

REKOMENDASI PENJUALAN AKSESORIS HANDPHONE MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)

Meilin Widyasuti¹, Anjar Wanto¹, Dedy Hartama¹, Eko Purwanto¹

¹ STIKOM Tunas Bangsa, Indonesia

¹Jln Jendral Sudirman Blok A No. 1/2/3 Pematangsiantar, Indonesia

Abstrak

Bicara mengenai gaya hidup yang kini semakin berkembang, ternyata juga berpengaruh pada penampilan handphone yang dimiliki semua orang yaitu aksesoris handphone yang semakin lengkap dan membuat tampilan menarik. Seiring dengan waktu bisnis aksesoris handphone juga mengalami perkembangan yang cukup pesat, bahkan bukan hanya produk toko yang menjual aksesoris handphone melainkan konter pun juga sudah menjualnya. Disini peneliti ingin meneliti rekomendasi aksesoris handphone, dimana aksesoris yang dipilih adalah aksesoris yang paling diminati konsumen berdasarkan penilaian toko. Maraknya bisnis aksesoris ini membuktikan bahwa aksesoris handphone masih layak menjadi peluang yang bagus. Beberapa pakar telekomunikasi memprediksikan bahwa pengguna ponsel meningkat jumlah populasinya. Hal ini dapat menjadi bisnis aksesoris yang mempunyai prospek yang bagus kedepannya. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode AHP dengan 6 sampel aksesoris handphone terlaris, dimana data diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan toko handphone yang ada di kota Pematangsiantar, diperoleh hasil perhitungan metode AHP untuk rekomendasi aksesoris handpone adalah 1. Led Selfie (34%), 2. Gopro (25%), 3. Phone Ring (20%), 4. Scean Guard (16%), 5. Charge Wireless (14%) dan 6. Handset (10%)

Kata kunci: Aksesoris, SPK, AHP, Rekomendasi, Penjualan

Abstract

Talk about the lifestyle that is now growing, it also affects the appearance of mobile phones that are owned by everyone that is more complete mobile accessories and create attractive appearance. Along with the time mobile phone accessories business is also experiencing a fairly rapid development, not even just a store product that sells mobile phone accessories but also has sold the counter. Here the researchers want to examine the recommendation of mobile accessories, where the selected accessories are the accessories of the most popular consumers based on store ratings. The rise of accessories business is proving that the mobile phone accessories still deserve to be a good opportunity. Some telecommunication experts predict that mobile users are increasing the number of populations. This can be an accessory business that has good prospects in the future. Based on the results of research using AHP method with 6 samples of best selling mobile accessories, where the data obtained based on the results of interviews with mobile shops in the city Pematangsiantar, obtained the calculation of AHP method for handpone accessories recommendation is 1. Led Selfie (34%), 2. Gopro (25%), 3. Phone Ring (20%), 4. Scean Guard (16%), 5. Charge Wireless (14%) and 6. Handset (10%)

Keywords: Accessories, DSS, AHP, Recommendations, Sales

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan bertambahnya waktu dan perubahan zaman yang sangat cepat, peradaban manusia pun ikut berubah yaitu dari peradaban kuno ke peradaban modern, dimana teknologi sangat dibutuhkan. Dalam segala bidang, teknologi selalu dipakai dan terus-menerus dikembangkan. Pada saat ini dapat dilihat bahwa teknologi yang paling berkembang adalah teknologi komunikasi, didasari pada sifat manusia yang selalu berkomunikasi dan pentingnya komunikasi itu sendiri.

