

Model Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Prestasi *Marketing Agent* Menggunakan Metode *Analitycal Hierarchy Process (AHP)*

Santiana Yulia ^{1*}, Ghofar Taufiq ², Yopi Handrianto ³

¹Sistem Informasi; Universitas Nusa Mandiri; Jl. Jatiwaringin Raya No.2 Jakarta Timur;(021)8462039;

email : shantianalubisyulia@gmail.com

^{2,3}Teknologi Komputer; Universitas Bina Sarana Informatika; Jl. Kramat Raya No. 98 Jakarta Pusat; (021)23231170; email : ghof4r@gmail.com, yopi.yph@bsi.ac.id

Abstrak: PT WOM Finance tbk adalah sebuah perusahaan bidang *financial* swasta yang berada di wilayah Jakarta Pusat yang selalu berupaya dalam peningkatan mutu internal dan eksternal secara berkelanjutan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan eksternal yang disebut *Marketing Agent*. Akan tetapi penilaian yang dilakukan pada PT WOM Finance tbk belum terdapatnya sebuah sistem yang menghasilkan penilaian, hal ini yang menjadikan perlunya sebuah sistem yang mampu mengelola data penilaian kinerja *marketing agent* dan menghasilkan ranking dari hasil perhitungan bobot nilai *Marketing Agent (MA)*. Dengan demikian, agar lebih akurat dalam melakukan penilaian *marketing agent*, perusahaan sebaiknya melakukan penilaian secara selektif terhadap *marketing agent*. Metode yang dipakai dalam sistem pendukung keputusan salah satunya adalah *Analytical Hierarchy Process (AHP)* yang dapat digunakan dalam pemecahan masalah yang bersifat subjektif dan dapat juga digunakan untuk memecahkan masalah dalam penilaian *marketing agent* berprestasi. Dengan hasil akhir yang didapat dengan menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* adalah mengetahui *Marketing Agent* pada PT WOM Finance tbk, dengan kriteria paling unggul adalah kandidat Ari Darmawan dengan presentase 52,27%.

Kata kunci: SPK, *Agen Marketing*, *AHP*

Abstract: *PT WOM Finance tbk is a private financial corporation located in Central Jakarta which always strives to continuously improve internal and external quality in order to compete with other companies. One effort that needs to be done is to conduct an assessment of the performance of an external employee called Marketing Agent. However, the assessment conducted on PT WOM Finance tbk not yet the existence of a system that resulted in assessment, this is what makes the need for a system capable of managing performance appraisal data marketing agent and generate rankings from the calculation of the value of Marketing Agent (MA). Thus, to be more accurate in the assessment of marketing agents, companies sebaiknya selective assessment of marketing agents. The method used in decision support system one of them is Analytical Hierarchy Process (AHP) which can be used in problem solving which is subjective and can also be used to solve the problem in the achievement of marketing agent achievement. With the final result obtained by using Analytical Hierarchy Process (AHP) method is to know Marketing Agent at PT WOM Finance tbk, with the most superior criterion is candidate Ari Darmawan with 52,27% percentage.*

Keywords: *DSS, Marketing Agent, AHP*

1. Pendahuluan

Pada setiap perusahaan baik yang bersifat negeri maupun swasta, terdapat kegiatan penilaian kinerja karyawan, serta penilaian yang rutin dilakukan setiap tahunnya. Karyawan merupakan aset penting dalam keberhasilan perusahaan (ButarButar, Nisfatul Hijjah, Hariyanto, & Tisno Atmojo, 2020). Pada hal ini penulis terfokus dalam hal penilaian kinerja karyawan eksternal perusahaan yang berprestasi yang terdapat pada perusahaan keuangan yang berada pada PT WOM Finance tbk yaitu kantor pusat yang terdapat di kemayoran.

Karyawan eksternal perusahaan yang dimaksud dalam konteks ini adalah karyawan tenaga *support* perusahaan yang disebut *Marketing Agent (MA)*.

PT WOM Finance tbk adalah sebuah perusahaan bidang *financial* swasta yang berada di wilayah Jakarta Pusat yang selalu berupaya dalam peningkatan mutu internal dan eksternal secara berkelanjutan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan eksternal yang disebut *Marketing Agent*. Akan tetapi penilaian yang dilakukan pada PT WOM Finance tbk belum terdapatnya sebuah sistem yang menghasilkan penilaian, hal ini yang menjadikan perlunya sebuah sistem yang mampu mengelola data penilaian kinerja *marketing agent* dan menghasilkan rangking dari hasil perhitungan bobot nilai *Marketing Agent (MA)*.

