

**MODEL ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS UNTUK PENENTUAN PEMASOK
PRODUK PERAWATAN TUBUH PADA PAMELLA SWALAYAN 1
YOGYAKARTA**

JURNAL SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Prisia Ardhaneswari

Nomor Mahasiswa : 12311249

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

MODEL ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS UNTUK PENENTUAN PEMASOK PRODUK PERAWATAN TUBUH PADA PAMELLA SWALAYAN 1 YOGYAKARTA

PRISILIA ARDANANESWARI
Fakultas Ekonomi - Universitas Islam Indonesia
Email : prisiliaardananeswari@gmail.com
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kriteria penentuan pemasok pada Pamella Swalayan 1 Yogyakarta dan perusahaan pemasok mana yang menjadi *best supplier* produk perawatan tubuh pada Pamella Swalayan 1. Kriteria pemilihan pemasok dalam penelitian ini bersumber dari Verma dan Pullman (1998) dan Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988), yaitu *quality, cost, delivery, flexibilit* dan *responsiveness*. Jumlah sampel yang diteliti adalah 15 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner, yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis data yang digunakan adalah metode *Analytical Hierarchy Process*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *flexibility* merupakan kriteria yang sangat diutamakan oleh Pamella Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh. faktor *quality* merupakan kriteria yang kurang diutamakan oleh Pamella Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasok 1 (PT. CIPTA KARYA AGUNG ABADI) merupakan pemasok *produk perawatan tubuh terbaik di Pamella Swalayan 1 dengan nilai tertinggi sebesar 0,540*. Selanjutnya diikuti Pemasok 2 (CV. SINAR MEKAR) sebesar 0,368, dan terakhir pemasok 3 (PT. TRITUNGGAL MULIA WISESA) sebesar 0,163.

Kata kunci: *Supply chain management, Analytical Hierarchy Process.*

ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS MODEL FOR SUPPLIER SELECTIONS OF BODY CARE PRODUCTS IN SUPERMARKETS PAMELLA 1 YOGYAKARTA

PRISILIA ARDANANESWARI
Fakultas Ekonomi - Universitas Islam Indonesia
Email : prisiliaardananeswari@gmail.com
ABSTRACT

This study aims to determine criteria of supplier selections in Pamella Supermarket 1 Yogyakarta and which supplier companies became the best body care products supplier in Pamella Supermarket 1. Criteria for the selection of suppliers comes from Verma and Pullman (1998) and Zeithaml and Berry (1988) are quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness And. The sample size is 15 respondents. The purposive sampling method is carried out for selecting the respondents. The instrument is questionnaire, which has been tested the validity and reliability. Analytical Hierarchy Process is used.as the data analyzing method. The results showed that the factor of flexibility is highly preferred criteria by Pamella 1 Supermarket in choosing a supplier of body care products. Quality factor is the criteria that are less preferred by Pamella 1 Supermarket in choosing a supplier of body care products . The results showed that the first supplier (PT . CIPTA KARYA AGUNG ABADI) is a supplier of body care products in Pamella Supermarkets best one with the highest score of 0.540 . Followed Suppliers 2 (CV . SINAR MEKAR) of 0.368 , and the last three suppliers (PT . TRITUNGGAL NOBLE WISESA) of 0.163 .

Keywords : *Supply chain management, Analytical Hierarchy Process.*

PENDAHULUAN

Pada saat ini sudah banyak usaha retail yang tersebar di Yogyakarta. Usaha ritel/retail memang mempunyai peran penting kaitannya dengan distribusi produk kepada konsumen akhir. Perannya antara lain yaitu memberikan suplai/pasokan barang dan jasa pada saat dibutuhkan konsumen tanpa penundaan, memudahkan konsumen dalam memilih atau membandingkan bentuk, kualitas dan barang serta jasa yang ditawarkan, menjaga harga jual tetap rendah agar mampu bersaing dalam memuaskan pelanggan dan membantu meningkatkan standar hidup masyarakat, Melihat peran usaha ritel yang penting bagi masyarakat mendorong para pembisnis untuk mengembangkan usahanya dan berkompetisi dengan para pesaingnya (Wahyono, 2012).

