



JEMSI:
Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem
Informasi

E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916

<https://dinastirev.org/JEMSI> dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Pemilihan Vendor Menggunakan *Analytical Hierarchy Process* “Studi Pada Bank Negara Indonesia Tahun 2024”

Nessy. E. V. Simarmata¹, Juliatier Simarmata², L. Denny Siahaan³

¹Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, nessysimarmata@gmail.com

²Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, juliatiers@gmail.com

³Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, ladensi@yahoo.com

Corresponding Author: juliatiers@gmail.com¹

Abstract: *The development of the economy in general has led to increasing competition among businessmen. One example of industry competition in the service sector is competition within the banking sector. PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk is one of the public banks that participated in reconciling the competition of the banking industry in Indonesia. Many customers who do the process of opening a new account make BNI Bank need a vendor to produce a debit card. The problem related to the vendor is that there are often delays in the arrival of the debit cards to the Bank BNI as well as the absence of stock in the vendors and all the reasons that make the bank BNI inhibited in the new account opening process or new debit Card for the customer. In vendor selection there are several ways, one of which uses the analytical hierarchy process or AHP method as the weight determiner of each criterion and to determine the priority or ranking of each alternative. The results found are the most influential criteria in the selection of ATM card vendors at PT Bank Negara Indonesia is the quality criterion with a weight of 0.66. For priority subcriteria is the subcriterion of suitable goods with documents (Q1) with weight of 0,330. And for the selected vendor is PT CSL with weight 0,560.*

Keyword: *Analytical Hierarchy Process, Bank Negara Indonesia, Vendor*

Abstrak: Perkembangan perekonomian secara menyeluruh menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara pelaku bisnis. Salah satu contoh persaingan industri di bidang jasa adalah persaingan di sektor perbankan. PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk adalah salah satu bank umum yang ikut meramaikan persaingan industri perbankan di Indonesia. Banyaknya nasabah yang melakukan proses pembukaan rekening baru membuat Bank BNI membutuhkan vendor untuk memproduksi kartu debit. Permasalahan terkait pihak vendor selama ini adalah sering terjadinya keterlambatan datangnya kartu debit sampai ke pihak Bank BNI serta tidak adanya stok di vendor dan semua penyebab itu membuat Bank BNI terhambat dalam proses pembukaan rekening baru atau kartu debit baru untuk nasabah. Dalam pemilihan vendor terdapat beberapa cara, salah satunya menggunakan metode analytical hierarchy process atau AHP sebagai penentu bobot dari masing-masing kriteria dan untuk menentukan prioritas atau ranking dari setiap alternative. Hasil yang ditemukan adalah kriteria yang paling berpengaruh dalam pemilihan vendor kartu ATM pada PT Bank Negara Indonesia adalah kriteria kualitas

dengan bobot 0,66. Untuk prioritas subkriteria adalah subkriteria Kesesuaian barang dengan dokumen (Q1) dengan bobot 0,330. Dan untuk vendor yang terpilih adalah PT CSL dengan bobot 0,560.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process*, Bank Negara Indonesia, Vendor

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, teknologi dan ekonomi telah menjadi semakin penting, terutama dalam bidang manufaktur dan perdagangan. Bank-bank memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan sangat diperlukan bagi bisnis untuk mengintegrasikan strategi, teknologi, dan sumber daya mereka secara efektif. Bank-bank, seperti Bank Negara Indonesia (BNI), memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan sektor perbankan Indonesia.

Bank BNI adalah bank publik yang berkontribusi pada peningkatan perbankan di Indonesia. Ini bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk bank, lembaga pemerintah, dan individu, untuk mengembangkan dan menerapkan sistem perbankan bagi perekonomian. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh bank adalah kurangnya vendor yang terampil dan berkualitas. Bank harus memastikan bahwa produk atau layanan mereka memenuhi standar tinggi untuk menjamin kelancaran operasi bisnis.

Vendor memainkan peran penting dalam lingkungan bisnis, dan perusahaan harus memperlakukan mereka dengan hati-hati dan profesionalisme. Proses Hierarki Analitik (AHP) adalah alat yang berguna dalam proses pemilihan vendor, membantu perusahaan mengidentifikasi vendor yang paling sesuai berdasarkan kriteria perusahaan. AHP dapat diterapkan pada sebuah perusahaan untuk memastikan bahwa vendor yang dipilih sejalan dengan tujuan perusahaan.

Sebagai kesimpulan, penerapan AHP dalam proses pemilihan vendor sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar. Dengan menerapkan Proses Hirarki Analitik, bisnis dapat memastikan bahwa pemasok mereka menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, implementasi metode AHP disarankan untuk dipakai dalam penentuan vendor yang sangat sesuai dengan perusahaan. Penelitian ini berjudul Analisis Pemilihan Vendor Menggunakan Analytical Hierarchy Process “Studi Pada Bank Negara Indonesia” Tahun 2024.

Berdasarkan uraian latar belakang serta di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah urutan prioritas untuk kriteria dan sub kriteria dalam pemilihan vendor pengiriman kartu ATM BNI?
2. Kriteria manakah yang paling penting dalam pengambilan keputusan pemilihan vendor pengiriman kartu ATM BNI?
3. Vendor pengiriman manakah yang memiliki bobot nilai paling tinggi?
4. Vendor pengiriman manakah yang sebaiknya dipilih oleh PT. BNI?

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk memilih vendor pengiriman kartu ATM di Bank Negara Indonesia tahun 2024. Dalam penelitian ini dipergunakan metode *Analytical Hierarchy Process*. Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dikenal sebagai pendekatan "rasionalitas sistemik". AHP memungkinkan analisis sebuah masalah secara menyeluruh dengan menilai interaksi simultan antara berbagai komponen yang diorganisir dalam struktur berjenjang (hierarkis). Ini membuat metode AHP lebih mudah dipahami dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Supply Chain

Menurut Simchi-Levi, Kaminsky, dan Simchi-Levi (2022), supply chain adalah jaringan yang terdiri dari organisasi, sumber daya, aktivitas, dan informasi yang terlibat dalam produksi dan pengiriman produk atau jasa dari pemasok awal hingga ke konsumen akhir. Definisi ini menekankan pentingnya koordinasi dan integrasi antara berbagai komponen dalam rantai pasokan untuk memastikan efisiensi dan responsivitas terhadap kebutuhan pasar.

Mentzer dan rekan-rekannya (2022) mendefinisikan supply chain sebagai sekumpulan tiga atau lebih entitas yang langsung terlibat dalam aliran produk, jasa, informasi, dan/atau keuangan dari sumber ke konsumen akhir. Definisi ini memperluas konsep supply chain dengan menekankan pada pentingnya integrasi aliran informasi dan keuangan.

Secara umum penerapan konsep Supply Chain Management dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu (Jebarus, 2001) kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkannya biaya, pemanfaatan asset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar.

1. Kepuasan pelanggan. Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan.
2. Meningkatkan pendapatan. Semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan 'terbuang' percuma, karena diminati konsumen.
3. Menurunnya biaya. Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
4. Pemanfaatan asset semakin tinggi. Aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan.
5. Peningkatan laba. Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.
6. Perusahaan semakin besar. Perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

Keenam manfaat yang sudah dijelaskan seperti tersebut di atas merupakan manfaat tidak langsung. Secara umum, manfaat langsung dari penerapan *Supply Chain Management* bagi perusahaan adalah :

1. *Supply Chain Management* secara fisik dapat mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan mengantarkannya kepada konsumen akhir. Manfaat ini menekankan pada fungsi produksi dan operasi dalam sebuah perusahaan.
2. *Supply Chain Management* berfungsi sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan apa yang dipasok oleh rantai suplai mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut. Dalam hal ini fungsi pemasaran yang akan berperan.

Logistik

Logistik adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, pengendalian yang efisien, pergerakan dan penyimpanan barang atau jasa yang efisien, dan juga semua informasi termasuk dari tempat asal ke tempat konsumsi untuk memenuhi permintaan dari nasabah. Pengertian ini mencakup pergerakan inbound, outbound, pergerakan internal dan eksternal, dan *return of materials*.

Secara historis, kata logistik berasal dari istilah "logistician" yang berperan sebagai koki de l'ogis yang bertanggung jawab untuk menemukan akomodasi bagi pasukan pada masa Napoleon Bonaparte. Logistik sebagai suatu kegiatan yang kini telah berkembang dan dalam dunia bisnis, dimana logistik berkaitan dengan pengelolaan aliran produk atau jasa dari tempat

asal ke tempat konsumsi. Logistik terlibat dalam berbagai macam kegiatan penting untuk transfer barang, jasa dan informasi terkait (Azmi et al., 2017).

Distribusi

Distribusi adalah proses yang sangat penting bagi produk produsen untuk mencapai konsumen secara efektif, terlepas dari lokasi pabrik atau produsen yang jauh dari masyarakat. Proses ini akan memudahkan setiap orang untuk mendapatkan barang dan produk yang mereka inginkan (Putri, Rosmayani, & Rosmita, 2018).

Sedangkan menurut Kotler (2001), distribusi adalah gabungan beberapa organisasi yang melakukan proses pendistribusian barang atau jasa kepada konsumen (pembeli) untuk digunakan atau dikonsumsi. Oleh sebab itu, supaya suatu barang dari produsen sampai ke konsumen, distribusi cukup penting. Tanpa distribusi, barang manufaktur tidak mungkin tiba ke tangan konsumen. Jadi, fungsi distribusinya yaitu:

1. Mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen.
2. Membantu mempromosikan komersialisasi, sehingga barang yang dihasilkan oleh produsen dapat langsung dijual kepada konsumen

Jasa Pengiriman Barang

(Wulansari, 2022) mengatakan Menerima, membawa, atau menyampaikan paket, surat pos, dan uang tertentu dari pengirim kepada penerima disebut sebagai jasa pengiriman.

Menurut (Musyafah et al., 2018) jasa pengiriman barang merupakan hal yang efisien digunakan untuk mengirim barang ke tempat di mana tidak dapat dijangkau sendiri oleh masyarakat. Gunasekaran dan Sarkis di dalam (Yu et al., 2015) mengatakan jasa pengiriman memegang peranan penting dalam organisasi, karena dalam meningkatkan daya saing organisasi menuju peningkatan arus informasi dan materia disepanjang rantai pasok.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasanya jasa pengiriman merupakan hal yang sangat efisien dan memegang peranan penting dalam pengiriman barang. Ada dua fungsi dasar model antrian, yaitu meminimumkan biaya langsung dan biaya tak langsung. Biaya langsung adalah biaya yang timbul akibat lamanya waktu pelayanan yang secara langsung membebani pihak perusahaan. Sementara biaya tak langsung terjadi apabila konsumen harus menunggu lama sehingga mungkin membatalkan niat untuk memakai jasa perusahaan tersebut (Bandara & Ahmad, 2015).

Vendor

Vendor merupakan pihak luar yang menyediakan atau menjual barang jadi, setengah jadi, atau mentah kepada perusahaan untuk dijual kembali kepada konsumen. Dengan kata lain, vendor adalah supplier barang atau jasa kepada perusahaan dalam kontrak kerja sama (Damanik & Utomo, 2020).

Vendor adalah entitas berbentuk bisnis yang menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan. Penjual biasanya bertindak sebagai produsen dalam transaksi komersialnya. Penjual tidak hanya mengharapkan hubungan antara penjual dan konsumen. Namun, mungkin melalui transaksi bisnis-ke-bisnis, di mana mereka memiliki kemampuan untuk menyiapkan beberapa bahan baku yang diperlukan untuk membuat produk akhir. Selain itu, vendor dan pemerintah (B2G) dapat bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan berbagai lembaga (Pramukti & Andryana, 2022).

Kriteria Pemilihan Vendor Dickson adalah salah satu kriteria yang sering digunakan untuk menilai vendor, tetapi orang yang bertanggung jawab untuk memilih pemasok atau vendor untuk perusahaan tersebut memiliki keputusan akhir. Perusahaan rata-rata menggunakan standar umum seperti kualitas produk, pengiriman, harga, dan kapabilitas produksi (Najmuddin & Herdiansah, 2021).

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) tradisional adalah sistem informasi yang mengevaluasi nilai kepercayaan dengan menggunakan teknik keputusan multikriteria dan pendekatan hierarkis. AHP percaya bahwa pembuat keputusan dapat memberikan perkiraan nilai yang tepat dari pandangan mereka untuk alternatif. Oleh karena itu, cara ini tidak efektif dalam situasi di mana penilaian pengambil keputusan sangat tidak pasti (Najmuddin & Herdiansah, 2021).

Tahap AHP dalam membuat sebuah keputusan adalah sebagai berikut :

1. Persoalan dan alternative penyelesaian didefinisikan secara detail, jelas dengan segala pertimbangan yang mempengaruhi pengambilan keputusan.
2. Hasil tahap a dibuktikan dalam sebuah bentuk struktur hirarki.
3. Kontribusi atau dampak setiap pertimbangan pada pertimbangan diatasnya dinyatakan dalam sebuah matriks banding berpasangan. Tahap ini dibuat untuk segala tingkatan.
4. Ditentukan *vector eigen* (dapat diambil yang sesuai dengan nilai eigen yang paling besar) atau nilai rata-rata nilai ternormalisasi dari setiap matriks banding berpasangan. Nilai pada vector ini adalah nilai kontribusi masing-masing pertimbangan. Nilai tersebut akan dipergunakan untuk menyumbangkan nilai pada tahap selanjutnya.

Menghitung bobot/prioritas kepentingan dari masing-masing variabel pada level 1 (kriteria) yaitu Kualitas, Responsivitas dan Harga.

Dari hasil perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam memilih pemasok di atas diperoleh berat yang ditunjukkan dalam tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 1. Prioritas Kepentingan (Bobot) Kriteria Dalam Pemilihan Vendor

Kriteria	Bobot	Prioritas
Kualitas	0,66	I
Responsivitas	0,17	II
Harga	0,16	III

Sumber : Hasil Pengolahan AHP

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa PT Bank Negara Indonesia memberi prioritas pada kriteria kualitas dengan bobot 0,66, kriteria responsivitas dengan bobot 0,17, dan kriteria harga dengan bobot 0,16.

Menghitung bobot/prioritas kepentingan dari masing-masing variabel pada level 2 (subkriteria)

Kriteria Kualitas

Tabel 2 di bawah ini menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam kriteria kualitas yang disebutkan sebelumnya.

Tabel 2. Penilaian Prioritas Kepentingan Subkriteria Pada Kriteria Kualitas Dalam Pemilihan Vendor

Subkriteria	Bobot	Prioritas
-------------	-------	-----------

Kesesuain barang dengan dokumen (Q1)	0,50	I
Ketersediaan barang dan tingkat kecacatan barang (Q2)	0,18	III
Kesesuai kualitas barang dengan spesifikasi (Q3)	0,32	II

Sumber : Hasil Pengolahan AHP

Tabel 2 di atas dapat menunjukkan bahwa kriteria kualitas dalam pemilihan vendor, subkriteria kepatuhan barang dengan dokumen (Q1) adalah prioritas pertama dengan berat 0,50.

Kriteria Responsivitas

Tabel 3 di bawah ini menunjukkan berat yang diperoleh dari perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam kriteria responsivitas yang disebutkan sebelumnya.

Tabel 3. Prioritas Kepentingan (Bobot) Subkriteria Pada Kriteria Responsivitas Dalam Pemilihan Vendor

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Kecepatan pengiriman dan garansi barang (R1)	0,60	I
Kemampuan merespon komplain (R2)	0,21	II
Kemampuan memberikan informasi yang jelas (R3)	0,19	III

Sumber: Hasil Pengolahan AHP

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa pada kriteria responsivitas, kecepatan pengiriman dan subkriteria garansi (R1) menempati prioritas pertama dalam memilih vendor dengan bobot 0,60.

Kriteria Harga

Tabel 4 di bawah ini menunjukkan berat yang diperoleh dari perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam kriteria harga yang disebutkan sebelumnya.

Tabel 4. Prioritas Kepentingan (Bobot) Subkriteria Pada Kriteria Harga Dalam Pemilihan Vendor

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Kesesuai harga dengan standar perusahaan (P1)	0,64	I

Konsistensi Harga (P2)	0,14	III
Kemampuan memberikan diskon atas penawaran/negosiasi (P3)	0,22	II

Sumber: Pengolahan AHP

Pada kriteria harga, tabel 4 di atas menunjukkan bahwa subkriteria kesesuaian harga dengan standar perusahaan (P1) memiliki prioritas pertama dalam memilih vendor PT Bank Negara Indonesia dengan nilai berat 0,64.

Menghitung Nilai Atau Prioritas Dari Masing-Masing Variabel Pada Level 3 (Alternatif), Yang Berarti Nilai Masing-Masing Vendor Dibandingkan Dengan Masing-Masing Subkriteria.

Kriteria Kualitas

1) Subkriteria Kesesuaian barang dengan dokumen(Q1)

Tabel 5 di bawah ini menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam subkriteria barang yang cocok dengan dokumen di atas.

Tabel 5. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Pada Subkriteria Kesesuaian Barang Dengan Dokumen

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,65	I
PT WKI	0,21	II
PT PURA	0,14	III

Sumber: Hasil Pengolahan AHP

PT CSL memenuhi kriteria kesesuaian barang dengan dokumen (Q1) dengan bobot 0,65, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 5

2) Subkriteria Ketersediaan barang dan tingkat kecacatan barang (Q2)

Tabel 6 di bawah ini menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan perbandingan berpasangan antar variabel dalam subkriteria ketersediaan barang dan tingkat kecacatan barang di atas.

Tabel 6. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Pada Subkriteria Ketersediaan Barang Dan Tingkat Kecacatan Barang

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,51	I
PT WKI	0,28	II
PT PURA	0,21	III

Sumber: Hasil Pengolahan AHP

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa PT CSL memenuhi kriteria ketersediaan dan tingkat cacat barang (Q2) dengan nilai bobot 0,51.

3) Subkriteria Kesesuaian kualitas barang dengan spesifikasinya (Q3)

Tabel 7 berikut menunjukkan bobot yang diperoleh dari perhitungan perbandingan berpasangan antar variabel pada subkriteria Kesesuaian kualitas barang dengan spesifikasi di atas.

Tabel 7. Prioritas (Bobot) Alternatif Pada Subkriteria Ketersediaan Barang Dan Tingkat Kecacatan Barang

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,48	I
PT WKI	0,24	III
PT PURA	0,28	II

Sumber: Hasil Pengolahan AHP

Tabel 7 menunjukkan bahwa untuk subkriteria Sesuai dengan kualitas barang dengan spesifikasi (Q3), PT CSL paling memenuhi subkriteria ini dengan bobot 0,48.

Kriteria Responsivitas

1) Subkriteria Kecepatan pengiriman dan garansi barang (R1)

Tabel 8 berikut menunjukkan bobot yang diperoleh dari perhitungan perbandingan berpasangan antar variabel dalam subkriteria Kecepatan pengiriman dan garansi barang.

Tabel 8. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Pada Subkriteria Kecepatan Pengiriman Dan Garansi Barang

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,58	I
PT WKI	0,24	II
PT PURA	0,18	III

Sumber: Hasil Pengolahan AHP

Tabel 8 menunjukkan bahwa pada subkriteria Kecepatan Pengiriman dan Jaminan Barang (R1), PT CSL memperoleh bobot tertinggi sebesar 0,58, menunjukkan pemenuhan terbaik terhadap subkriteria ini.

2) Subkriteria Kemampuan merespon komplain (R2)

Tabel 9. berikut menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan perbandingan berpasangan antar variabel dalam subkriteria Kemampuan merespon komplain.

Tabel 9. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Pada Subkriteria Kemampuan Merespon Komplain

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,56	I
PT WKI	0,22	II
PT PURA	0,22	II

Sumber: Pengolahan AHP

Tabel 9 menunjukkan bahwa pada subkriteria Complaint Response (R2), PT. CSL memiliki bobot tertinggi sebesar 0,56, menandakan pemenuhan yang paling baik terhadap subkriteria ini.

3) Subkriteria Kemampuan memberikan informasi yang jelas (R3)

Tabel 10 di bawah ini menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan pasangan perbandingan antara variabel dalam subkriteria Kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas.

Tabel 10. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Untuk Subkriteria Kemampuan Memberikan Informasi

Yang Jelas		
Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,56	I
PT WKI	0,18	III
PT PURA	0,26	II

Sumber: Pengolahan AHP

Tabel 10 menunjukkan bahwa pada subkriteria Kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas (R3), PT CSL menerima bobot tertinggi sebesar 0,56, menunjukkan pemenuhan yang paling baik dari kriteria ini.

Kriteria Harga

1) Subkriteria Kesesuaian harga dengan standar perusahaan (P1)

Tabel 11 di bawah menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan perbandingan berpasangan antar variabel dalam subkriteria Kesesuaian harga dengan standar perusahaan.

Tabel 11. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Untuk Subkriteria Kesesuaian Harga Dengan Standar

Perusahaan		
Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,57	I
PT WKI	0,19	III
PT PURA	0,25	II

Sumber: Pengolahan AHP

Tabel 11 menunjukkan bahwa pada subkriteria Harga yang kompatibel dengan standar perusahaan (P1), PT CSL memenuhi kriteria ini dengan bobot tertinggi sebesar 0,57.

2) Subkriteria Konsistensi Harga (P2)

Tabel 12 berikut menunjukkan bobot yang dihasilkan dari perhitungan perbandingan pasangan antara variabel dalam subkriteria konsistensi harga yang disebutkan di atas:

Tabel 12. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Untuk Subkriteria Konsistensi Harga

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,54	I
PT WKI	0,18	III

PT PURA	0,28	II
---------	------	----

Sumber: Pengolahan AHP

Untuk subkriteria Konsistensi Harga (P2), Tabel 12 menunjukkan bahwa PT CSL memenuhi kriteria dengan bobot tertinggi sebesar 0,54.

3) Subkriteria Kemampuan memberikan diskon atas penawaran/negosiasi (P3)

Tabel 13 berikut menunjukkan berat yang diperoleh dari perhitungan perbandingan pasangan antara variabel dalam subkriteria Kemampuan untuk memberikan diskon pada negosiasi atau penawaran.

Tabel 13. Prioritas Kepentingan (Bobot) Alternatif Untuk Subkriteria Kemampuan Memberikan Diskon Atas Penawaran/Negosiasi

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,47	I
PT WKI	0,24	III
PT PURA	0,29	II

Sumber: Pengolahan AHP

Tabel 13 menunjukkan bahwa untuk subkriteria Kemampuan memberikan diskon pada penawaran/negosiasi (P3), PT CSL adalah yang paling memenuhi kriteria ini dengan bobot 0,47.

Memilih Vendor Optimal

Setelah penilaian terhadap masing-masing kriteria dan alternatif diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan sintesis untuk menentukan penilaian keseluruhan dari setiap alternatif berdasarkan kriteria yang ada. Sebelum itu, perlu dicari prioritas lokal untuk kemudian dikonversi menjadi prioritas global. Dengan mengalikan prioritas lokal dengan prioritas dari kriteria tingkat atas (kriteria induk), prioritas global dapat diperoleh.

Setelah menetapkan prioritas global, langkah selanjutnya adalah menjumlahkan semua bobot keseluruhan—atau prioritas global—untuk setiap vendor. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 14 di bawah ini:

Tabel 14. Bobot Alternatif Secara Keseluruhan

Alternatif	Bobot	Prioritas
PT CSL	0,560	I
PT WKI	0,223	II
PT PURA	0,207	III

Sumber: Pengolahan AHP

Secara keseluruhan, seperti yang tertera pada Tabel 14, PT CSL menempati prioritas pertama sebagai vendor kartu ATM untuk PT Bank Negara Indonesia dengan nilai bobot 0,560. PT WKI memperoleh prioritas kedua dengan nilai bobot 0,223, sedangkan PT PURA menduduki prioritas terakhir dengan nilai bobot 0,207.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa karyawan yang berkualitas harus dikelola dengan baik oleh perusahaan. Jika karyawan tersebut mempunyai keinginan untuk *turnover*, hal tersebut akan memberikan dampak yang negatif terhadap perusahaan. Mempertahankan karyawan yang berkualitas menjadi hal yang penting bagi sebuah perusahaan. Karyawan yang berkualitas perlu dipertahankan sehingga karyawan tersebut tidak keluar dari perusahaan. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mengurangi angka *turnover* adalah retensi karyawan. Adapun terdapat strategi retensi karyawan dalam mengurangi *turnover* karyawan, yaitu kompensasi yang kompetitif, pemenuhan harapan, program induksi, praktik sumber daya manusia, serta pelatihan dan pengembangan. Selain itu, ada juga terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan suatu perusahaan dalam retensi karyawan untuk mengurangi terjadinya *turnover*, meliputi memperlakukan karyawan seperti memperlakukan pelanggan yang paling bernilai, membuat karyawan jatuh cinta kepada perusahaan, melakukan program rekrutmen dengan baik, dan menempatkan karyawan di posisi yang tepat.

REFERENSI

- Agustiani, S. Y. S., & Ridlwan Muttaqin. (2023). Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Turnover Karyawan (Survei Pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk Kantor Cabang Diponegoro Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2581–2590. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1750>
- Agustini, A. (2024). Analisis Strategi Retensi Karyawan Untuk Mengurangi Turnover Dan Meningkatkan Loyalitas Karyawan. *Nobel Management Review*, 5(3), 306–320. <https://doi.org/10.37476/nmar.v5i3.5081>
- Agustinus Doedyk Setiyawan, & Roro Kusumaningrum. (2018). Strategi Retensi Karyawan Dalam Penurunan Angka Turnover. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 5–8. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.455>
- Ari Awaludin, U. M. D. F. (2024). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi retensi karyawan di pt sharp electronic indonesia. 2(4), 290–302. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v2i4.2001>
- Awaludin, A., Mohammad Danil Fadli, U., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). Studi Eksploratif Tentang Kepuasan Kerja Dan Retensi Karyawan Di Industri Manufaktur: Studi Kasus Pada Pt Pricol Surya Indonesia. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), 314–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v2i4.2004>
- Dian Lestari, & Kristiana Sri Utami. (2024). Pengaruh Budaya Organisasi Yang Positif Terhadap Retensi Karyawan di UMKM Bakpia Lanank Jogja. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 358–365. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i3.2782>
- Ginting Suka, S. (2022). Hubungan Retensi Karyawan, Komitmen Organisasi dan Turnover Intention dengan Kinerja Karyawan di PT Cigna Insurance. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(2), 12–23. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i2.640>
- Halimsetiono, E. (2014). Peningkatan Komitmen Organisasi untuk Menurunkan Angka Turnover Karyawan Improvement of Organizational Commitment to Lower Employee Turnover. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 8(8), 339–345. <https://media.neliti.com/media/publications/39853-ID-peningkatan-komitmen-organisasi-untuk-menurunkan-angka-turnover-karyawan.pdf>
- Hasrat, E., Laoli, W., Telaumbanua, E., Lase, D., & Lase, H. (2024). YUME: Journal of Management Pengaruh Retensi Dan Status Karyawan Terhadap Turnover Intention Di Klinik Pratama Tabita Gunungsitoli. 7(3), 949–964. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v7i3.7336>
- Hernawan, B. D., & Srimulyani, V. A. (2021). Dampak Kompensasi terhadap Retensi

- Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Pemmediasi. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 115–125. <https://doi.org/10.35912/rambis.v1i2.888>
- Indrawan Syah, M. David Amirulloh, Agus Jamal, & Nafia Ilhama Qurratu'aini. (2025). Menelaah Hubungan antara Kompensasi dan Retensi Karyawan : Tinjauan Literatur dan Arah Masa Depan. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 147–161. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i2.3814>
- Iskandar, Y. C., & Rahadi, D. R. (2021). Strategi Organisasi Penanganan Turnover Melalui Pemberdayaan Karyawan. *Solusi*, 19(1), 102. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3003>
- Manik Aditya Budi Suta, I. G., & Ardana, I. K. (2018). Pengaruh Kompensasi, Persepsi Dukungan Organisasi Dan Pengembangan Karir Terhadap Retensi Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 1087. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i02.p18>
- Maulidah, K., Ali, S., & Pangestuti, D. C. (2022). Pengaruh Beban Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Karyawan RSUD “ABC” Jakarta Selatan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 159–176. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i2.611>
- Pratiwi, V. R., & Riyono, B. (2019). Peran Ketidakpuasan Kerja terhadap Intensi Turnover Karyawan dengan Stabilitas Anchor sebagai Moderator. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.22146/gamajop.42399>
- Saruksuk, D., Magito, M., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Disiplin, Beban Kerja, dan Kompensasi terhadap Turn Over Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 43–53. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.133>
- Sianipar, A. R. B., & Haryanti, K. (2014). Hubungan Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Dengan Intensi Turnover Pada Karyawan Bidang Produksi Cv. X. *Psikodimensia*, 13(1), 98. <https://doi.org/https://doi.org/10.24167/psiko.v13i1.281>
- Supriyadi, E., Ningrum, D. P., Kurniawatiningsih, E. D., Bihal, F., Pahleviando, R., & Handoko, I. (2021). Faktor yang mempengaruhi retensi karyawan milenial pada saat pandemi Covid-19: Kasus pada sebuah perusahaan BUMN di Indonesia. *Supriyadi, E., Ningrum, D. P., Kurniawatiningsih, E. D., Bihal, F., Pahleviando, R., & Handoko, I. (2021). Faktor yang mempengaruhi. Journal of Business and Banking*, 11(1), 49–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2572>
- Wijaya, Donny Agung Harvida, C. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Karyawan Dan Strategi Retensi Sebagai Pencegahan Turnover Karyawan : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 18(2), 13–23. <https://doi.org/10.46730/jiana.v18i2.7926>
- Yohanes Ronaldo Ngazo, & Honorata Ratnawati Dwi Putranti. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Kompensasi Terhadap Retensi Karyawan Di Pt Kharisma Asia Makmur. *Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(2), 11–29. <https://doi.org/10.56444/soshumdik.v1i2.21>