

PEMILIHAN PRIORITAS BERDASARKAN KEINGINAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS PADA TRAVEL PT "X"

Nil Edwin Maitimu

Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pattimura, Ambon

ABSTRAK

Dalam penulisan ini membahas bagaimana melakukan suatu kebijakan pihak travel terhadap penilaian keinginan konsumen dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). AHP merupakan metode untuk memperoleh solusi terbaik dari beberapa alternatif solusi yang ada dengan memanfaatkan perbandingan menurut pasangan (pairwise comparison) sebagai dasar dalam menetapkan pilihan prioritas. Dengan prinsip dekomposisi (decomposition) maka persoalan yang utuh akan dipecah menjadi unsur-unsur persoalan yang lebih sederhana sehingga menjadi lebih terstruktur. Kemudian dilakukan studi komparatif (comparative judgement) yaitu nilai kepentingan relatif dari dua komponen pada tingkat tertentu yang berkaitan dengan elemen tingkat pada level di atasnya. Langkah berikutnya dengan menentukan prioritas (priority judgement) melalui matriks pairwise comparison, sehingga dapat ditentukan nilai eigenvectornya. Dengan metode ini pimpinan/manager travel akan terbantu dalam menetapkan prioritas yang tepat untuk melakukan assesment atau penilaian hasil sesuai dengan keinginan dari konsumen.

Kata kunci : Analytical Hierarchy Process.

ABSTRACT

In this study discusses how to conduct a company policy on travel about assessment of consumer desire by using the method of Analytical Hierarchy Process (AHP).. AHP is a method to obtain the best solution from several alternative solution by utilizing the comparison by pairs (pairwise comparison) as the basis in determining the choice of priorities. With the principle of decomposition then the whole issue will be split into elements of the simpler problems to become more structured. Then performed a comparative study that is the value of the relative importance of the two components at a certain rate elements associated with the level on the level above. The next step to determine the priority through pairwise comparison matrix, which can be determined value of eigenvector. With this method, the director or manager of the travel will be helpful in setting appropriate priorities for assessment or assessment results in accordance with the wishes of consumers.

Keywords: Analytical Hierarchy Process

PENDAHULUAN

Travel merupakan salah satu biro perjalanan yang menyediakan jasa penjualan tiket bagi pelanggan. Namun munculnya banyak travel dengan berbagai macam keunggulan dan variasi layanan membuat pelanggan dituntut untuk menentukan pilihan, travel mana yang akan dipilih. Selain itu, mutu layanan merupakan faktor penting yang dapat membentuk kepercayaan pelanggan kepada travel, sehingga tercipta loyalitas mereka. Penentuan prioritas perbaikan kinerja layanan suatu perusahaan adalah sangat penting bagi manajer, guna mengevaluasi dan perencanaan masa depan. Beberapa jenis informasi yang digunakan dalam pengendalian perusahaan disiapkan dalam rangka menjamin bahwa pekerjaan yang dilakukan telah dilakukan secara efektif dan efisien. Dengan demikian dalam masa proses pertumbuhan perusahaan travel perlu selalu diukur kinerjanya melalui : Informasi formal dan nonformal, Informasi pengendalian tugas, Laporan anggaran dan laporan nonfinansial, Laporan penggunaan dan pengendalian biaya, Laporan kinerja pegawai dan sebagainya. Travel PT. X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penjualan tiket dan juga sebagai biro perjalanan wisata. Dalam rangka pencapaian standar kualitas, target serta peningkatan kinerja layanannya, maka perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang turut mempengaruhi karakteristik kualitas jasa pelayanan, sehingga kinerjanya dapat dikontrol sehingga mampu memenangkan persaingan.

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel merupakan objek penelitian atau yang menjadi titik perhatian dalam penelitian. Variabel mengandung pengertian ukuran atau ciri yang dimiliki anggota – anggota suatu kelompok yang berbeda dengan yang dimiliki oleh kelompok lain (Soekidjo Notoatmojo, 2002).

Adapun variabel yang digunakan adalah :

Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel penelitian (Soekidjo Notoatmodjo, 2002).

Variabel bebas pada penelitian ini adalah menentukan prioritas perbaikan kinerja layanan

Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh (Soekidjo Notoatmodjo, 2002). Variabel terikat pada penelitian ini adalah beberapa kriteria yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan kinerja, yaitu : Harga (*Price*), Waktu (*Time*), Pelayanan (*Service*), Penambahan Karyawan (*By Adding Employee*), Pembukaan cabang baru (*The New Hunting Opening*)

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Tahapan dalam metode AHP yaitu dengan menentukan tujuan yang ingin dicapai, menetapkan kriteria-kriteria dalam penilaian dan menetapkan alternatif-alternatif dalam memberikan sistem perbaikan kinerja. Menentukan Tujuan, Kriteria dan Alternatif keputusan dengan merancang diagram terstruktur .

Beberapa kriteria yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan kinerja adalah : harga, waktu, pelayanan, penambahan karyawan, dan pembukaan cabang baru pada PT. Pedoman Pratama Travel.

Kriteria – kriteria tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Harga(*Price*)
 Harga merupakan kriteria yang penting karena konsumen akan memilih harga tiket yang relatif murah dan terjangkau untuk dibeli. Karena banyaknya harga tiket yang bervariasi di sekitar banyak perusahaan *competitor* yang ada, maka pihak perusahaan harus menetapkan harga sedemikian rupa, sehingga dapat menarik minat dari konsumen sebagai pengguna jasa tiket. Keputusan *pricing* harus konsisten dengan kualitas jasa yang diberikan.
2. Waktu(*Time*)
 Masalah waktu sangat penting. Waktu dalam hal ini, yaitu waktu dalam melayani konsumen ketika membeli tiket. Sesuai dengan visi dan misi Pihak Perusahaan, yaitu lebih mengutamakan ketepatan dan kecepatan dalam melayani konsumen, maka kriteria ini harus diperhatikan.
3. Pelayanan(*Service*)
 Kriteria pelayanan merupakan hal penting karena berhubungan dengan citra dari perusahaan. Seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan itu sendiri. Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka orang – orang yang berfungsi sebagai *service provider* sangat berpengaruh terhadap kualitas jasa layanan yang diberikan.
4. Penambahan Karyawan(*By Adding Employee*)
 Masalah penambahan karyawan juga merupakan kriteria yang penting dalam menunjang proses pelayanan kepada konsumen. Seringkali terjadi waktu tunggu atau mengantri dalam membeli tiket. Oleh karena itu, sebaiknya pihak perusahaan harus menambah jumlah karyawan untuk mengantisipasi ketidakseimbangan antara jumlah konsumen dan karyawan. Perusahaan harus memperhatikan beberapa kriteria dalam proses pemilihan karyawan, misalnya dari segi intelegensi, kepribadian, fisik, teknis, manajerial.
5. Pembukaan Cabang Baru(*The New Hunting Opening*)
 Dengan adanya pembukaan cabang baru, maka aktifitas pelayanan tidak terpusat hanya pada satu lokasi saja, tetapi juga pelayanan dapat dilakukan di tempat lain. Dengan adanya pembukaan cabang baru, maka konsumen akan lebih mudah dan cepat dalam membeli tiket dan memudahkan *connecting* antar perusahaan dan anak cabang.

Metode AHP memiliki tiga prinsip dasar, yaitu (Saaty, 1994):

1. Dekomposisi (*Decomposition*)

Setelah persoalan didefinisikan, maka perlu dilakukan *decomposition*, yaitu memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Jika ingin mendapatkan hasil yang akurat, maka pemecahan terhadap unsur-unsurnya dilakukan hingga tidak memungkinkan dilakukan pemecahan lebih lanjut. Pemecahan tersebut akan menghasilkan beberapa tingkatan dari suatu persoalan. Oleh karena itu, proses analisis ini dinamakan hierarki (*hierachy*).

2. Penentuan Komparasi (*Comparative Judgment*)

Prinsip ini membuat penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu yang berkaitan dengan tingkat di atasnya. Penilaian ini merupakan inti dari AHP karena berpengaruh

terhadap prioritas elemen-elemen dalam kriteria dimaksud. Hasil penilaian ini tampak lebih baik bila disajikan dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*).

3. Sintesis Prioritas (*Synthesis of Priority*)

Dari setiap matriks *pairwise comparison* dapat ditentukan nilai *eigenvector* untuk mendapatkan prioritas daerah (*local priority*). Oleh karena matriks *pairwise comparison* terdapat pada setiap tingkat, maka *global priority* dapat diperoleh dengan melakukan sintesa di antara prioritas daerah. Prosedur melakukan sintesa berbeda menurut hierarki. Pengurutan elemen-elemen menurut kepentingan relatif melalui prosedur sintesa dinamakan *priority setting*.

Untuk memperoleh tingkat kepentingan relatif maka disusunlah matrik kriteria atau yang disebut dengan matriks *pair wise comparison*, misalnya matriks A. Angka di dalam baris ke-*i* dan kolom ke-*j* merupakan *relative importance* A_i dibandingkan dengan A_j . Digunakan skala 1-9 yang diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. $a_{ij} = 1$ jika kedua kriteria **sama** pentingnya
- b. $a_{ij} = 3$ jika O_i **sedikit lebih** penting dibandingkan O_j
- c. $a_{ij} = 5$ jika O_i **lebih** penting dibandingkan dengan O_j
- d. $a_{ij} = 7$ jika O_i **sangat lebih** penting dibandingkan O_j
- e. $a_{ij} = 9$ jika O_i **mutlak lebih** penting dibandingkan O_j .
- f. $a_{ij} = 2$ jika O_i antara **sama** dan **sedikit lebih** penting dibandingkan O_j .
- g. $a_{ij} = 4$ jika O_i antara **sedikit lebih** dan **lebih** penting dibandingkan O_j .
- h. $a_{ij} = 6$ jika O_i antara **lebih** dan **sangat lebih** penting dibandingkan O_j .
- i. $a_{ij} = 8$ jika O_i antara **sangat lebih** dan **mutlak lebih** penting dibandingkan O_j .
- j. $a_{ij} = 1/1$ jika O_j antara **sama** penting dibandingkan O_i .
- k. $a_{ij} = 1/3$ jika O_j **sedikit lebih** penting dibandingkan O_i ,
- l. $a_{ij} = 1/5$ jika O_j **lebih** penting dibandingkan O_i ,
- m. $a_{ij} = 1/7$ jika O_j **sangat lebih** penting dibandingkan O_i ,
- n. $a_{ij} = 1/9$ jika O_j **mutlak** penting dibandingkan O_i ,
- o. $a_{ij} = 1/2$ jika O_j antara **sama** dan **sedikit lebih** penting dibandingkan O_i .
- p. $a_{ij} = 1/4$ jika O_j antara **sedikit lebih** dan **lebih** penting dibandingkan O_i .
- q. $a_{ij} = 1/6$ jika O_j antara **lebih** dan **sangat lebih** penting dibandingkan O_i .
- r. $a_{ij} = 1/8$ jika O_j antara **sangat lebih** dan **mutlak lebih** penting dibandingkan O_i .

Matriks Pairwise Comparison Kriteria Penilaian Dalam Pecahan :

	Price	Time	Service	By Adding Employee	New Hunting
Price	1/1	1/5	5/1	3/1	1/6
Time	5/1	1/1	7/1	1/5	4/1
Service	1/5	1/7	1/1	3/1	3/1
By Adding employee	1/3	5/1	1/3	1/1	1/6
New Hunting	6/1	1/4	1/3	6/1	1/1

Matriks Pairwise Comparison Kriteria Penilaian Dalam Desimal :

	Price	Time	Service	By Adding Employee	New Hunting
Price	1,00	0,20	5,00	3,00	0,16
Time	5,00	1,00	7,00	0,20	4,00
Service	0,20	0,14	1,00	3,00	3,00
By Adding employee	0,33	5,00	0,33	1,00	0,16
New Hunting	6,00	0,25	0,33	6,00	1,00

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

a. Mengkuadratkan Matriks Pairwise

1,00 0,20 5,00 3,00 0,16
 5,00 1,00 7,00 0,20 4,00
 0,20 0,14 1,00 3,00 3,00
 0,33 5,00 0,33 1,00 0,16
 6,00 0,25 0,33 6,00 1,00

$$A(1,1) = (1,00 \times 1,00) + (0,20 \times 5,00) + (5,00 \times 0,20) + (3,00 \times 0,33) + (0,16 \times 6,00) = 4,95$$

$$A(1,2) = (1,00 \times 0,20) + (0,20 \times 1,00) + (5,00 \times 0,14) + (3,00 \times 5,00) + (0,16 \times 0,25) = 16,14$$

$$A(1,3) = (1,00 \times 5,00) + (0,20 \times 7,00) + (5,00 \times 1,00) + (3,00 \times 0,33) + (0,16 \times 0,33) = 12,4428$$

$$A(1,4) = (1,00 \times 3,00) + (0,20 \times 0,20) + (5,00 \times 3,00) + (3,00 \times 1,00) + (0,16 \times 6,00) = 22$$

$$A(1,5) = (1,00 \times 0,16) + (0,20 \times 4,00) + (5,00 \times 3,00) + (3,00 \times 0,16) + (0,16 \times 1,00) = 16,6$$

$$A(2,1) = (5,00 \times 1,00) + (1,00 \times 5,00) + (7,00 \times 0,20) + (0,20 \times 0,33) + (4,00 \times 6,00) = 35,466$$

$$A(2,2) = (5,00 \times 0,20) + (1,00 \times 1,00) + (7,00 \times 0,14) + (0,20 \times 5,00) + (4,00 \times 0,25) = 4,98$$

$$A(2,3) = (5,00 \times 5,00) + (1,00 \times 7,00) + (7,00 \times 1,00) + (0,20 \times 0,33) + (4,00 \times 0,33) = 40,386$$

$$A(2,4) = (5,00 \times 3,00) + (1,00 \times 0,20) + (7,00 \times 3,00) + (0,20 \times 1,00) + (4,00 \times 6,00) = 60,4$$

$$A(2,5) = (5,00 \times 0,16) + (1,00 \times 4,00) + (7,00 \times 3,00) + (0,20 \times 0,16) + (4,00 \times 1,00) = 29,832$$

$$A(3,1) = (0,20 \times 1,00) + (0,14 \times 5,00) + (1,00 \times 0,20) + (3,00 \times 0,33) + (3,00 \times 6,00) = 20,09$$

$$A(3,2) = (0,20 \times 0,20) + (0,14 \times 1,00) + (1,00 \times 0,14) + (3,00 \times 5,00) + (3,00 \times 0,25) = 16,07$$

$$A(3,3) = (0,20 \times 5,00) + (0,14 \times 7,00) + (1,00 \times 1,00) + (3,00 \times 0,33) + (3,00 \times 0,33) = 4,96$$

$$A(3,4) = (0,20 \times 3,00) + (0,14 \times 0,20) + (1,00 \times 3,00) + (3,00 \times 1,00) + (3,00 \times 6,00) = 24,628$$

$$A(3,5) = (0,20 \times 0,16) + (0,14 \times 4,00) + (1,00 \times 3,00) + (3,00 \times 0,16) + (3,00 \times 1,00) = 7,072$$

$$A(4,1) = (0,33 \times 1,00) + (5,00 \times 5,00) + (0,33 \times 0,20) + (1,00 \times 0,33) + (0,16 \times 6,00) = 26,686$$

$$A(4,2) = (0,33 \times 0,20) + (5,00 \times 1,00) + (0,33 \times 0,14) + (1,00 \times 5,00) + (0,16 \times 0,25) = 10,1522$$

$$A(4,3) = (0,33 \times 5,00) + (5,00 \times 7,00) + (0,33 \times 1,00) + (1,00 \times 0,33) + (0,16 \times 0,33) = 37,3628$$

$$A(4,4) = (0,33 \times 3,00) + (5,00 \times 0,20) + (0,33 \times 3,00) + (1,00 \times 1,00) + (0,16 \times 6,00) = 4,94$$

$$A(4,5) = (0,33 \times 0,16) + (5,00 \times 4,00) + (0,33 \times 3,00) + (1,00 \times 0,16) + (0,16 \times 1,00) = 21,3628$$

$$A(5,1) = (6,00 \times 1,00) + (0,25 \times 5,00) + (0,33 \times 0,20) + (6,00 \times 0,33) + (1,00 \times 6,00) = 15,296$$

$$A(5,2) = (6,00 \times 0,20) + (0,25 \times 1,00) + (0,33 \times 0,14) + (6,00 \times 5,00) + (1,00 \times 0,25) = 31,7462$$

$$A(5,3) = (6,00 \times 5,00) + (0,25 \times 7,00) + (0,33 \times 1,00) + (6,00 \times 0,33) + (1,00 \times 0,33) = 34,39$$

$$A(5,4) = (6,00 \times 3,00) + (0,25 \times 0,20) + (0,33 \times 3,00) + (6,00 \times 1,00) + (1,00 \times 6,00) = 31,04$$

$$A(5,5) = (6,00 \times 0,16) + (0,25 \times 4,00) + (0,33 \times 3,00) + (6,00 \times 0,16) + (1,00 \times 1,00) = 4,91$$

b. Mencar nilai Eigenvector :

$$4,9500 + 16,1400 + 12,4428 + 22,0000 + 16,6000 = 72,1328 = 0,1352$$

$$35,4660 + 4,9800 + 40,3860 + 60,4000 + 29,8320 = 171,0640 = 0,3204$$

$$20,0900 + 16,0700 + 4,9600 + 24,6280 + 7,0720 = 72,8200 = 0,1364$$

$$26,6860 + 10,1522 + 37,3628 + 4,9400 + 21,3628 = 100,5038 = 0,1882$$

$$15,2960 + 31,7462 + 34,3900 + 31,0400 + 4,9100 = 117,3822 = 0,2198$$

$$\text{Total} = 1,0000$$

Sehingga Peringkat Kriteria Berdasarkan nilai Eigenvector adalah :

Kriteria Time sebesar 0,3204 merupakan kriteria Terpenting Pertama

Kriteria New Hunting sebesar 0,2198 merupakan kriteria Terpenting Kedua

Kriteria By Adding employee sebesar 0,1882 merupakan kriteria Terpenting Ketiga

Kriteria Service sebesar 1364 merupakan kriteria Terpenting Keempat

Kriteria Price sebesar 0,1352 merupakan kriteria Terpenting Kelima

c. Membuat peringkat alternatif dari matrik pairwise masing-masing alternative dengan menentukan eigenvector masing-masing alternative.

Kriteria Price

	Murah	Terjangkau
Murah	1	4
Terjangkau	0,25	1

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

$$1,00 \quad 4,00$$

$$0,25 \quad 1,00$$

Hasil Kuadrat Matriks Pairwise Price

$$A(1,1) = (1,00 \times 1,00) + (4,00 \times 0,25) = 2$$

$$A(1,2) = (1,00 \times 4,00) + (4,00 \times 1,00) = 8$$

$$A(2,1) = (0,25 \times 1,00) + (1,00 \times 0,25) = 0,5$$

$$A(2,2) = (0,25 \times 4,00) + (1,00 \times 1,00) = 2$$

Nilai Eigenvector :

$$\begin{aligned} \text{Murah} & 2,00 + 8,00 = 10,00 = 0,80 \\ \text{Terjangkau} & 0,50 + 2,00 = 2,50 = 0,20 \end{aligned}$$

Sehingga Peringkat Kriteria Price Berdasarkan Nilai Eigenvector :

Murah 0,80 merupakan kriteria terpenting Pertama
Terjangkau 0,20 merupakan kriteria terpenting Kedua

Kriteria Time		
	Ketepatan	Kecepatan
Ketepatan	1	1
Kecepatan	1	1

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

1,00	1,00
1,00	1,00

Hasil Kuadrat Matriks Pairwise Time

$$\begin{aligned} A(1,1) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) = 2,00 \\ A(1,2) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) = 2,00 \\ A(2,1) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) = 2,00 \\ A(2,2) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) = 2,00 \end{aligned}$$

Nilai Eigenvector :

$$\begin{aligned} \text{Murah} & 2,00 + 2,00 = 4,00 = 0,50 \\ \text{Terjangkau} & 2,00 + 2,00 = 4,00 = 0,50 \end{aligned}$$

Sehingga Peringkat Kriteria Time Berdasarkan Nilai Eigenvector :

Murah dan Terjangkau 0,50 merupakan kriteria yang sama penting

Kriteria Service			
	Keramahan	Daya Tanggap	Kesiapan
Keramahan	1	1	8
Daya Tanggap	1	1	9
Kesiapan	1/8	1/9	1

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

1,00	1,00	8,00
1,00	1,00	9,00
0,12	0,11	1,00

Hasil Kuadrat Matriks Pairwise Service

$$\begin{aligned} A(1,1) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) + (8,00 \times 0,12) = 2,96 \\ A(1,2) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) + (8,00 \times 0,11) = 2,88 \\ A(1,3) &= (1,00 \times 8,00) + (1,00 \times 9,00) + (8,00 \times 1,00) = 25,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} A(2,1) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) + (9,00 \times 0,12) = 3,08 \\ A(2,2) &= (1,00 \times 1,00) + (1,00 \times 1,00) + (9,00 \times 0,11) = 2,99 \\ A(2,3) &= (1,00 \times 8,00) + (1,00 \times 9,00) + (9,00 \times 1,00) = 26,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} A(3,1) &= (0,12 \times 1,00) + (0,11 \times 1,00) + (1,00 \times 0,12) = 0,35 \\ A(3,2) &= (0,12 \times 1,00) + (0,11 \times 1,00) + (1,00 \times 0,11) = 0,34 \\ A(3,3) &= (0,12 \times 8,00) + (0,11 \times 9,00) + (1,00 \times 1,00) = 2,95 \end{aligned}$$

Nilai Eigenvector :

$$\begin{aligned} \text{Keramahan} & 2,96 + 2,88 + 25,00 = 30,84 = 0,46 \\ \text{Daya Tanggap} & 3,08 + 2,99 + 26,00 = 32,07 = 0,48 \\ \text{Kesiapan} & 0,35 + 0,34 + 2,95 = 3,64 = 0,06 \end{aligned}$$

Sehingga Peringkat Kriteria Service Berdasarkan Nilai Eigenvector :
 Daya Tanggap 0,48 merupakan kriteria yang terpenting Pertama
 Keramahan 0,46 merupakan kriteria yang terpenting Kedua
 Kesiapan 0,06 merupakan kriteria yang terpenting Ketiga

Kriteria By Adding Employee

	Intelegensi	Kepribadian	Fisik	Teknis	Manajerial
Intelegensi	1	1/4	1/5	1	1
Kepribadian	4	1	1/5	1/7	5
Fisik	5	5	1	3	4
Teknis	1	7	1/3	1	1/6
Manajerial	1	1/5	1/4	6	1

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

1,00	0,25	0,20	1,00	1,00
4,00	1,00	0,20	0,14	5,00
5,00	5,00	1,00	3,00	4,00
1,00	7,00	0,33	1,00	0,16
1,00	0,20	0,25	6,00	1,00

Nilai eigenvector

$$\begin{aligned}
 5,000 + 8,700 + 1,030 + 8,635 + 4,210 &= 27,575 = 0,066 \\
 14,140 + 4,980 + 2,496 + 34,880 + 14,822 &= 71,318 = 0,171 \\
 37,000 + 33,050 + 4,990 + 35,700 + 38,480 &= 149,22 = 0,359 \\
 31,810 + 15,932 + 2,300 + 4,930 + 37,640 &= 92,612 = 0,223 \\
 10,050 + 43,900 + 2,720 + 13,778 + 4,960 &= 75,408 = 0,181 \\
 \text{Total} &= 1,000
 \end{aligned}$$

Sehingga Peringkat Kriteria by adding employee Berdasarkan Nilai Eigenvector :

Fisik 0,359 merupakan kriteria Terpenting Pertama
 Teknis 0,223 Merupakan kriteria terpenting Kedua
 Manajerial 0,181 Merupakan kriteria terpenting Ketiga
 Kepribadian 0,171 merupakan kriteria Terpenting Keempat
 Intelejensi 0,066 merupakan kriteria Terpenting Kelima

New Hunting

	Pasar	Finance	Pemilihan lokasi	Manajemen	SDM
Pasar	1	1/2	1/5	6	6
Finance	2	1	1/5	1/7	1/4
Pemilihan lokasi	5	5	1	7	1
Manajemen	1/6	7	1/7	1	1/5
SDM	1/6	4	1	5	1

Memetakan peringkat prioritas dari matriks pairwise dengan menentukan nilai Eigenvector.

1,00	0,50	0,20	6,00	6,00
2,00	1,00	0,20	0,14	0,25
5,00	5,00	1,00	7,00	1,00
0,16	7,00	0,14	1,00	0,20
0,16	4,00	4,00	5,00	1,00

Nilai eigenvector

$$\begin{aligned}
 4,920 + 68,000 + 25,340 + 43,470 + 13,525 &= 155,255 = 0,275 \\
 5,062 + 4,980 + 1,819 + 14,930 + 12,728 &= 39,520 = 0,070 \\
 21,280 + 65,500 + 7,980 + 49,700 + 34,650 &= 179,110 = 0,317 \\
 15,052 + 15,580 + 1,512 + 4,920 + 3,250 &= 41,314 = 0,073 \\
 29,120 + 63,080 + 9,532 + 39,520 + 7,960 &= 149,212 = 0,265 \\
 \text{Total} &= 1,000
 \end{aligned}$$

SehinggaPeringkatKriteria New Hunting BerdasarkanNilaiEigenvector :
 Pemilihan Lokasi 0,317 Merupakan kriteria terpenting Pertama
 Pasar 0,275 merupakan kriteria Terpenting Ledua
 SDM 0,265 merupakan kriteria Terpenting Ketiga
 Manajemen 0,073 merupakan kriteria Terpenting Keempat
 Finance 0,070 Merupakan kriteria terpenting Kelima

Setelah menentukan hasil Kebijakan manajemen pada Travel PT X dengan menggunakan metode AHP, kemudian merekap hasil kuisisioner dari pelanggan untuk mengetahui keinginan dari pelanggan dengan menggunakan soft ware Expert Choice adalah sebagai berikut

Rekap hasil kuisisioner Pelanggan pada level kriteria

Kriteria	Jumlah	Persentasi
Price	23	23
Time	14	14
Service	32	32
By Adding Employee	14	14
New Hunting	17	17

Dari tabel di atas, terlihat bahwa 23 memilih harga, 14 memilih time, 32 memilih service, 14 memilih by adding employee dan 17 memilih new hunting

Rekap hasil Kuisisioner Kriteria Price

Sub Kriteria	Jumlah	Persentasi
Murah	68	68
Terjangkau	32	32

Dari tabel di atas terlihat bahwa 68 orang memilih Murah dan 32 orang memilih terjangkau

Rekap hasil Kuisisioner Kriteria Time

Sub Kriteria	Jumlah	Persentasi
Ketepatan	29	29
Kecepatan	71	71

Dari tabel di atas terlihat bahwa 29 memilih Ketepatan dan 71 memilih kecepatan

Rekap hasil Kuisisioner Kriteria Service

Sub Kriteria	Jumlah	Persentasi
Keramahan	29	29
Daya Tanggap	30	30
Kesiapan	41	41

Dari tabel di atas, terlihat bahwa 29 memilih Keramahan, 30 memilih Daya Tanggap dan, 41 memilih Kesiapan.

Rekap hasil kuisisioner kriteria By Adding Employee

Sub Kriteria	Jumlah	Persentasi
Intelejensi	19	23
Kepribadian	28	14
Fisik	25	32
Teknis	10	14
Manajerial	18	17

Dari tabel di atas, terlihat bahwa 19 memilih intelegensi, 28 memilih kepribadian, 25 memilih fisik, 10 memilih teknis dan 18 memilih manajerial

Rekap hasil kuisisioner kriteria New Hunting

Sub Kriteria	Jumlah	Persentasi
Pasar	5	5
Finance	30	30
Pemilihan Lokasi	16	16

Manajemen	8	8
SDM	41	41

Dari tabel di atas, terlihat bahwa 41 memilih SDM, 30 memilih Finance, 16 memilih Pemilihan lokasi, 8 memilih Manajemen dan 5 memilih Pasar

PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan software Expert Choice hasil kuisioner pelanggan, pada level kriteria, ternyata service menempati posisi pertama dalam pemilihan pelanggan. Untuk itu pihak manajemen harus melakukan perbaikan terhadap keputusan yang dibuat dengan mengikuti keinginan dari konsumen.

Pada kriteria, Price sub kriteria murah yang diinginkan oleh pelanggan sedangkan bagi pihak manajemen kedua-duanya sama penting dan dapat disesuaikan. Kriteria time, sub kriteria kecepatan yang diinginkan oleh pelanggan sedangkan bagi pihak manajemen kedua-duanya sama penting dan dapat disesuaikan. Pada kriteria service, Sub kriteria kesiapan yang diinginkan oleh pelanggan sedangkan bagi pihak manajemen harus dapat mengikuti keinginan dari pelanggan. Kriteria by adding employee sub kriteria fisik yang diinginkan pelanggan ternyata sama dengan keinginan dari pihak manajemen. Kriteria new hunting sub kriteria SDM yang diinginkan oleh pelanggan dan bagi pihak manajemen untuk dapat mengikuti keinginan pelanggan

KESIMPULAN

Analytic Hierarchy Process atau AHP akhirnya dapat memberikan jawaban terhadap pilihan terbaik untuk metode penilaian (assessment) dalam pemilihan keinginan konsumen secara rasional alamiah untuk dapat dijadikan pertimbangan ketika menilai. Namun demikian metode analytical hirarcy process tetap saja memiliki kelemahan dan juga persyaratan yang ketat agar hasil analisisnya dan proses analisisnya dapat dipertanggung jawabkan. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah bahwa dalam metode AHP pembuat keputusan haruslah orang yang secara langsung bertindak dalam melakukan perhitungan yang didukung dengan informasi-informasi yang akurat yang berkaitan erat dengan deskripsi permasalahan dan factor-faktor yang berpengaruh. Kelemahan lain yang dimiliki oleh analisa AHP adalah unsur subjektivitas dalam proses dekomposisi (decomposition), penentuan komparasi (comparative judgment) dan sintesis prioritas (Synthesis of Priority) sehingga akan sulit dalam memperoleh nilai perbandingan yang ditetapkan secara bersama-sama. Dengan demikian tercapainya kata sepakat (kemufakatan) dalam penentuan nilai-nilai perbandingan berpasangan menjadi tolok ukur suatu objektivitas dalam menentukan sebuah keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Saaty L. Thomas (1990). *The Analytic Hierarchy Process*. New York : McGraw-Hill.
- Saaty L. Thomas (1988). *Decision Making For Leaders*.RWS Publications.
- Saaty L. Thomas (1988). *The Analytic Hierarchy Process*.RWS Publications.
- Tangkilisan, HesselNogi S, Drs(2003). *Manajemen Modern Untuk Sektor Publik*.Yogyakarta :PenerbitBalairung& CO.,
- Week, M.,F. Clocke, Schell, Ruenuver (1997). *Evaluating Alternative Production Cycle Using the Extended FUZZY AHP Method*.European Journal of Operation Research, Vol.100.
- Yudhistira, T., L. Diawati (2000).*The Development of Fuzzy AHP Using Non-Additive Weight and Fuzzy Score*.Jakarta : INSAHP