Di Yogyakarta berbagai macam usaha ritel kini telah tersebar di kota hingga ke pelosok daerah terpencil seperti Carrefour, Giant, Hypermart, Superindo, Pamella, Mirota Kampus, Alfamart, Indomart, Gading Mas, dan toko-toko kecil lainnya. Mengingat begitu banyaknya usaha ritel tersebut membuat para pelaku bisnis harus memikirkan cara yang tepat untuk dapat tetap bertahan di tengah kompetisi yang ketat. Strategi yang mereka pakai untuk menarik hati para pelanggan yaitu dengan memberikan penawaran harga yang terjangkau serta promo atau diskon secara berkala. Pemberian promo maupun diskon tersebut tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan karena persaingan harga satu sama lain membuat masyarakat akan berpikir retailer mana yang menjual produk dengan harga paling terjangkau untuk menghemat biaya kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu retailer harus memilih pemasok secara selektif untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan biaya yang rendah agar mereka dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

Pemilihan pemasok yang tidak tepat dapat menyebabkan kerugian yang tidak sedikit bagi perusahaan seperti apabila pemasok kurang responsif dalam memenuhi permintaan, maka akibat yang dapat timbul adalah kehabisan maupun kelebihan persediaan. Selain itu apabila *lead time* dari pemasok panjang, maka dapat mengganggu dalam proses pengiriman dan penjualan barang pada konsumen (Limasantoso, 2013).

Penentuan pemasok adalah proses meninjau, mengevaluasi, dan memilih pemasoknya untuk menjadi bagian dari rantai pasokan perusahaan. Beberapa faktor yang menjadi bahan pertimbangan dalam kriteria penentuan pemasok disamping harga penawaran yaitu waktu penyerahan barang untuk penggantian, keandalan ketepatan waktu, fleksibilitas penyerahan, frekuensi penyerahan, jumlah pengiriman minimum, mutu pasokan, biaya angkutan, penyerahan pembayaran, kemampuan koordinasi informasi, koordinasi desain kapasitas, pajak, dan nilai tukar serta kelangsungan hidup perusahaan (Limasantoso, 2013).

Ketika proses pemilihan pemasok, sering kali pengambil keputusan dihadapkan pada banyaknya pilihan alternatif supplier atau pemasok yang tersedia. Sangat tidak efisien dan membutuhkan waktu lama jika tiap pemasok diseleksi satu per satu sehingga diperlukan suatu metode yang bisa mereduksi alternatif pilihan. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan metode yang dapat mereduksi alternatif pemasok yang akan dipilih. Disamping itu, perusahaan sering kali dihadapkan pada kriteria yang ada berkaitan antara satu dengan yang lain. Kriteria yang

saling terkait antar satu dengan yang lain semakin menambah kekompleksitasan dalam pemilihan supplier. Sedangkan untuk meningkatkan daya saing perusahaan, dalam pemilihan supplier atautidak hanya menetapkan satu target tujuan tetapi jugamenetapkan beberapa tujuan sekaligus yang ingin dicapai, tentunya dengan mempertimbangkan kendala yang ada (Angga et al 2012).

Metode yang digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kinerja pemasok adalah metode AHP (Analytical Hierarchy Process). AHP dipilih karena memiliki kelebihan antara lain, yaitu struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam, memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang akan dipilih oleh para pengambil keputusan. AHP tidak memaksakan konsensus tetapi mensistensis suatu hasil yang representatif dari berbagai pilihan. AHP memungkinkan organisasi/perusahaan memperhalus definisi mereka pada suatu persoalan dan memperbaiki pertimbangan serta pengertian mereka melalui pengulangan (Saaty, 1993).

Terkait masalah di atas akan dilakukan penelitian dengan objek Pamela Swalayan 1. Pamela Swalayan merupakan "*retail store*", maka Pamela Swalayan 1 harus memilih pemasok yang tepat agar penyaluran dan penyediaan barang ke konsumen akhir menjadi lancar sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Mengingat bahwa penyediaan barang bagi konsumen sangat penting bagi perusahaan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai maka penulis tertarik untuk mengangkat hal tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan judul "*Model Analytical Hierarchy Process untuk Penentuan Pemasok Produk Perawatan Tubuh pada Pamela Swalayan 1 Yogyakarta*". Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui kriteria penentuan pemasok dan perusahaan pemasok mana yang menjadi *best supplier* produk perawatan tubuh pada Pamela Swalayan 1

KAJIAN PUSTAKA

Ngatawi (2011) melakukan penelitian bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan pemilihan supplier. Metode yang digunakan yaitu *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Hasil dari Penelitian ini menunjukkan adanya pemilihan alternatif supplier yaitu "A", "B", "C", "D", "E", dan "F". Sedangkan yang menjadi kriterianya antara lain pengiriman, pelayanan, produk, kualitas, dan biaya. Hasilnya Supplier "A" ditetapkan sebagai supplier terbaik. Hal tersebut bisa diketahui dengan adanya nilai akhir tertinggi pada perhitungan akhir AHP yaitu dengan nilai sebesar 0.240.

Fatma (2012) melakukan penelitian bertujuan untuk memberikan efektivitas dan efisiensi perusahaan termasuk dalam masalah logistik. metodologi penelitian yang di gunakan adalah metode AHP, metode ini digunakan untuk mengetahui langkah-langkah dari pemilihan supplier. Hasil penelitian yang diperoleh adalah supplier PT.A memiliki nilai 8,5 (tetap menjadi supplier), PT.B memiliki nilai 7,5 (tetap menjadi supplier) dan PT.C memiliki nilai 5 (dikeluarkan dari daftar supplier terpilih).

Limasantoso (2013) melakukan penelitian Bertujuan untuk mengetahui bagaimana aplikasi AHP sebagai dasar pemilihan supplier di PT. Buana Tirta Utama. Hasil penelitian menggunakan 2 sistem penilaian. Supplier P memiliki nilai tertinggi sebesar 0,250 pada sistem penilaian lama dan 0,258 pada sistem penilaian baru, hal ini menunjukkan bahwa supplier P memiliki kinerja yang paling baik diantara supplier lainnya. Dapat disimpulkan metode ini sangat berguna bagi PT. Buana Tirta Utama karena metode ini menentukan kriteria-kriteria yang telah diprioritaskan oleh perusahaan.

Toyo (2013) melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui kinerja pemasok *laptop* yang dipentingkan oleh *retailer laptop* di Yogyakarta serta untuk memilih pemasok *laptop* berdasarkan dengan metode *Analytical Hierarchy Process*. Kriteria pemilihan pemasok yaitu harga produk, kemudahan dan ongkos transport, sertifikasi kualitas, kualitas produk, niat baik perusahaan, keandalan perusahaan, pengalaman perusahaan, ketepatan waktu dan ketersediaan barang. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan faktor kemudahan dan ongkos transport merupakan kriteria yang diutamakan oleh *retailer* di Yogyakarta. Faktor harga merupakan kriteria yang paling tidak diutamakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasok X merupakan pemasok *laptop* pada *retailer* di Yogyakarta terbaik dengan nilai tertinggi sebesar 0,618. Selanjutnya diikuti pemasok Y dengan nilai sebesar 0,304 dan terakhir pemasok Z dengan nilai sebesar 0,078.

Merry (2014) melakukan penelitian bertujuan untuk menentukan supplier terbaik dengan cara menyeleksi supplier berdasarkan kriteria dan subkriteria yang sesuai. Penelitian ini dilakukan pada PT HERO Supermarket, TBK dengan mengambil objek Departemen buah. Pada penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Dari penelitian yang dilakukan menghasilkan kriteria pengiriman (0,230), kualitas (0,168), pelayanan (0,154), profil perusahaan (0,138), harga (0,130), kelengkapan dokumen (0,106) dan resiko (0,074), sedangkan untuk meranking digunakan *Technique Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)* dengan hasil alternatif A, alternatif C, alternatif D, alternatif B.

Pemilihan Pemasok

Tujuan utama dari *supplier selection* adalah untuk menyeleksi dan mengevaluasi *supplier* yang optimal bagi perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *supplier selection* diharapkan mempunyai *supplier* yang mengerti dan mendukung tujuan perusahaan. Dengan memilih *best supplier*, secara signifikan dapat mengurangi biaya pembelian (*purchasingcost*) dan meningkatkan daya saing perusahaan (Perçin, 2006).

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Model AHP merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty (Kadarsyah, 1998). Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut Saaty (1993), hirarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari

alternatif. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.

METODOLOGI PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah Pamela Swalayan 1. Kriteria dalam pemilihan pemasok didasarkan pada penelitian Verma dan Pullman (1998), kriterianya yaitu *quality*, *cost*, *delivery*, *flexibility* yang mana dikenal dengan model QCDF. Kemudian dalam penelitian ini di tambahkan *responsiveness* yang bersumber dari Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) sehingga menjadi model QCDFR yaitu *quality*, *cost*, *delivery*, *flexibility*, dan *responsiveness*. Teknik pengumpulan data menggunakan pemeriksaan dokumen dan kuesioner. Sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. menurut Sugiyono (2010:85) *purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.” Artinya setiap subjek yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu. Dari penjelasan para ahli tersebut, penulis menetapkan sample dalam penelitian ini adalah karyawan yang menjabat sebagai stocker Pamela Swalayan 1. *Admin* sebanyak 4 orang *purchasing staff* sebanyak 6 orang, *stocker* sebanyak 3 orang serta pramuniaga sebanyak 2 orang dan total secara keseluruhan 15 responden.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid (Sugiyono, 2005).

$$r_{xy} = \frac{N \sum x - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*
- x = skor item
- y = skor total item
- N = jumlah sampel

Jika koefisien korelasi mempunyai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan item tersebut valid. Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS 15.0 for Windows*.

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan kemampuannya untuk mengukur tanpa kesalahan dan hasilnya selalu konsisten (tetap sama), Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (Sugiyono, 2005)

$$r_{xx} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{xx}	= reliabilitas instrumen
k	= jumlah item
σ_t^2	= variansi total
$\sum \sigma_b^2$	= jumlah variansi item

Metode analisis data

1. Fase Penelitian Awal

Bagian-bagian dari fase ini akan menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, tujuan dari penelitian, dan tinjauan pustaka. Dan data yang berhubungan dengan penelitian.

2. Menentukan kandidat supplier yang akan dievaluasi

Yaitu menentukan pemasok-pemasok produk perawatan tubuh yang ada di Pamella Swalayan 1.

3. Menentukan Kriteria

Kriteria ini dijadikan patokan untuk semua pemasok. Terdapat lima kriteria yang dipertimbangkan dalam memilih *best supplier* untuk produk perawatan tubuh yaitu Kualitas (*quality*), Biaya (*cost*), Pengiriman (*delivery*), Fleksibilitas (*flexibility*), Penanganan (*responsiveness*).

4. Tahap Menentukan Pemilihan Pemasok secara Hierarki

Tahap ini merupakan langkah-langkah dari pemilihan supplier dengan menggunakan Metode Analisis Hirarki Proses (AHP). Penggunaan metode AHP dalam penelitian ini terbagi dalam 3 level. Level paling atas merupakan tujuan atau *goal*, yaitu memilih *bestsupplier*. Selevel di bawahnya yaitu level kedua merupakan level kriteria yang terdiri dari kriteria harga, kualitas, waktu pengiriman, ketepatan jumlah, dan *customer care*. Level paling bawah merupakan level alternatif, yang ditempati oleh *supplier-supplier* dari perusahaan.

5. Menggunakan AHP (Analytical Hierarchi Process) untuk mendapatkan bobot dari masing-masing kriteria dan alternatif.

AHP digunakan untuk menentukan bobot relatif dari masing-masing kriteria. Bobot relatif dari kriteria ditentukan dengan menggunakan *pairwise comparisons*. Terdapat skala dalam perhitungan *pairwise comparisons*, yaitu:

- Skor 1 : sama penting (*equal importance*)
- Skor 3 : sedikit lebih penting (*moderate importance*)
- Skor 5 : lebih penting (*strong importance*)
- Skor 7 : sangat lebih penting (*very strong importance*)
- Skor 9 : mutlak lebih penting (*extreme importance*)
- Skor 2,4,6,8 adalah skor pertengahan nilai atas dan bawah

Jumlah bobot kriteria untuk masing-masing keputusan dihitung menggunakan formulasi sebagai berikut:

- Menentukan matrik perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Jika indeks konsistensi lebih besar dari satu, maka perbandingan berpasangan harus diulang. Batas

toleransi nilai inkonsistensi adalah $\leq 10\%$ atau 0,1. Sedangkan langkah-langkah untuk menghitung indeks konsistensi adalah sebagai berikut:

- 1) Mengalikan nilai matriks perbandingan awal dengan bobot.
- 2) Mengalikan jumlah baris dengan bobot.
- 3) Menghitung nilai λ_{maks} .
- 4) Menghitung CI (*Consistensi Index*), dengan rumus:

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

- 5) Menghitung nilai *Consistensi Ratio* (CR), dengan rumus:

CR = CI / RI, di mana nilai RI (*Random Index*) bergantung pada jumlah ordo matriks n .

- b. Menormalkan setiap kolom elemen berpasangan antar kriteria dengan cara membagi masing-masing elemen matriks dengan jumlah kolom. Selanjutnya dihitung bobot elemennya yang merupakan rata-rata jumlah nilai elemen baris matriks perbandingan yang telah dinormalkan.
- c. Menjumlahkan nilai pada setiap kolom.
- d. Bobot untuk setiap kriteria didapat dengan membagi jumlah nilai setiap kolom dengan n sejumlah kriteria yang dibandingkan.

6. Melakukan evaluasi dari kriteria dan pemasok yang potensial

Kriteria tersebut akan diperhitungkan untuk menentukan *best supplier*. Nilai bobot tertinggi dari kriteria-kriteria tersebut diindikasikan sebagai kriteria yang paling dipertimbangkan oleh perusahaan dalam memilih *supplier*. Nilai bobot yang lebih tinggi untuk masing-masing alternatif akan memberikan *service* (pelayanan) yang tinggi pula. Pemasok yang mempunyai nilai prioritas total paling tinggi diindikasikan sebagai *best supplier*.

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Responden dengan jabatan Purchasing Staff berjumlah 6 orang atau sebesar 40%, jabatan Stocker berjumlah 3 orang atau sebesar 20%, jabatan Admin berjumlah 4 orang atau sebesar 26,7%, dan responden dengan jabatan Pramuniaga berjumlah 2 orang atau sebesar 13,3%. mayoritas responden dengan Jabatan *Purchasing staff* yaitu sebesar 40% dari keseluruhan responden. Responden pada penelitian ini adalah karyawan Pamela Swalayan 1 dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 6 orang atau sebesar 40%, dan jenis kelamin perempuan berjumlah 9 orang atau sebesar 60%. mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebesar 60% dari keseluruhan responden.

Analisis data

1. Uji Kualitas Data

- a. Uji Validitas : korelasi semua pertanyaan memberikan hasil signifikansi dengan koefisien kurang dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan seluruh item pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.

- b. Uji Reliabilitas : Pengujian reliabilitas dilakukan dengan alat analisis koefisien *Cronbach's Alpha*. Dan perhitungan nilai koefisien reliabilitas dengan program *SPSS 15.0 for Windows*. Hasil pengujian yang dikatakan reliabel adalah apabila nilainya $\geq 0,6$ (nilai kritis). Pada kriteria quality koefisien alpha sebesar 0,735, kriteria cost koefisien alpha sebesar 0,721, kriteria delivery koefisien alpha sebesar 0,821, kriteria flexibility koefisien alpha sebesar 0,926, kriteria responsiveness sebesar 0,889.
2. Penghitungan metode AHP
 Ditetapkan 3 perusahaan yang dijadikan pemasok produk perawatan tubuh di Pamella Swalayan 1. Pemasok produk perawatan tubuh yang dibandingkan tersebut meliputi:
1. PT. CIPTA KARYA AGUNG ABADI yang beralamat di JL. Wates Raya Km 7, Godean, DI Yogyakarta, 55564. Dinotasikan sebagai Pemasok 1
 2. CV. SINAR MEKAR yang beralamat di Jl. Nitipuran No. 414 Yogyakarta. Dinotasikan sebagai Pemasok 2
 3. PT. TRITUNGGAL MULIA WISESA yang beralamat di JL. Raya Tajem, Km 3, Depok, Yogyakarta, 55281, Dinotasikan sebagai Pemasok 3

Pembobotan Kriteria

Dari hasil jawaban 15 Responden kemudian dimasukkan dalam *Geometric Mean*. Selanjutnya dilakukan *scoring* berdasarkan nilai *Geometric Mean* pada setiap kriteria. Aturannya, kriteria yang memiliki nilai *Geometric Mean* tertinggi mendapat skor 5, sedangkan kriteria yang memiliki nilai *Geometric Mean* terendah diberi skor 1.

Tabel Pembobotan Kriteria

Kriteria	Geometric Mean	Skor	Bobot Kriteria
Quality	1,20	1	0,06
Cost	2,39	2	0,13
Delivery	2,97	3	0,2
Responsiveness	3,23	4	0,26
Flexibility	4,30	5	0,3
Total		15	

Berdasarkan pembobotan kriteria pemasok diketahui bahwa kriteria *flexibility* menunjukkan bobot tertinggi sebesar 0,3. Artinya, faktor *flexibility* merupakan kriteria yang sangat diutamakan oleh Pamella Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh. Sementara bobot terendah mengarah pada kriteria Quality, yaitu sebesar 0,06. Artinya, faktor *quality* merupakan kriteria yang kurang diutamakan oleh Pamella Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh.

Penentuan Pemasok Terbaik berdasarkan bobot kriteria Keseluruhan.

Bobot Kriteria dari quality sebesar 0,06, kriteria cost sebesar 0,13, kriteria delivery sebesar 0,20, kriteria flexibility sebesar 0,30, kriteria responsiveness sebesar 0,35. Data selengkapnya dapat dilihat pada bobot pemasok dan bobot kriteria.

Tabel Bobot Pemasok dan Bobot Kriteria

Faktor	Bobot Pemasok			Bobot Kriteria
	Pemasok1	Pemasok2	Pemasok3	
Quality	0.542	0.299	0.157	0.06
Cost	0.511	0.310	0.177	0.13
Delivery	0.540	0.277	0.181	0.20
Flexibility	0.532	0.303	0.163	0.30
Responsiveness	0.565	0.289	0.145	0.33

Sumber : data primer diolah

Penentuan Pemasok Terbaik atau *Best Supplier* dari keseluruhan faktor. Hasil perhitungannya yaitu Pemasok 1 atau PT. CIPTA KARYA AGUNG ABADI sebesar 0,540; pemasok 2 atau CV. SINAR MEKAR sebesar 0,368, pemasok 3 atau PT. TRITUNGGAL MULIA WISESA sebesar 0,163. Berikut ini adalah data pembobotan pemasok dan bobot kriteria disajikan dalam tabel pemasok terbaik

Tabel Pemasok Terbaik

Faktor	Pemasok1	Pemasok2	Pemasok3
Quality	0.036	0.020	0.010
Cost	0.068	0.041	0.023
Delivery	0.108	0.055	0.036
Flexibility	0.177	0.101	0.054
Responsiveness	0.150	0.150	0.038
Total	0.540	0.368	0.163

Sumber : data primer diolah

Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pemasok 1 merupakan pemasok terbaik atau menjadi *Best Supplier* dari keseluruhan faktor dengan bobot total sebesar 0,540.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil mengenai evaluasi pemasok produk perawatan tubuh di Pamela Swalayan 1 dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pembobotan kriteria pemilihan pemasok produk perawatan tubuh (*deodorant, soap, skin care, oral care, baby & kids, dan Hair care*). diketahui bahwa kriteria *flexibility* menunjukkan bobot tertinggi sebesar 0,3. Artinya, faktor *flexibility* merupakan kriteria yang sangat diutamakan oleh Pamela Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh. Sementara kriteria lain seperti *responsiveness* (penanganan keluhan) sebesar 0,26, *delivery* (pengiriman barang) sebesar 0,2, *cost* (biaya) sebesar 0,13, dan *Quality* (kualitas) sebesar 0,06, bobot terendah mengarah pada kriteria *Quality*, yaitu sebesar 0,06. Artinya, faktor *quality* merupakan kriteria yang kurang diutamakan oleh Pamela Swalayan 1 dalam memilih pemasok produk perawatan tubuh.

2. Penentuan Pemasok Terbaik atau *Best Supplier* dari keseluruhan faktor. Hasil perhitungannya yaitu Pemasok 1 atau PT. CIPTA KARYA AGUNG ABADI sebesar 0,540; pemasok 2 atau CV. SINAR MEKAR sebesar 0,368, pemasok 3 atau PT. TRITUNGGAL MULIA WISESA sebesar 0,163. Dengan demikian pemasok 1 merupakan pemasok terbaik atau menjadi *Best Supplier* dari keseluruhan faktor dengan bobot total sebesar 0,540.

SARAN

1. Bagi perusahaan
 1. Perusahaan lebih memperhatikan kriteria *flexibility* (fleksibilitas). Hal ini dikarenakan fleksibilitas dari perusahaan pemasok akan berhubungan langsung dengan kemampuan pemasok dalam memenuhi kebutuhan pemesanan dan order tambahan bila terjadi kekurangan *stock*. Akan tetapi, perusahaan juga harus tetap memperhatikan kriteria *responsiveness* (penanganan keluhan), *delivery* (pengiriman barang), *cost* (biaya), dan *Quality* (kualitas), yang ditawarkan oleh masing-masing pemasok.
 2. Metode AHP dapat digunakan untuk menganalisis *best supplier* pada divisi yang lain di Pamella Swalayan 1, baik divisi *food* maupun *non-food*, serta industrilainnya seperti industri obat-obatan, tekstil, kendaraan bermotor, dan lain-lain.
2. Bagi penelitian selanjutnya
Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan kriteria yang dipertimbangkan bukan hanya kriteria *flexibility* (fleksibilitas), *responsiveness* (penanganan keluhan), *delivery* (pengiriman barang), *cost* (biaya), dan *Quality* (kualitas), Namun kriteria-kriteria lain yang juga mempunyai pengaruh terhadap proses *supplier selection*, misalnya kriteria *reliability*, *service*, *relationship* dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Angga, et al (2012). Pemilihan Supplier dengan Mengintegrasikan Cluster Analysis, ANP, dan TOPSIS serta Alokasi Order dengan Beberapa Fungsi Tujuan, *Jurnal MMT-ITS*, Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XV, 4 Pebruari 2012.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta .
- Fatma, Chauliah (2012), Pemilihan Supplier Bahan Baku Pengemas dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP), *Jurnal Widya Teknika*, Vol. 20, No. 1 Maret 2012, hal: 25–31.
- Limasantoso, M. F (2013), Pemilihan Supplier Produk Calista dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) pada PT. Buana Tirta Utama-Gresik, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2, No 1, hal: 1-20.

- Merry, Lidya, et al (2014), Pemilihan Supplier Buah dengan Pendekatan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Topsis: Studi Kasus pada Perusahaan Retail, *Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer*, Vol. 3, No. 09 Januari-Maret 2014, hal: 48-58.
- Ngatawi, Setyaningsih (2011), Analisis Pemilihan Supplier Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process (AHP), *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 10, No 1 Juni 2011, hal: 7-13.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing, Spring*, pp. 12-40.
- Saaty, Thomas L (1993) "Decision Making For Leader", The Analytical Hierachy Process for Decision in Malcolm Saunders. (1997), *Strategic Purchasing and Supply Chain Management, 2nd ed.* Prentice Hall, England.
- Sugiyono (2007), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Toyo, M. (2013), Pemilihan Pemasok *Laptop* pada Retailer di Yogyakarta dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Verma, R, Pullman, M. (1998), An Analysis of the Supplier Selection Process, *International Journal Management Science*. Vol. 12, pp. 7 – 12.
- Wahyono, B. (2012). Peran dan Fungsi Ritel, diperoleh pada 15 Oktober 2015 di: <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/06/peran-dan-fungsi-usaha-ritel.html>