Dalam penelitian ini akan diangkat suatu kasus yaitu mencari solusi terbaik untuk membantu mengambil keputusan penilaian karyawan *marketing agent* pada PT WOM Finance tbk, dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Alasan penulis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* karena pada dasarnya metode tersebut merupakan salah satu metode dengan input utamanya adalah persepsi manusia. *Analytical Hierarchy Process (AHP)* memiliki banyak keunggulan dalam menjelaskan proses pengambilan, salah satunya adalah dapat digambarkan secara grafis sehingga mudah dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Dengan alasan diatas penulis mengangkat sebuah tema untuk penulisan skripsi ini dengan judul “Penilaian Prestasi *Marketing Agent* PT Wahana Ottomitra Multiarta (WOM) Finance tbk Sebagai Pendukung Keputusan Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*”.

2. Metode Penelitian

A. Tahapan Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai tahap-tahap yang ditempuh untuk mendapatkan metodologi penilaian yang merupakan suatu tahapan yang harus diterapkan agar penelitian dapat dilakukan dengan terarah dan memudahkan dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada. Adapun tahapan-tahapan penelitian ini adalah:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti menyiapkan materi yang berhubungan dengan topik penelitian yang berkaitan dengan penilaian *marketing agent* berprestasi dan sistem pendukung keputusan, menentukan latar belakang, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, ruang lingkup dan hipotesis yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data meliputi data struktur organisasi beserta tugas dan fungsinya dan menyebarkan kuisisioner kepada responden pada PT WOM Finance tbk. Hal ini dilakukan bersama dengan observasi dan perijinan untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga.

3. Tahap Analisis Data

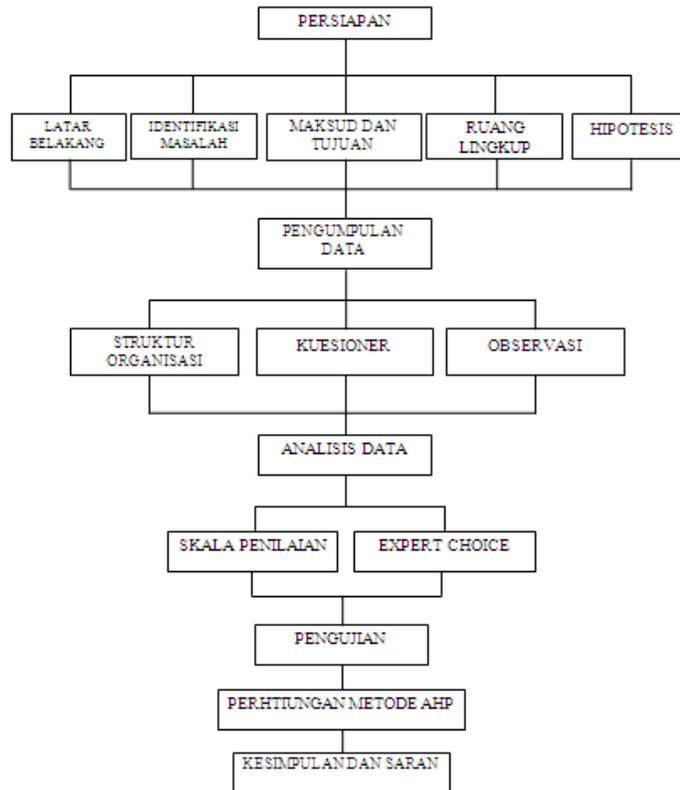
Berdasarkan data pengukuran skala penilaian hirarki dan data lainnya, dilakukan analisis dengan menggunakan bantuan *Software Expert Choice* untuk mengetahui kriteria *Marketing Agent (MA)* yang paling prioritas pada PT WOM Finance tbk.

4. Tahap Pengujian

Proses pengujian terdiri dari pemberi kuisisioner, melakukan perhitungan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan bantuan *Software Expert Choice*.

5. Tahap Kesimpulan dan Saran

Initiasi dari keseluruhan uraian, pembahasan analisis pada bab-bab sebelumnya, saran atau rekomendasi yang dianggap perlu untuk penititan.



Gambar 1 Tahapan Penelitian (Sumber: Hasil penelitian Penulis)

B. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar dari data yang ditetapkan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 metode dalam teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara lengkap pada PT WOM Finance tbk, dimana dalam pengumpulan data penulis sudah terlibat sepenuhnya.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada pihak-pihak yang terkait, yang dapat memberikan penjelasan mengenai penilaian marketing agent berprestasi pada PT WOM Finance tbk.

3. Kuesioner

Sedangkan yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu para pimpinan yang menentukan hasil dari kinerja Marketing Agent pada PT WOM Finance tbk.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2016). Sedangkan “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2016). PT WOM Finance tbk saat ini memiliki jumlah keseluruhan pegawai sebanyak ±1000 diseluruh cabang nasional. Pada divisi yang penulis jadikan objek observasi yaitu *Division Non Dealer Staff (NDS) Motorcycle* sendiri ada 13 orang dan peneliti memilih 5 orang yang sudah memasuki tahap mahir

sebagai responden untuk pengisian kuesioner dan 3 orang lagi sebagai alternative dipilih langsung oleh Kepala Divisi *NDS Motorcycle* sendiri.

Tabel 1: Data Responden (Sumber: Hasil penelitian Penulis)

No	Jabatan Responden	Jumlah
1	<i>NDS Motorcycle Division Head</i>	1
2	<i>NDS Motorcycle Dev. Dept Head</i>	1
3	<i>NDS Motorcycle Str & Dev. Section Head</i>	1
4	<i>NDS Retention Motorcycle Dev. Specialist</i>	1
5	<i>NDS Reporting & Analysis Dev. Specialist</i>	1
Total		5

D. Analytical Hierarchy Process (AHP)

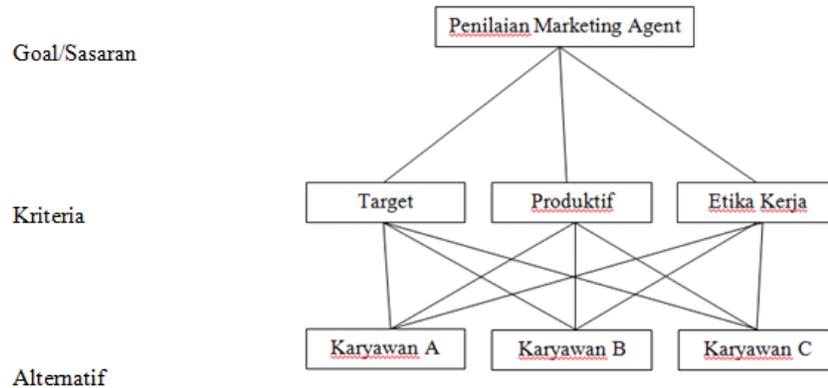
“Proses Hierarki Analitik (*Analytical Hierarchy Process – AHP*) yang dikembangkan oleh Dr. Thomas L. Saaty dari *Wharton School of Business* pada tahun 1970-an merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengorganisasikan informasi dan *judgement* dalam memilih alternatif yang disukai” (Syafitri & Herlawati, 2016). Dalam suatu model *AHP* menggunakan suatu input persepsi dari manusia yang dianggap sebagai pakar (*expert*). Kriteria dari seorang *expert* disini bukan berarti dia dianggap sebagai seseorang yang lebih jenius, pintar, bergelar dan sebagainya, tetapi *expert* disini adalah orang yang benar-benar mengerti tentang permasalahan yang diajukan, dan juga merasakan akibat suatu masalah ataupun orang yang mempunyai kepentingan dalam masalah tersebut, dan model ini juga dapat mengolah hal-hal yang kualitatif selain kuantitatif (Dianingrum & Suryanto, 2014).

