang berdekatan |

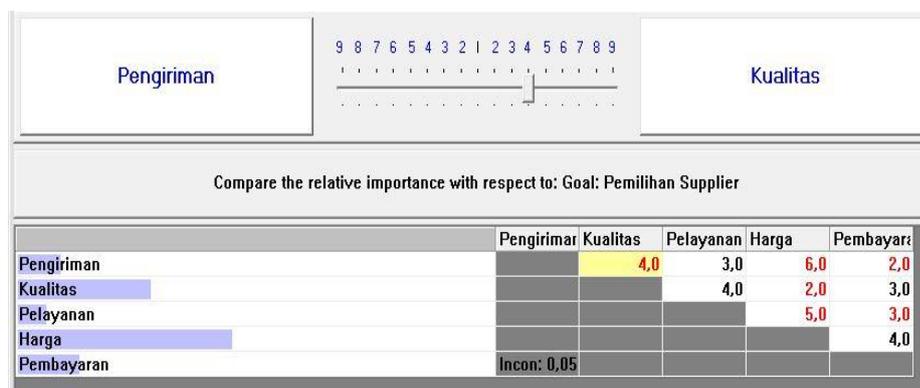
3. Menghitung bobot/prioritas dari masing-masing variabel pada level 1 (kriteria) yaitu pengiriman, kualitas, pelayanan, harga, dan pembayaran. Langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Membuat perbandingan berpasangan dari masing-masing kriteria. Hasil penilaian dari ketiga responden pemilihan *supplier* kemudian dirata-rata menggunakan geometrik mean/rata-rata geometrik. Hal ini dilakukan karena metode AHP hanya memerlukan satu jawaban untuk matriks perbandingan. Teori rata-rata geometrik secara matematis dirumuskan sebagai berikut : $G = \sqrt[n]{(X1) \times (X2) \dots (Xn)}$

Keterangan:

G = Nilai rata-rata perbandingan berpasangan kriteria dengan kriteria yang lainnya, n = Jumlah partisipan.

- b. Kemudian, hasil dari setiap perbandingan berpasangan akan dimasukkan dalam sebuah matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) pada *Software Expert Choice 11*.



Jika *Incontensistency Ratio* atau $CR < 0,1$ maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan adalah konsisten. Apabila tidak konsisten, maka pengisian nilai-nilai pada matriks berpasangan pada unsur kriteria dan alternatif harus diulang kembali.

4. Menghitung bobot/prioritas dari masing-masing variabel pada level 2 (subkriteria) dari masing-masing kriteria dalam pemilihan *supplier* seperti langkah 3 diatas.
5. Menghitung bobot dari masing-masing variabel pada level 3 (alternatif) yaitu bobot pada setiap *supplier* dibandingkan dengan masing-masing subkriteria seperti langkah 3 diatas.
6. Setelah diketahui bobot dari masing-masing subkriteria dan bobot dari masing-masing *supplier* kemudian menentukan urutan *supplier* terpilih. *Supplier* yang dipilih adalah *supplier* yang memiliki nilai bobot prioritas yang paling tinggi.

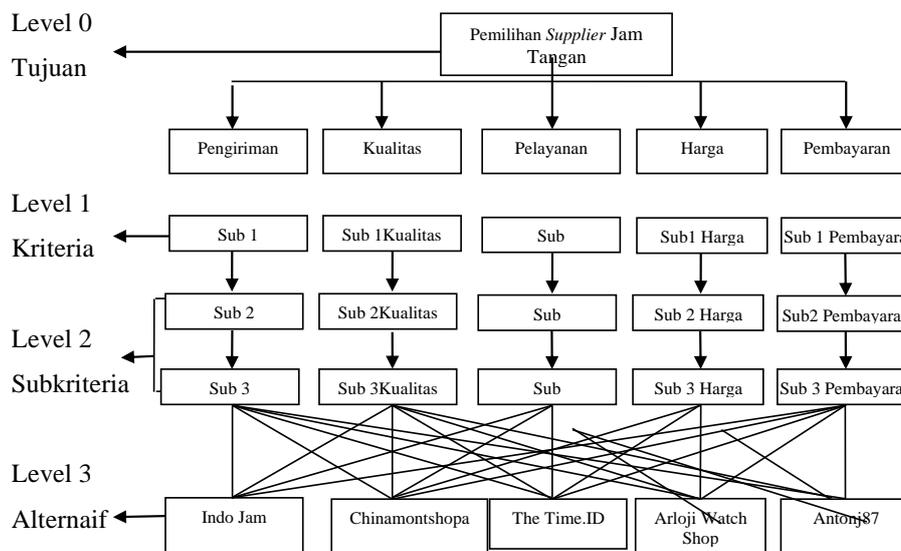
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