Telepon genggam atau handphone adalah salah satu teknologi komunikasi yang paling berkembang saat ini di dunia. Banyak negara didunia berlomba-lomba memproduksi handphone. Hal ini terjadi karena demand dari pasar begitu besar. Di Indonesia khususnya, handphone sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat, baik orang tua, remaja, maupun anak-anak sudah menggunakan teknologi ini. Selain itu aksesoris-aksesoris handphone seperti casing handphone, lampu, sarung handphone, dan lainnya juga banyak digunakan oleh konsumen untuk melengkapi handphone itu sendiri. Sarung handphone

sebagai salah satu aksesoris digunakan konsumen untuk beberapa alasan, diantaranya untuk melindungi handphone dari lecet, mengurangi resiko jatuh, untuk bergaya, dan lainnya. Tingginya permintaan akan handphone jugaseharusnya diikuti oleh permintaan akan sarung handphone. Oleh karena itu para pengusaha memanfaatkan peluang bisnis untuk memproduksi sarung handphone. Berbagai jenis sarung handphone saat ini sudah dipasarkan, ada yang dari bahan kulit, karet, kain, plastik, dan lainnya. Banyaknya pilihan sarung handphone yang tersedia di outlet-outlet handphone disebabkan karena para pengusaha ingin memenuhi kebutuhan konsumen.

Meskipun pilihan sarung handphone yang tersedia di outlet-outlet handphone cukup banyak, tetap saja masih banyak konsumen yang tidak menggunakan sarung handphone.

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang ataupun jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Pada dasarnya, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran bagi para pemiliknya. Griffin and Ebert (2008:4) mengatakan bisnis atau perusahaan adalah organisasi yang menyediakan

barang atau jasa untuk dijual dengan maksud untuk mendapatkan laba. Dunia bisnis di Indonesia cukup berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat persaingan yang terjadi didalam dunia bisnis. Keberhasilan suatu bisnis dapat dicapai dengan adanya strategi pemasaran yang baik. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong yang diterjemahkan Imam Nurmawan (2001) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang dengan unit usaha berharap dapat mencapai tujuan perusahaannya.

Dalam hal ini, para manajer berperan sebagai kewiraswastaan, sehingga para manajer tersebut harus dapat melihat situasi pasar dan menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam bisnis tersebut guna membangun arahjangka panjang sehingga dapat mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan. Ada kalanya pelaku bisnis harus melakukan *survey* untuk dapat melihat secara langsung apa yang menjadi keinginan konsumen, sehingga dengan demikian pelaku bisnis dapat menerapkan strategi yang tepat untuk memenuhi keinginan para konsumen tersebut. Strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah jaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan

aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

2. TEORITIS

2.1 Analytical Hierarchy Proses (AHP)

Analytical Hierarchy Proses merupakan salah satu metode untuk membantu pengambil keputusan dalam mengambil keputusan sesuai dengan criteria atau syarat yang telah ditentukan, dan criteria pengambilan keputusan tersebut merupakan criteria yang bermacam-macam.

Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) bersifat multi criteria karena menggunakan banyak criteria dalam penyusunan suatu prioritas system pendukung keputusan.

Disamping sifatnya yang multi criteria, metode AHP juga didasarkan pada suatu proses yang logis dan terstruktur, karena penyusunan prioritasnya dilakukan dengan menggunakan prosedur yang logis dan terstruktur. Kegiatan tersebut dilakukan oleh ahli yang representative yang menyusun prioritasnya.

Metode *Analytical Hierarchy Process* adalah salah satu metode pengambil keputusan yang dapat membantu berfikir manusia. Metode ini dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada awal tahun 1970-an. Proses berfikir metode ini adalah membentuk score secara numeric untuk menyusun cara alternative setiap pengambilan keputusan dimana keputusan tersebut dicocokkan dengan criteria pembuat keputusan (Fariz, 2010).

Peralatan proses pengambilan keputusan pada metode Analytical Hierarchy Process yang utama adalah sebuah hierarki fungsional dengan input utamanya pendapat manusia. Dengan hierarki, masalah yang tidak terstruktur dapat dipecahkan kedalam kelompok-kelompoknya yang kemudian kelompok tersebut diatur kedalam suatu bentuk hierarki.