AHP selain memiliki kelebihan dalam penentuan bobot dan hirarki, kelebihan *AHP* lainnya adalah berdasar pada matriks perbandingan pasangan dan melakukan analisis konsistensi (Juliyanti; Irawan, Mohammad Isa; Mukhlash, 2011). Dengan menggunakan *AHP*, permasalahan yang ada didekomposisi berdasarkan kriteria yang lebih spesifik menggunakan sistem hirarki, kemudian diolah sedemikian rupa sehingga menemukan alternatif solusi yang optimal. *AHP* mengurangi keputusan yang kompleks menjadi sebuah rangkaian satu-satu pada perbandingan yang kemudian memberikan hasil yang akurat (Palasara, 2017). Hasil dari perhitungan diperoleh nilai bobot kriteria sesuai ketentuan perhitungan *AHP* dengan nilai $CR \leq 0.1$ (Yusnaeni & Marlina, 2019). Prosedur ataupun langkah-langkah yang dilakukan dalam *AHP* meliputi mendefinisikan masalah (*decompositon*), menentukan prioritas elemen (*Comparative Judgement*), menentukan prioritas (*Synthesis ofPriority*) dan mengukur konsistensi (*Logical Consistency*) (Desyanti, 2016).

3. Hasil dan Pembahasan

A. Membuat struktur hirarki masalah

Pembuatan struktur hirarki digunakan untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan dengan menggambarkan permasalahan yang dihadapi kedalam struktur hirarki, dimulai dengan goal atau sasaran kemudian kriteria dan alternatif. Dalam pengambilan keputusan dengan menggambarkan permasalahan yang dihadapi adalah yang termasuk kedalam kriteria, diantaranya adalah kriteria target, produktif dan etika kerja. Adapun struktur hirarki yang menggambarkan permasalahan yang dihadapi dimulai dengan *goal* atau sasaran kemudian kriteria dan alternatif. Diantaranya sebagai berikut :



Gambar 2 Struktur Hirarki (Sumber: Hasil penelitian Penulis)

B. Perhitungan faktor pembobotan hirarki untuk kriteria pemilihan

Untuk mendapatkan keputusan penilaian secara keseluruhan, pertama melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *AHP* untuk menentukan bobot setiap kriteria.

1) Penilaian perbandingan Multi Partisipan

a. Perhitungan faktor pembobotan hirarki untuk kriteria pemilihan *Marketing Agent* berprestasi

Berikut ini adalah karyawan rekapitulasi hasil perhitungan matriks penilaian perbandingan berpasangan gabungan dari 3 koresponden. Maka matriks perbandingan hasil preferensi diatas adalah:

Tabel 2: Matriks Hasil Rekapitulasi Penilaian Perbandingan Berpasangan

Akumulasi Data Responden			
	Target	Produktif	Etika Kerja
Target	1	0.464	0.630
Produktif	2.154	1	2.289
Etika Kerja	1,587	0.437	1
Total	4.742	1.901	3.919

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai faktor *eigen* dihasilkan dari rata-rata bobot relatif untuk setiap baris. Hasilnya terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 3: Matriks Faktor Pembobotan Hirarki untuk Semua Kriteria yang dinormalkan

Normalisasi				SUM	Priority Vector	%
	Target	Produktif	Etika Kerja			
Target	0.211	0.244	0.161	0.616	0.205	20.53
Produktif	0.454	0.526	0.584	1.564	0.522	52.15
Etika Kerja	0.335	0.230	0.255	0.59	0.273	27.32
Total	1	1	1	3	1	100

Selanjutnya, nilai faktor *eigen* dikalikan dengan matriks semula, menghasilkan nilai untuk tiap baris, yang selanjutnya setiap nilai dibagi kembali dengan nilai vector yang bersangkutan. Nilai rata-rata dari hasil pembagian ini merupakan *participal eigen value* maksimum.

Tabel 4: Matriks Hasil Nilai Pembangkit Random

Nilai Pembangkit Random (R.I)										
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Karena $CR < 0,100$ berarti *preferensi responden* adalah konsisten. Dari hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan bahwa kriteria produktif merupakan kriteria yang paling penting dalam pemilihan keinerja karyawan menjadi prioritas ke-1 dengan nilai bobot 52,15%, berikutnya kriteria etika kerja menjadi prioritas ke-2 dengan nilai bobot 27,32%, kemudian kriteria target menjadi prioritas ke-3 dengan nilai bobot 20,53%.

b. Perhitungan faktor evaluasi untuk kriteria target

Perbandingan berpasangan untuk kriteria target pada 3 alternatif sehingga diperoleh hasil preferensi rata-rata dari 3 responden secara acak dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Tabel 5: Matriks Faktor Evaluasi Kriteria Target

Akumulasi Data Responden			
K/T	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C
Karyawan A	1	0.531	0.550
Karyawan B	1.882	1	1.442
Karyawan C	1.817	0.693	1
Total	4.699	2.224	2.992

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai faktor *eigen* dihasilkan dari rata-rata bobot relatif untuk setiap baris. Hasilnya terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 6: Matriks Faktor Evaluasi Untuk Kriteria Target Yang Dinormalkan

Akumulasi Data Responden				SUM	Priority Vector	%
K/T	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C			
Karyawan A	0.213	0.239	0.184	0.636	0.212	21.18
Karyawan B	0.401	0.450	0.482	1.333	0.444	44.4
Karyawan C	0.387	0.312	0.334	1.033	0.344	34.42
Total	1	1	1	3	1	100

Selanjutnya, nilai faktor *eigen* dikalikan dengan matriks semula menghasilkan nilai untuk tiap baris, yang selanjutnya setiap nilai dibagi kembali dengan nilai vector yang bersangkutan. Nilai rata-rata dari hasil pembagian ini merupakan *participal eigen value* maksimum (λ_{max}).

Tabel 7: Matriks Nilai Pembangkit Random Kriteria Target

Nilai Pembangkit Random (R.I)										
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Karena $CR < 0,100$ berarti *preferensi responden* adalah konsisten. Dari hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh urutan prioritas untuk kriteria target dengan kandidat karyawan B menjadi prioritas ke-1 dengan nilai bobot 44,40%, berikutnya kandidat karyawan C menjadi prioritas ke-2 dengan nilai bobot 34,42%, kemudian kandidat karyawan C menjadi prioritas ke-3 dengan nilai bobot 21,18%.

c. Perhitungan faktor evaluasi untuk kriteria produkti

Perbandingan berpasangan untuk kriteria Target pada 3 alternatif sehingga diperoleh hasil preferensi rata-rata dari 3 responden secara acak dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Tabel I.7. Matriks Faktor Evaluasi Kriteria Produktif

Akumulasi Data Responden			
K/P	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C
Karyawan A	1	0.203	0.721
Karyawan B	4.932	1	4.932
Karyawan C	1.387	0.203	1
Total	7.319	1.405	6.654

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai faktor *egien* dihasilkan dari rata-rata bobot relatif untuk setiap baris. Hasilnya terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 9: Matriks Faktor Evaluasi Untuk Kriteria Produktif Yang Dinormalkan

Akumulasi Data Responden				SUM	Priority Vector	%
K/P	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C			
Karyawan A	0.137	0.144	0.108	0.389	0.130	12.98
Karyawan B	0.674	0.712	0.741	2.127	0.709	70.89
Karyawan C	0.189	0.144	0.150	0.484	0.161	16.13
Total	1	1	1	3	1	100

Selanjutnya, nilai faktor eigen dikalikan dengan matriks semula, menghasilkan nilai untuk tiap baris, yang selanjutnya setiap nilai dibagi kembali dengan nilai vector yang bersangkutan. Nilai rata-rata dari hasil pembagian ini merupakan *participal eigen value* maksimum.

Tabel 10: Matriks Nilai Pembangkit Random Kriteria Produktif

Nilai Pembangkit Random (R.I)										
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Karena $CR < 0,100$ berarti *preferensi responden* adalah konsisten. Dari hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh urutan prioritas untuk kriteria Produktif dengan kandidat karyawan B menjadi prioritas ke-1 dengan nilai bobot 70,89%, berikutnya kandidat karyawan C menjadi prioritas ke-2 dengan nilai bobot 16,13%, kemudian kandidat karyawan A menjadi prioritas ke-3 dengan nilai bobot 12,98%.

d. Perhitungan faktor evaluasi untuk kriteria etika kerja

Perbandingan berpasangan untuk kriteria Target pada 3 alternatif sehingga diperoleh hasil preferensi rata-rata dari 3 responden secara acak dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Tabel 11: Matriks Faktor Evaluasi Kriteria Target

Akumulasi Data Responden			
K/E	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C
Karyawan A	1	2.125	1.145
Karyawan B	0.471	1	0.737
Karyawan C	0.874	1.357	1
Total	2.344	4.483	2.882

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai faktor *eigen* dihasilkan dari rata-rata bobot relatif untuk setiap baris. Hasilnya terdapat pada tabel berikut ini.

Tabel 12: Matriks Faktor Evaluasi Kriteria Etika Kerja yang Dinormalkan

Akumulasi Data Responden				SUM	Priority Vector	%
K/E	Karyawan A	Karyawan B	Karyawan C			
Karyawan A	0.427	0.474	0.397	1.298	0.433	43.27
Karyawan B	0.201	0.223	0.256	0.680	0.227	22.65
Karyawan C	0.373	0.303	0.347	1.022	0.341	34.08
Total	1	1	1	3	1	100

Selanjutnya, nilai faktor *eigen* dikalikan dengan matriks semula menghasilkan nilai untuk tiap baris, yang selanjutnya setiap nilai dibagi kembali dengan nilai *vector* yang bersangkutan. Nilai rata-rata dari hasil pembagian ini merupakan *participal eigen value* maksimum.

Tabel 13: Matriks Nilai Pembangkit Random Kriteria Etika Kerja

Nilai Pembangkit Random (R.I)										
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Karena $CR < 0,100$ berarti *preferensi responden* adalah konsisten. Dari hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh urutan prioritas untuk kriteria etika kerja dengan kandidat karyawan A menjadi prioritas ke-1 dengan nilai bobot 43,27%, berikutnya kandidat karyawan C menjadi prioritas ke-2 dengan nilai bobot 34,08%, kemudian kandidat Karyawan B menjadi prioritas ke-3 dengan nilai bobot 22,65%.

2) Hasil penelitian Akhir AHP (*Analitycal Hierarchy Process*)

Perbandingan berpasangan antar kriteria dan perbandingan faktor antar alternatif akan dikalikan dengan setiap pembobotan perbandingan berpasangan antar kriteria dan perbandingan faktor antar alternatif Penilaian *Marketing Agent* sesuai dengan kriterianya.

Tabel 14: Hasil Penilaian Akhir AHP (*Analitycal Hierarchy Process*)

Alternatif	Kriteria	Bobot Perbandingan Faktor Antar Kriteria	Bobot Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif	Agregate
Karyawan A	Target	0.205	0.212	0.043
	Produktif	0.522	0.130	0.068
	Etika Kerja	0.273	0.433	0.118

Karyawan B	Target	0.205	0.444	0.091
	Produktif	0.522	0.709	0.370
	Etika Kerja	0.273	0.227	0.062
Karyawan C	Target	0.205	0.344	0.072
	Produktif	0.522	0.161	0.084
	Etika Kerja	0.273	0.341	0.093

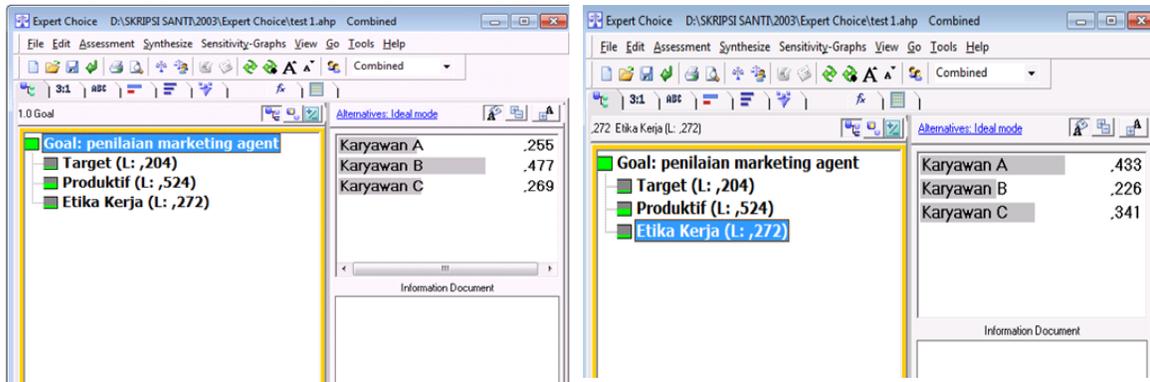
Berikut ini adalah hasil perhitungan pengolahan data akhir *AHP* (*Analitycal Hierarchy Process*).

Tabel 15: Hasil Perhitungan Pengolahan Akhir *AHP* (*Analitycal Hierarchy Process*)

Hasil Pengolahan Data AHP					
Goal	Target	Produktif	Etika Kerja	Total	Rangking
Bobot	0.205	0.522	0.273	100%	
Karyawan A	0.043484	0.067668	0.118216	23%	Ke 3
Karyawan B	0.091134	0.369703	0.061887	52%	Ke 1
Karyawan C	0.070646	0.084139	0.093124	25%	Ke 2
				100%	

C. Hasil Implementasi Dengan Software Expert Choice 11

- 1) Hasil data-data kuesioner diinput dengan menggunakan *software expert choice 11* yang hasilnya dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

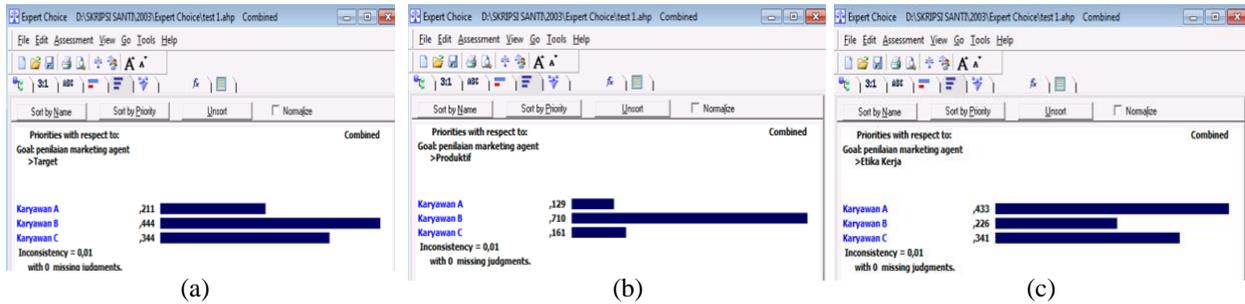


(a)

(b)

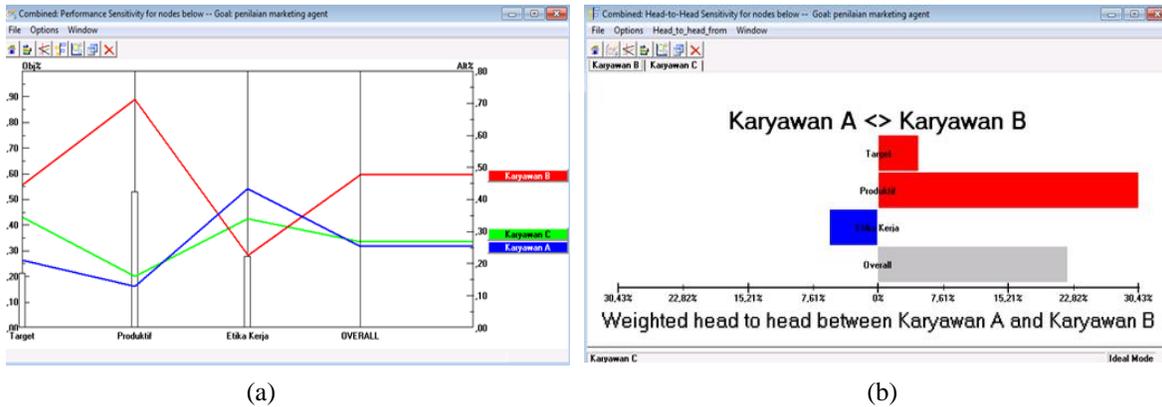
Gambar 3 Hasil Inputan Data Responden Penilaian *Marketing Agent*

2) Kemudian untuk *Inconsistency Ratio* pada expert choice dapat dilihat pada gambar berikut :



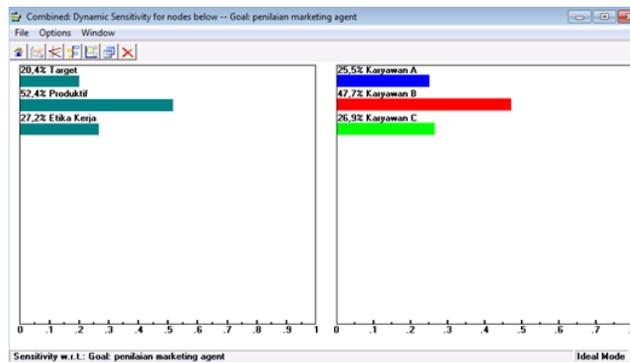
Gambar 4. *Inconsistency Ratio* Masing-masing Kriteria

3) Untuk melihat urutan prioritas penilaian *Marketing Agent* terbaik menggunakan *expert choice II* dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 5 Grafik *Performance* dan *Gradient* Alternatif

4) Untuk grafik *Dynamic* dapat ditampilkan dengan gambar berikut :



Gambar 6 Grafik *Dynamic*

Berdasarkan pada data diatas dapat dijelaskan bahwa kriteria produktif yang paling penting bagi responden untuk penilaian *Marketing Agent* yakni sebesar 52,4%, kemudian kriteria etika kerja sebesar 27,2% dan untuk kriteria Target sebesar 20,4%. Selanjutnya urutan prioritas kandidat yang pertama adalah Ari Darmawan sebesar 47,7%, Rida sebesar 26,9% dan Yosep sebesar 25,5%.

4. Kesimpulan

Setelah melalui tahapan penilaian, peneliti melakukan pengolahan data, penulis mendapatkan kesimpulan mengenai penilaian *Marketing Agent* dengan 3 kandidat pada PT WOM Finance. Kesimpulan yang telah didapatkan penulis adalah sebagai berikut:

1. Kriteria yang diberikan peneliti sangat berpengaruh terhadap keputusan untuk memilih penilaian *Marketing Agent* terbaik, hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan data yang diperoleh penulis, yaitu kriteria target dengan presentase 20,53%, kriteria produktif dengan presentase 52,15% dan kriteria etika kerja dengan presentase 27,32%.
2. Hasil penelitian cukup membantu pimpinan untuk menentukan penilaian *Marketing Agent* dengan kriteria terbaik. Dari kriteria yang dipilih terlihat bahwa hasil perhitungan untuk urutan alternatif yang paling unggul adalah kandidat Ari Darmawan dengan presentase 52,27%, kemudian kandidat Rida dengan presentase 24,79% dan kandidat Yosep dengan presentase 22,94%.
3. Metode *AHP* merupakan metode yang paling cocok digunakan untuk mengambil sebuah keputusan didalam sebuah penilaian, tidak hanya penilaian kinerja karyawan saja namun untuk penilaian yang lain.

Daftar Referensi

- ButarButar, B., Nisfatul Hijjah, D., Hariyanto, M., & Tisno Atmojo, W. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Rekrutmen Karyawan Menggunakan Metode Weighted Product (WP) Pada PT. Quantex Tangerang. *Jurnal Inovasi Informatika*, 5(2), 121–131. <https://doi.org/10.51170/jii.v5i2.89>
- Desyanti, D. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Teladan Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process (Ahp). *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.35314/isi.v1i1.127>
- Dianingrum, M., & Suryanto, A. (2014). Penentuan Status Gizi Balita Berbasis Android Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (Determination of Nutritional Status of Children Using Android Based Analytical Hierarchy Process. *Juita*, III(1), 11–17. Retrieved from <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JUITA/article/view/843>
- Juliyanti; Irawan, Mohammad Isa; Mukhlash, I. (2011). Pemilihan Guru Berprestasi Menggunakan Metode Ahp Dan Topsis. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Pendidikan dan Penerapan MIPA Fakultas MIPA Universitas Negeri Yogyakarta* (pp. 63–68). Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/7124>
- Palasara, N. (2017). Sistem Pengambilan Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process. *Bina Insani ICT Journal*, 4(1), 63. Retrieved from <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/802>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta Bandung.
- Syafitri, L., & Herlawati, H. (2016). Penilaian Kualitas Pelayanan Digital Lounge Menggunakan Metode Servqual dan Analytical Hierarchy Process. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 234386. Retrieved from <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/800/644>
- Yusnaeni, W., & Marlina, M. (2019). Peningkatan Penilaian Kinerja Karyawan Melalui Metode Ahp Dan Vikor. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 15(2), 203–210. <https://doi.org/10.33480/pilar.v15i2.715>