Tahap identifikasi awal pemilihan kriteria dan sub kriteria pada proses pemilihan *supplier* toko jam Watchnineindo dilakukan dengan cara, penyebaran kuesioner kepada seluruh pihak yang terkait dalam operasional usaha. Pihak terkait yang dimaksud yaitu *Owner* Toko Watchnineindo, Karyawan Bagian Pengadaan, dan Bagian *Packing*.

4.2 Penyusunan Hierarki

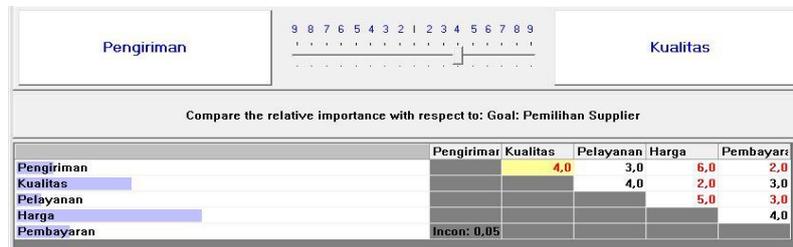
Kriteria dan sub kriteria disusun menjadi sebuah hierarki. Pada penelitian ini disusun menjadi tiga level hierarki, level 0 adalah tujuan, level 1 adalah kriteria pemilihan *supplier*, level 2 adalah subkriteria, dan level 3 adalah alternatif *supplier* yang akan dipilih. Berikut susunan hierarki pada proses pemilihan *supplier* toko Watchnineindo :



Gambar 4.1 Struktur Hierarki Pemilihan *Supplier* Toko Watchnineindo

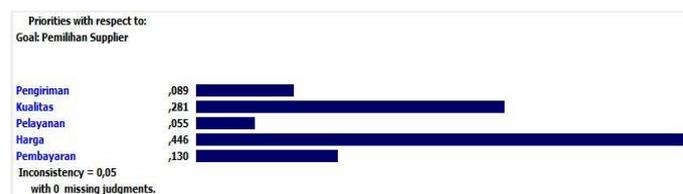
4.3 Menentukan Prioritas Kriteria

Membuat matriks perbandingan berpasangan untuk mengetahui pengaruh elemen yang satu dengan yang lain. Matrik perbandingan perpasangan bertujuan untuk mencari bobot dari kriteria. Berikut adalah matrik perbandingan perpasangan pada proses pemilihan *supplier* toko Watchnineindo menggunakan bantuan *software Expert Choice 11*:



Gambar 4.2 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Pemilihan *Supplier*

Pada gambar 4.2 menjelaskan bahwa rekapitulasi hasil perhitungan matriks perbandingan berpasangan kriteria pemilihan *supplier* gabungan dari 3 responden, diperoleh bobot prioritas kriteria *supplier* yang ditunjukkan pada grafik berikut :



Gambar 4.3 Perhitungan Nilai CR (*Inconsistency Ratio*) Prioritas Kriteria *Supplier*

Perhitungan nilai CR mendapat nilai 0,05 maka perhitungan dianggap konsisten karena nilai CR < 0,1. Jika nilai CR melebihi 0,1 maka harus dilakukan perbaikan pada penilaian matrik perbandingan berpasangan.

4.4 Menentukan Prioritas Sub Kriteria

Data untuk subkriteria pemilihan *supplier* diperoleh dari hasil kuesioner, kemudian dilakukan perhitungan rata-rata terhadap semua jawaban hasil penyebaran kuesioner, karena dalam metode AHP ini hanya memerlukan satu jawaban untuk mengisi kolom matrik perbandingan berpasangan subkriteria pemilihan *supplier*. Tujuan perhitungan atau perbandingan ini untuk mengetahui subkriteria yang mana menjadi prioritas.

4.5 Pembahasan

Hasil analisis dengan metode pengambilan keputusan AHP diperoleh urutan prioritas kriteria bobot tertinggi adalah kriteria harga dengan bobot 0,446, urutan kedua adalah kriteria kualitas dengan bobot 0,281, urutan ketiga adalah kriteria pembayaran dengan bobot 0,130, urutan keempat adalah kriteria pengiriman dengan bobot 0,089 dan yang terakhir kriteria pelayanan dengan bobot 0,055. Pada penelitian ini telah diketahui bahwa kriteria harga mendapat bobot tertinggi maka yang perlu dijadikan prioritas kriteria adalah kriteria harga, mengingat salah

satu tujuan toko watchnineindo adalah mengutamakan menyediakan harga yang terjangkau kepada para pelanggan. Selanjutnya kriteria kualitas mendapat urutan kedua, maka memiliki peranan yang cukup besar juga. Hal tersebut sesuai dengan tujuan toko watchnineindo yang sangat mengutamakan faktor kualitas / mutu saat memilih *supplier*. Urutan ketiga yaitu kriteria pembayaran, mendapat urutan ketiga juga perlu diperhatikan dalam pemilihan *supplier*. Kemudahan dalam proses pembayaran dan juga *fleksibilitas* cukup dipertimbangkan dalam proses pemilihan *supplier*. Urutan keempat yaitu kriteria pengiriman. Pengiriman dengan ketepatan jumlah barang dalam urusan menyuplai produk jam tangan juga dipertimbangkan. Sedangkan yang kelima yaitu pelayanan, kriteria pelayanan mendapat urutan terakhir, hal tersebut menunjukkan pelayanan menjadi prioritas terakhir dalam pemilihan *supplier* pada Toko Jam Watchnineindo, namun juga tetap diperhatikan karena pelayanan juga memiliki peran dalam proses menyuplai produk jam tangan.

Kriteria harga mendapat bobot tertinggi hal ini menunjukkan bahwa harga diutamakan dalam pemilihan *supplier* pada toko jam Watchnineindo, karena salah satu tujuan toko watchnineindo yang mengutamakan menyediakan harga yang terjangkau kepada konsumennya. Pada kriteria harga memiliki tiga sub kriteria yang mendapat nilai bobot tertinggi adalah sub kriteria pemberian potongan harga (diskon) dengan jumlah pembeli tertentu kemampuan memberikan harga yang bersaing mendapat bobot sebesar 0,493, dan urutan kedua sub kriteria pemberian potongan harga pada saat hari tertentu mendapat bobot sebesar 0,311, dan urutan terakhir yaitu sub kriteria kemampuan memberikan harga yang bersaing mendapat bobot sebesar 0,196. Pada kriteria harga urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah Chinamontshopa sebesar 0,309 dengan urutan pertama, Antonj87 sebesar 0,293 dengan urutan kedua, Indo Jam sebesar 0,183 dengan urutan ketiga, The Time.ID sebesar 0,114 dengan urutan keempat, dan urutan terakhir Arloji Watch Shop sebesar 0,101 dengan urutan kelima.

Kriteria kualitas mendapat urutan kedua, hal ini juga perlu diperhatikan untuk Toko Watchnineindo. Pada kriteria kualitas memiliki tiga sub kriteria, yaitu yang mendapat bobot tertinggi adalah sub kriteria kemampuan memberikan kualitas yang konsisten dengan bobot sebesar 0,413, urutan kedua sub kriteria kemampuan penyediaan barang tanpa cacat dengan bobot sebesar 0,327, dan yang terakhir sub kriteria kualitas barang terjamin mendapat bobot sebesar 0,260. Pada kriteria kualitas urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah Chinamontshopa sebesar 0,258 dengan urutan pertama, Antonj87 sebesar 0,253 dengan urutan kedua, Arloji Watch Shop sebesar 0,205 dengan urutan ketiga, The Time.ID sebesar 0,159 dengan urutan keempat, dan urutan terakhir Indo Jam sebesar 0,125 dengan urutan kelima.

Kriteria pembayaran mendapat urutan ketiga, menunjukkan bahwa kriteria pembayaran memang diperhatikan setelah kriteria harga dan kualitas karena pembayaran cukup dapat diperhitungkan dalam sebuah transaksi. Kriteria pembayaran memiliki tiga sub kriteria, yang mendapat bobot tertinggi adalah sub kriteria uang muka pembayaran dengan bobot sebesar 0,493, urutan kedua adalah penangguhan pembayaran dengan bobot sebesar 0,311, urutan ketiga adalah tenggang waktu pembayaran dengan bobot sebesar 0,196. Pada kriteria pembayaran dengan urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah Chinamontshopa sebesar 0,290 dengan urutan pertama, Antonj87 sebesar 0,241 dengan urutan kedua, The Time.ID sebesar 0,188 dengan urutan ketiga, Indo Jam sebesar 0,170 dengan urutan keempat, dan urutan terakhir Arloji Watch Shop sebesar 0,110 dengan urutan kelima.

Kriteria pengiriman mendapat urutan keempat, menunjukkan kemampuan *supplier* memberikan pengiriman yang baik cukup diperhitungkan Toko Watchnineindo. Kriteria pengiriman memiliki tiga sub kriteria, yang mendapat bobot tertinggi adalah sub kriteria ketepatan jumlah barang mendapat bobot sebesar 0,550, urutan kedua adalah kemampuan memenuhi jumlah pengiriman mendapat bobot sebesar 0,240, urutan ketiga adalah ketepatan waktu pengiriman mendapat bobot sebesar 0,210. Pada kriteria pengiriman urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah Chinamontshopa sebesar 0,351 dengan urutan pertama, Antonj87 sebesar 0,261 dengan urutan kedua, Indo Jam sebesar 0,160 dengan urutan ketiga, Arloji Watch Shop sebesar 0,126 dengan urutan keempat, dan urutan terakhir The Time.ID sebesar 0,102 dengan urutan kelima.

Kriteria pelayanan mendapat urutan terakhir yaitu kelima, mendapat urutan terakhir bukan berarti kriteria pelayanan tidak penting. Karena pelayanan juga berperan dalam proses menyuplai barang jadi tetap harus diperhatikan. Kriteria pelayanan memiliki tiga sub kriteria, yang mendapat bobot tertinggi adalah sub kriteria segera mengganti jika terjadi ketidaksesuaian jam tangan yang dikirim mendapat bobot sebesar 0,584, urutan kedua adalah kemampuan menyediakan berbagai jenis jam tangan mendapat bobot sebesar 0,232, urutan ketiga adalah kemudahan dalam komunikasi mendapat bobot sebesar 0,184. Pada kriteria pelayanan urutan *supplier* yang mendapat bobot tertinggi adalah Antonj87 sebesar 0,286 dengan urutan pertama, Indo Jam sebesar 0,265 dengan urutan kedua, Arloji Watch Shop sebesar 0,179 dengan urutan ketiga, Chinamontshopa sebesar 0,145 dengan urutan keempat, dan urutan terakhir The Time.ID sebesar 0,126 dengan urutan kelima.

Tujuan akhir penelitian ini untuk mengetahui urutan alternatif *supplier* yang mendapat bobot tertinggi secara keseluruhan dari kriteria maupun sub kriteria agar dapat menentukan alternatif *supplier* terbaik. Berdasarkan perhitungan akhir, Chinamontshopa mendapat skor tertinggi dengan bobot 0,286, menunjukkan bahwa *supplier* Chinamontshopa layak untuk

dijadikan prioritas utama dalam hal *supplier* jam tangan pada Toko Watchnineindo. Karena *supplier* Chinamontshopa telah mendapat bobot tertinggi dari semua kriteria serta semua sub kriteria. Urutan kedua adalah *supplier* Antonj87 dengan bobot 0,271 menunjukkan *supplier* Antonj87 dapat dijadikan alternatif *supplier* kedua, karena mendapat urutan kedua menunjukkan kemampuan Antonj87 dalam menyuplai jam tangan dapat dikatakan cukup baik. Urutan ketiga adalah *supplier* Indo Jam dengan bobot 0,166 menunjukkan *supplier* Indo Jam dapat dijadikan alternatif *supplier* ketiga, mendapat urutan ketiga menunjukkan kemampuan Indo Jam masih dapat dikatakan baik mengingat urutan ketiga termasuk urutan yang menengah pada penelitian ini. Urutan keempat adalah *supplier* Arloji Watch Shop dengan bobot 0,140 menunjukkan kemampuan *supplier* Arloji Watch Shop dalam menyuplai jam tangan dapat dikatakan kurang baik dibanding tiga *supplier* di atasnya. Urutan terakhir adalah *supplier* The Time.ID dengan bobot 0,137 menunjukkan kemampuan *supplier* The Time.ID dalam menyuplai jam tangan ke toko watchnineindo bisa dikatakan tidak begitu baik mengingat urutan dalam perhitungan mendapat urutan terakhir dan juga bobotnya terbilang cukup jauh dibandingkan dengan *supplier* yang mendapat bobot prioritas tertinggi. The Time.ID memang tergolong *supplier* yang masih baru yaitu 8 bulan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sistem pengambilan keputusan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat memecahkan permasalahan pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo. Permasalahan yang tidak terstruktur dapat dipecahkan menggunakan hirarki dan untuk selanjutnya didapat sebuah urutan prioritas *supplier* terbaik. Dalam penelitian ini yang mendapatkan bobot prioritas tertinggi dari segala kriteria yang ada adalah *supplier* Chinamontshopa, Hal tersebut menunjukkan bahwa *supplier* Chinamontshopa layak untuk dijadikan prioritas utama dalam hal *supplier* produk jam tangan pada Toko Watchnineindo.
2. Faktor yang menjadi prioritas dalam pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo yang pertama adalah harga karena toko memilih pemberian potongan harga (diskon) dengan jumlah pembelian tertentu, urutan kedua adalah kualitas karena toko memilih kemampuan memberikan kualitas konsisten, urutan ketiga adalah pembayaran karena toko memilih uang muka pembayaran, urutan keempat adalah pengiriman karena toko memilih ketepatan jumlah barang, dan yang terakhir adalah pelayanan karena toko memilih segera mengganti jika terjadi ketidaksuaiian jam tangan yang dikirim.

6. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP), peneliti memberikan rekomendasi untuk menunjang proses pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo:

1. Proses pengambilan keputusan pada pemilihan *supplier* pada Toko Watchnineindo untuk selanjutnya dapat menggunakan hasil perhitungan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) sebagai bahan pertimbangan. Agar selanjutnya Toko Jam Watchnineindo tidak perlu lagi berganti-ganti *supplier* karena sebelumnya belum mempunyai acuan yang pasti dalam pemilihan *supplier* pada produk jam tangan dan kurang memperhatikan faktor atau kriteria lain.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kriteria penelitian yang lebih lengkap dengan menggunakan konsep 7P yaitu (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) karena pada penelitian ini hanya menggunakan 5 kriteria saja. Menggunakan konsep 7P diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap dan spesifik dalam pemilihan *supplier*.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Hardianti, A.N. 2011. *Model Pemilihan Supplier Berdasarkan Performasi Dengan Kebijakan Potongan Harga*, Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi13, Erlangga, Jakarta.
- Mcleod, Raymond, 2004. *Management Information System*. 8th Edition, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi, 2010, *Supply Chain Management*, Edisi kedua, Guna Widya, Surabaya.
- Saaty, Thomas L. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin Proses Hirarki Analitik Untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi Kompleks*, Seri Manajemen No 134, PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Syukron, A, 2014, *Pengantar Manajemen Industri*, Graha Ilmu, Jakarta.