Dalam penjabaran hierarki tujuan, tidak ada pedoman pasti tentang bagaimana pengambil keputusan menjabarkannya menjadi tujuan yang lebih rendah. Pengambil keputusan menentukan penjabaran tujuan itu berhenti dan memperhatikan kelebihan dan kekurangan yang didapat jika tujuan tersebut terperinci lebih lanjut. Berikut ini adalah beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penjabaran hierarki tujuan, yaitu:

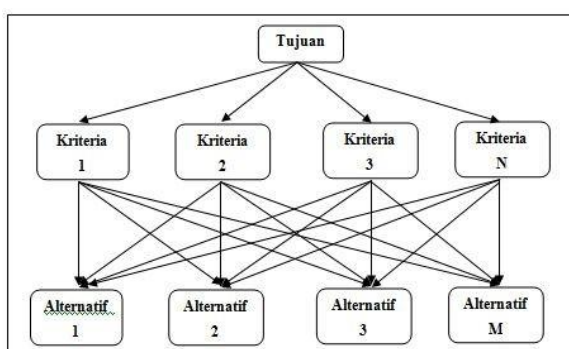
- a. Pada saat penjabaran tujuan kedalam subtujuan harus memperhatikan setiap tujuan yang akan tercakup dalam subtujuan yang lebih rinci.
- b. Meskipun hal pertama dapat terpenuhi, tapi juga perlu menghindari terjadinya pembagian yang terlalu banyak.

- c. Karena itu, sebelum menetapkan tujuan harus dapat menjabarkan hierarki sampai ke tujuan yang paling rendah dengan cara mengujinya.[5]

Dalam menyelesaikan permasalahan dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) ada beberapa prinsip yang harus dipahami, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. *Decomposition* (membuat hierarki)

Dalam menyusun hirarki harus menentukan tujuan melalui kriteria- kriteria yang dipakai untuk menilai alternatif-alternatif yang ada. Setiap kriteria terkadang memiliki subkriteria dibawahnya yang memiliki nilai intensitas masing-masing.



Gambar 1 Struktur Hierarchy AHP (Sumber: Riyanto, 2010)

2. *Comparative judgment* (penilaian kriteria dan alternatif)

Kriteria dan alternatif dilakukan dengan perbandingan berpasangan. Menurut Saaty (1988), untuk berbagai persoalan, skala 1 sampai 9 adalah skala yang dipakai dalam penilaiannya.

3. *Synthesis of priority* (menentukan prioritas)

Menentukan prioritas setiap kriteria digunakan sebagai bobot dari kriteria tersebut dalam pengambilan keputusan. Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) melakukan analisis prioritas setiap kriteria dengan metode perbandingan berpasangan antara dua elemen sehingga semua elemen yang ada akan tercakup dalam perbandingan.

4. *Logical Consistency* (konsistensi logis)

Konsistensi memiliki dua makna. Yang pertama yaitu objek-objek yang serupa bisa dikelompokkan sesuai dengan jenisnya. Yang kedua yaitu menyangkut tingkat hubungan antar objek yang didasarkan pada kriteria tertentu. (Kosasi, Sandy, 2002).

- Berstruktur hierarki, sebagai dampak dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
- Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan cara alternative yang dipilih oleh pengambil

keputusan.

- Memperhitungkan daya tahan dan hasil analisis pengambil keputusan.

Karena Metode AHP memperhitungkan tingkat validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi dengan berbagai kriteria dan cara alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan, metode AHP juga mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah yang multi criteria yang didasarkan pada perbandingan preferensi dari setiap elemen dalam hierarki, sehingga menjadi model pengambil keputusan yang komprehensif.

Dengan demikian, terdapat empat aksioma-aksioma yang terkandung dalam model AHP yaitu :

a. *Reciprocal Comparison*

Dalam pengambilan keputusan harus dapat membuat perbandingan dan menyatakan pendapatnya. Pendapat tersebut harus memenuhi syarat yaitu apabila A lebih penting daripada B dengan skala x , maka B lebih penting daripada A dengan skala $1/x$.

b. *Homogeneity*

Pendapat seseorang harus dapat dinyatakan dalam skala terbatas, elemen- elemennya dapat dibandingkan satu dengan yang lainnya. Kalau aksioma ini tidak dipenuhi maka elemen-elemen yang dibandingkan tersebut tidak homogen dan harus dibentuk cluster (kelompok elemen) yang baru.

c. *Independence*

Pendapat seseorang dinyatakan dengan mengasumsikan bahwa kriteria tidak dipengaruhi oleh alternatif-alternatif yang ada melainkan oleh objektif keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa model dalam metode AHP adalah searah, maksudnya perbandingan antara elemen-elemen dalam satu tingkat tergantung pada elemen-elemen pada tingkat diatasnya.

d. *Expectation*

Dalam pengambilan keputusan, struktur hirarki diasumsikan lengkap. Apabila tidak terpenuhi maka pengambilan keputusan tidak memakai seluruh kriteria yang tersedia sehingga keputusan yang diambil dianggap tidak lengkap.

Metode *Analytical Hierarchy Process* juga dapat memberikan fasilitas evaluasi pro dan kontra secara rasional. Karena itu, metode AHP dapat memberikan solusi yang optimal melalui cara berikut:

- Menganalisis keputusan secara kuantitatif dan kualitatif.

- b. Mengevaluasi masalah kemudian memberikan solusi sederhana melalui model hierarki.
- c. Memberikan pendapat yang logis.
- d. Melakukan Pengujian kualitas keputusan.
- e. Waktu yang dibutuhkan relative singkat.

Tahapan Metode Analytical Hierarchy Process Menurut Kadarsyah Suryadi dan Ali Ramdhani, 1998. Metode Analytical Hierarchy Process dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan. Dalam tahap ini terlebih dahulu menentukan masalah yang akan dipecahkan secara jelas, detail dan mudah dipahami. Dari masalah yang ada kemudian tentukan solusi yang mungkin cocok bagi masalah tersebut. Solusi dari masalah mungkin berjumlah lebih dari satu. Solusi tersebut nantinya dikembangkan lebih lanjut dalam tahap berikutnya.
- b. Membuat struktur hierarki yang diawali dengan tujuan utama. Setelah menyusun tujuan utama sebagai level teratas akan disusun level hirarki yang berada dibawahnya yaitu kriteria-kriteria yang cocok untuk menilai alternatif yang diberikan dan menentukan alternatif tersebut. Tiap criteria mempunyai intensitas yang berbeda-beda. Hirarki dilanjutkan dengan subkriteria (jika mungkin diperlukan).
- c. Membuat matrik perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau criteria yang setingkat di atasnya. Matriks yang digunakan bersifat sederhana, memiliki kedudukan kuat untuk kerangka konsistensi, mendapatkan informasi lain yang mungkin dibutuhkan dengan semua perbandingan yang mungkin dan mampu menganalisis kepekaan prioritas secara keseluruhan untuk perubahan pertimbangan. Pendekatan dengan matriks mencerminkan aspek ganda dalam prioritas yaitu mendominasi dan didominasi. Perbandingan dilakukan berdasarkan judgment dari pengambil keputusan dengan menilai tingkat kepentingan suatu elemen dibandingkan elemen lainnya. Untuk memulai proses perbandingan berpasangan dipilih sebuah criteria dari level paling atas hirarki misalnya K dan kemudian dari level di bawahnya diambil elemen yang akan dibandingkan misalnya A1, A2, A3, A4, A5, An.

Melakukan perbandingan berpasangan sehingga diperoleh jumlah penilaian seluruhnya sebanyak $n \times [(n-1)/2]$ buah, dengan n adalah banyaknya elemen kriteria yang dibandingkan. Hasil perbandingan dari masing-masing elemen berupa angka dari 1 sampai 9 yang mengartikan perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen. Apabila suatu elemen dalam matriks dibandingkan dengan dirinya sendiri maka hasil perbandingan diberi nilai.. Skala 9 telah terbukti dapat diterima dan bisa membedakan intensitas antar elemen. Hasil perbandingan tersebut diisikan pada sel yang bersesuaian dengan elemen yang dibandingkan. Skala perbandingan perbandingan berpasangan dan maknanya yang diperkenalkan oleh Saaty bisa dilihat di bawah ini:

Tabel 1. Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Intesistas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen satu lebih sedikit lebih penting dari pada elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting dari pada alemen yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting dari pada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting dari pada yang lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan-pertimbangan yang berdekatan

Perbandingan dilakukan berdasarkan kebijakan pembuat Keputusan dengan menilai tingkat kepentingan satu elemen terhadap elemen lainnya proses perbandingan berpasangan dimulai dari level hirarki paling atas yang ditunjukkan untuk memilih kriteria, misalnya saja A, kemudian diambil elemen yang akan dibandingkan misal A1, A2, A3, A3, A4, A5, A6, maka susunan tampilnya seperti berikut:

Tabel 2. Matriks Perbadingan Berpasangan

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
A1	1					
A2		1				
A3			1			
A4				1		
A5					1	
A6						1

Hampir sulit mengambil keputusan yang konsisten 100% ,karena dunia nyata memperhatikan masalah situasi dan kondisi yang terjadi lapangan.oleh karena itu bebarapa pakar mengatakan

jika konsistensi yang dapat dikurang atau sama-sama dengan 10% maka keputusan masih dianggap konsisten Pada kasus ini hubungan antara kriteria dengan alternatif dalam ahp dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Phone ring
2. Screenshot guard
3. Charger wireless
4. Led selfi
5. Handset
6. Gopro

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks Perbandingan Berpasangan Untuk Kriteria Hasil rekapitulasi data perbandingan berpasangan untuk masing-masing kriteria dengan 6 responden ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Rata-Rata Bobot Kinerja

Alternatif	R1	R2	R3	R4	R5	R6
Phone ring dengan screenshot guard	1	5	5	5	2	2
Phone ring dengan charger wireless	3	5	5	3	2	3
Phone ring dengan led selfi	5	5	1	1	4	3
Phone ring dengan handset	2	2	1	1	1	3
Phone ring dengan gopro	3	5	3	5	3	4
screenshot guard dengan Phone ring	1	5	3	1	3	2
screenshot guard dengan charger wireless	5	1	2	1	2	3
screenshot guard dengan led selfi	3	5	3	4	4	4
screenshot guard dengan handset	1	5	3	2	1	4
screenshot guard dengan gopro	3	5	3	5	3	5
charger wireless dengan phone ring	3	1	3	5	1	1
charger wireless dengan screenshot guard	5	3	5	3	1	3
charger wireless dgn led selfi	5	3	3	5	5	3
charger wireless handset	3	3	3	5	1	5
charger wireless dengan gopro	3	5	1	1	1	5
led selfi dengan phone ring	5	2	5	3	2	2
led selfi dengan screenshot guard	3	5	3	5	4	5
led selfi dengan charger wireless	3	5	5	5	1	5
led selfi dengan handset	5	5	3	5	3	5
led selfi dengan gopro	3	5	5	5	4	3

Alternatif	R1	R2	R3	R4	R5	R6
handset dengan phone ring	5	5	3	5	5	5
handset dengan screenshot guard	3	5	1	1	5	5
handset dengan charger wireless	3	3	2	1	5	5
handset dengan led selfi	5	3	5	1	5	3
handset dengan gopro	3	3	3	3	1	4
gopro dengan phone ring	1	5	3	5	4	3
gopro dengan screenshot guard	5	3	5	3	1	5
gopro dengan charger wireless	5	5	3	5	3	5
gopro dengan handset	3	3	5	5	5	4
gopro dengan gopro	3	3	3	3	3	3

Berdasarkan tabel diatas di dapat tabel supermatriks untuk 6 kriteria selanjutnya matriks perbandingan untuk kriteria yang disederhanakan ditunjukkan oleh tabel

Tabel 4. Perbandingan Berpasangan Untuk Kriteria

Kriteria	PR	SG	CW	LS	HS	GP
PR	1	1/2	1/5	1/5	1/2	1/2
SG	3/1	1	1/3	1/2	1/2	1/3
CW	1/3	1/3	1	1/5	1/3	1/3
LS	1/5	1/2	1/5	1	1/2	1/2
HS	1/3	1/5	1/5	1/3	1	1/5
GP	1/2	1/5	1/5	1/3	1/2	1

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah total pada kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan seperti pada tabel berikut ini ;

Tabel 5. Supermatriks Dari Kriteria

Kriteria	PR	SG	CW	LS	HS	GP
PR	1.00	0.50	0.33	0.33	0.33	0.50
SG	3.00	1.00	0.50	0.50	0.50	3.00
CW	0.33	0.33	1.00	0.50	0.33	0.33
LS	0.20	0.20	0.50	1.00	0.50	0.50
HS	0.33	0.20	0.20	0.33	1.00	0.20
GP	0.50	0.20	0.20	0.33	0.33	1.00
Σkolom	5.36	2.43	2.73	2.99	2.99	5.53

Tabel 6. Perbandingan untuk kriteria yang dinormalkan

Kriteria	PR	SG	CW	LS	HS	GP
PR	1.00	0.50	0.33	0.33	0.33	0.50
SG	3.00	1.00	0.50	0.50	0.50	3.00
CW	0.33	0.33	1.00	0.50	0.33	0.33
LS	0.20	0.20	0.50	1.00	0.50	0.50
HS	0.33	0.20	0.20	0.33	1.00	0.20
GP	0.50	0.20	0.20	0.33	0.33	1.00
Σkolom	5.36	2.43	2.73	2.99	2.99	5.53

Tabel 7. Penilaian nilai Eigen Vektor

Kriteria	PR	SG	CW	LS	HS	GP	\sum baris	Eigen Vektor
PR	0.18	0.20	0.21	0.10	0.11	0.09	0.89	0.14
SG	0.60	0.41	0.18	0.16	0.16	0.54	2.05	0.34
CW	0.06	0.76	0.36	0.16	0.11	0.05	1.5	0.25
LS	0.37	0.08	0.18	0.33	0.16	0.09	1.21	0.20
HS	0.06	0.08	0.07	0.11	0.33	0.03	0.98	0.16
GP	0.09	0.08	0.07	0.11	0.11	0.18	0.64	0.10

HIEARARCHY PROCESS (Studi Kasus : PT.Capella Dinamik Nusantara Takengon),” *MEDIA Inform. BUDIDARMA*, vol. 1, no. 1, Feb. 2017.

Tabel 8. Hasil dari Perangkingan

Kriteria	Presentasi	Rangking
Led Selfi	34%	1
Gopro	25%	2
Phone Ring	20%	3
Scean Guard	16%	4
Charger Wireless	14%	5
Handset	10%	6

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa metode AHP merupakan suatu metode penentuan perangkingan yang bisa dibidang cukup sederhana. Dalam urutan prioritas terbaik dipengaruhi oleh tipe preferensi yang digunakan. Dengan membandingkan kriteria menggunakan metode AHP maka didapat urutan kriteria terbaik dengan hasil yang objektif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa rekomendasi penjualan aksesoris handphone dari tertinggi sampai terendah adalah 1. *Led Selfie* (34%), 2. *Gopro* (25%), 3. *Phone Ring* (20%), 4. *Scean Guard* (16%), 5. *Charge Wireless* (14%) dan 6. *Handset* (10%).

REFERENSI

- [1] Marimin dan Maghfiroh, 2010 Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok, IPB Press
- [2] Mulyadi, 2007, Sistem Perancang dan Pengendalian Manajemen, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- [3] Pengantar Penggunaan AHP (Analytical Hierarchy Process) dalam Pengambilan Keputusan (2013). Tersedia: <http://mawardisyana.blogspot.co.id>
- [4] Mulyadi, 2007, Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- [5] Saaty, R.W., 1998, Decision Making in Complex Environments, Pittsburgh
- [6] M. Irfan, M. Mesran, D. Siregar, and S. Suginam, “RANCANGAN PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN TELEVISI BERLANGGANAN MENERAPKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS(AHP),” *MEDIA Inform. BUDIDARMA*, vol. 1, no. 2, Jun. 2017.
- [7] K. Safitri, F. T. Waruwu, and M. Mesran, “SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN KARYAWAN BERPRESTASI DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL