

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Industri *Resort* (Penginapan)

Resort (penginapan) berkembang dari benua Eropa dan benua Amerika. *Resort* telah banyak meninggalkan jejak sejarah yang luar biasa. Fasilitas-fasilitas seperti rekreasi, fasilitas perawatan dan kebutuhan kesehatan, restoran, pondok penginapan, tempat-tempat perbelanjaan bahkan kasino di tawarkan di tempat-tempat pemandian di roma dan tempat *spa* di Inggris. Perkembangan *resort* awalnya adalah untuk menandakan perjalanan demi kesenangan yang menjadi dasarnya. Lalu akan selalu ada pasar yang potensial untuk pemasaran liburan *resort*. Karena faktor yang di tawarkan *resort* yaitu seperti : jauh dari pemukiman penduduk, sarana rekreasi yang mempunyai banyak pilihan, perubahan pola hidup masyarakat, jauh dari polusi lingkungan. Sehingga menjadi kunci bagi *resort* untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama (Sastrayuda, 2010)

Menurut (Tumembouw et al., 2017) *Resort* memiliki karakter tersendiri yang berbeda dari hotel, ataupun sebagainya, berikut beberapa karakter dari sebuah *resort*:

1. Lokasi

Resort memiliki lokasi yang cukup jauh dari perkotaan, padatnya suatu pemukiman, polusi kendaraan bermotor serta memiliki pemandangan

yang indah, pemandangan pegunungan, pemandangan tepi pantai. Dan ini merupakan salah satu kelebihan dari sebuah *resort*.

2. Fasilitas

Fasilitas yang ada pada *resort* disediakan untuk para pengunjung dimulai dari fasilitas luar ruangan seperti fasilitas rekreasi yang disediakan oleh *resort* untuk memuaskan para pengunjung seperti kolam renang, taman, olahraga air dan lain – lain. dan juga fasilitas didalam ruangan seperti kamar tidur.

3. Memiliki bangunan yang khas

Resort memiliki bangunan yang unik yang berbeda antara *resort* satu dengan yang lain, dengan mengutamakan kenyamanan bagi para pengunjung yang menginap. Hal ini diharapkan untuk memberi kesan yang positif terhadap setiap pengunjung yang menginap di *resort* tersebut.

4. Segmen Pasar

Sasaran yang dimiliki *resort* adalah wisatawan yang ingin berlibur dengan tujuan untuk bersenang – senang dan melupakan kepenatan yang terjadi ketika bekerja, dan oleh sebab itu mereka membutuhkan suatu tempat hiburan yang dilingkupi oleh berbagai fasilitas – fasilitas dengan pola pelayanan yang memuaskan.

2.1.2 Restaurant (Restoran)

2.1.2.1 Sejarah Restoran

Menurut Soekresno dalam jurnal (Puspoyo et al., 2015) sejarah restoran dimulai sekitar 12.000 tahun yang lalu sebelum Masehi ketika suatu suku bangsa di Denmark yang menggunakan sebuah dapur yang berukuran besar untuk memasak dan menyiapkan hidangan bagi sekelompok orang guna menikmati hidangan secara bersama-sama dan mendapatkan upah dari hasil masakan atau minuman yang telah disediakan. Restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan berupa makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dan untuk memuaskan para pelanggan yang datang.

2.1.2.2 Klasifikasi Restoran

Restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan berupa makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dan untuk memuaskan para pelanggan yang datang. Menurut Soekresno dalam jurnal (Puspoyo et al., 2015) restoran dapat diklasifikasikan menjadi sebagai berikut:

1. *Formal Restaurant* (Restoran Formal)

Menurut Soekresno dalam jurnal (Puspoyo et al., 2015) menyatakan bahwa pengertian restoran formal adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri-ciri restoran formal adalah sebagai berikut :

- a. Penerimaan pelanggan dengan cara pemesanan tempat terlebih dahulu yang dilakukan oleh pelanggan.

- b. Para pelanggan terikat dengan menggunakan pakaian dengan kriteria pakaian sopan/rapi.
- c. Sistem penyajian yang dipakai adalah *Russian Service/French Service* atau modifikasi kedua *table service* tersebut.
- d. Menu pilihan yang disediakan adalah menu klasik dari suatu wilayah atau menu Eropa yang populer.
- e. Selain ruang jamuan makan, disediakan juga ruang *cocktail* untuk tempat minuman yang beralkohol sebelum menyantap makanan.
- f. Dibuka pelayanan untuk makan malam (*dinner*) atau makan siang (*lunch*).
- g. Menyediakan berbagai menu minuman *bar* secara lengkap, khususnya *wine* dan *champagne* dari berbagai negara.
- h. Menyediakan hiburan *live music* dan tempat untuk bersantai dengan suasana yang eksklusif dan romantis.
- i. Harga makanan dan minuman relatif mahal.
- j. Penataan meja dan kursi memiliki area service yang lebih luas untuk dapat dilewati oleh *gueridon service*.
- k. Karyawan relatif banyak dengan standar kebutuhan satu pramusaji untuk melayani sekitar 4-8 pelanggan.

2. *Informal Restaurant* (Restoran Informal)

Sedangkan pengertian restoran informal menurut Soekresno dalam jurnal (Puspoyo et al., 2015) adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan,

kepraktisan dan frekuensi yang relatif tinggi untuk memuaskan para pelanggan. Ciri-ciri restoran informal adalah sebagai berikut

- a. Harga dari makanan dan minuman yang disediakan relatif murah
- b. Penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat atau langsung datang ke restoran.
- c. Para pelanggan yang datang biasanya menggunakan pakaian bebas.
- d. Tidak menyediakan hiburan *live music*.
- e. Penataan meja dan bangku cukup rapat antara satu dengan yang lainnya.
- f. Sistem penyajian makanan dan minuman yang dipakai adalah *American Service / Ready Plate* atau bahkan *Self Service* ataupun *Counter Service*.
- g. Daftar menu oleh pramusaji tidak dipresentasikan tetapi di *display dicounter* / langsung disetiap meja makanan dengan tujuan mempercepat proses pelayanan.
- h. Menu yang disediakan cukup terbatas pada menu yang relatif cepat saji.
- i. Jumlah tenaga servis relatif sedikit dengan standar kebutuhan, satu pramusaji untuk 12-16 pelanggan.

3. *Specialities Restaurant* (Restoran Spesialisasi)

Adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu.

2.1.2.3 Jenis restaurant (restoran)

Menurut Menurut Lawson dalam jurnal (Puspoyo et al., 2015), mengatakan bahwa ada enam jenis restoran yaitu sebagai berikut :

1. *Fine Dining Restaurant*

Merupakan restoran berkelas. Restoran ini menyediakan masakan lezat yang disiapkan oleh koki terkenal, sistem pelayanannya sangat memuaskan, dekorasi ruang menarik dan harganya relatif mahal.

2. *Theme Restaurant*

Adalah restoran yang menggunakan tema tertentu dalam desain interiornya, sehingga memacu emosi pengunjung dan menimbulkan kenangan pada tempat atau kejadian tertentu.

3. *Casual Dinner House*

Adalah restoran yang mengutamakan kenyamanan dan menggunakan dekorasi ruang yang tidak permanen.

4. *Ethnic Restaurant*

Adalah restoran yang menggunakan pendekatan budaya, misalnya cara penyajian makanan. Masakan Mexico, Itali, Perancis, Jerman, Thailand, India memiliki cara penyajian makanan yang khas sesuai budaya mereka masing-masing.

5. *Family Restaurant*

Merupakan restoran keluarga dimana makanan yang disajikan digemari seluruh anggota keluarga dan harganya relatif murah.

6. *Quick-Service Restaurant*

Merupakan restoran dengan sistem pelayanan cepat saji atau biasa dikenal dengan istilah *fast food*.

2.1.3 *Supply Chain (Rantai Pasok)*

Rantai pasok merupakan suatu kegiatan kegiatan dari seluruh aktifitas yang terjadi di dalam sebuah perusahaan yang dihubungkan pergerakan barang atau jasa dari mulai tahap awal pengolahan suatu barang hingga sampai ketangan konsumen. Untuk mengontrol aktifitas yang ada didalam sebuah rantai pasok, dibutuhkan sebuah manajemen dalam mengelola aliran kerja yang ada didalam rantai pasok, dalam rangka mendukung perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan tetap bersaing di industrinya. (Tjipto, 2014)

Dalam jurnal (Tjipto, 2014) menyatakan bahwa, proses aliran rantai pasok terdapat tiga jenis aliran yaitu :

1. Aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*).
2. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu.
3. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilirnya ataupun sebaliknya.

Ketika sebuah perusahaan dihadapkan kriteria – kriteria yang ada dari setiap pemasok yang memiliki kriteria – kriteria yang berbeda – beda setiap *suppliernya*, akan tetapi permintaan setiap masing – masing perusahaan berbeda – beda volumenya. (Tjipto, 2014).

2.1.4 *Supplier* (Pemasok)

Proses pemilihan pemasok dalam rantai pasok memiliki kedudukan yang sangat penting, karena itu perlu dilakukan evaluasi dalam hal menentukan *supplier* – *supplier* yang akan menjadi bagian dari rantai pasok dari sebuah perusahaan (John, Baby, & Mangalathu, 2013).

Menurut (Fernandez, dalam Rusdah dan Widyawati, 2013:34) dalam jurnal (Wulandari, 2014), *Supplier* atau pemasok merupakan salah satu rantai yang paling kritis atau penting bagi keuntungan dan kelangsungan hidup sebagian besar perusahaan. Perusahaan kelas dunia tahu bahwa mutu produk dan layanan mereka sangat berhubungan langsung dengan mutu *supplier* atau pemasok dari produk yang mereka keluarkan nantinya. Kegiatan pemilihan *supplier* dapat memakan waktu yang cukup lama, oleh sebab itu perlunya dilakukan evaluasi pada tahap awal, kunjungan lapangan, dan mengundang mereka untuk mempresentasikan produk mereka. karena hubungan kerja antara perusahaan dan *supplier* akan menjalin kerja sama dalam jangka waktu yang panjang. Sebaiknya dalam pemilihan *supplier* yang perlu dipertimbangkan pertama adalah harga yang murah yang ditawarkan oleh *supplier* (Pujawan, Erawan :2010) dalam jurnal (Hasdi, Sudarmaningtyas, & Supriyanto, 2014).

Menurut Haizer dan Render (2010) dalam jurnal (Hasdi et al., 2014) ada 3 proses dalam pemilihan *supplier* yaitu:

1. Evaluasi *Supplier*

Evaluasi *supplier* mencakup proses menemukan *supplier* yang potensial dan menentukan kemungkinan bahwa *supplier* tersebut *supplier* yang baik. Tahap ini memerlukan pengembangan kriteria evaluasi.

2. Pengembangan *Supplier*

Pengembangan *supplier* dapat mencakup segalanya mulai dari pelatihan, bantuan teknis dan produksi perpindahan informasi.

3. Negosiasi

Negosiasi sering di pusatkan pada bagian kualitas, pengiriman, dan biaya. Menurut Haizer (2010) dalam jurnal (Hasdi et al., 2014), ada 3 jenis strategi negosiasi klasik yaitu:

- a. Model harga berdasarkan biaya

Model ini mengharuskan *supplier* untuk membuka catatan keuangan kepada pembeli. Harga kontrak di dasarkan pada waktu dan kesepakatan bersama untuk mengakomodasi perubahan tenaga kerja dan biaya bahan baku dari *supplier*.

- b. Model harga bedarkan pasar

Pada model ini harga dari *supplier* didasarkan pada harga lelang atau indeks.

c. Penawaran yang kompetitif

Penawaran yang kompetitif merupakan kebijakan yang umumnya digunakan banyak perusahaan yang digunakan untuk sebagian pembelian yang dilakukan. Kebijakan ini umumnya mengharuskan petugas pembelian memiliki beberapa *supplier* yang potensial untuk produk tertentu dan mendapatkan penawaran dari setiap *supplier*.

2.1.4.1 Kriteria Pemilihan *Supplier* Menggunakan Model *QCDFR*

Proses pemilihan *supplier* pada sebuah perusahaan sangatlah penting karena menyangkut tentang kebutuhan dari proses kegiatan operasional, secara umum banyak dari perusahaan menggunakan tiga kunci kriteria dalam menentukan pemilihan *supplier* yaitu harga yang ditawarkan, kualitas barang yang ditawarkan, dan ketepatan waktu dalam proses pengiriman. Model *quality, cost delivery, flexsebelity, responsiveness (QCDFR)* merupakan salah satu model dalam melakukan evaluasi atau pemilihan *supplier* disuatu perusahaan dalam model ini menggunakan multi kriteria *financial* dan *non financial* yang mengacu pada metode *Analitycal Hierarchy Process (AHP)*(Putri, 2012).

1. *Quality* (Kualitas)

Kriteria dalam penilaian *supplier* dari segi kualitas yang diberikan *supplier*. Dalam perusahaan kualitas bahan baku sangatlah penting untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. *Supplier* dituntut harus memiliki pengawasan yang tinggi terhadap bahan baku yang akan di kirim untuk perusahaan.

2. *Cost* (Harga)

Kriteria biaya bahan baku yang di pasok oleh *supplier* merupakan kriteria yang kritis bagi perusahaan dalam menentukan pemilihan *supplier* yang akan di pilih perusahaan.

3. *Delivery* (Pengiriman)

Kriteria dalam pemilihan *supplier* di lihat dari segi pelayanan pada saat pengiriman bahan baku untuk perusahaan.

4. *Flexibility* (Fleksibel)

Kriteria dalam penilaian *supplier* dari segi kemampuan *supplier* memenuhi kebutuhan permintaan bahan baku perusahaan terhadap perubahan jumlah dan waktu.

5. *Responsiveness* (Respon cepat)

Kriteria dalam pemilihan *supplier* dalam segi kemampuan *supplier* memenuhi permintaan dan merespon masalah yang terjadi di perusahaan.

2.1.5 AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

2.1.5.1 Sejarah AHP

Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan salah satu metode penyelesaian masalah dengan melakukan menggunakan kerangka berpikir untuk pensederhanakan suatu persoalan yang kompleks ketika terjadi dengan melakukan pembobotan kriteria-kriteria yang memiliki kepentingan tertentu. AHP dikembangkan oleh DR. Thomas Saaty dari *Whartson School of Business* pada tahun 1970-an untuk mengorganisasikan informasi dan judgment dalam memilih alternatif yang paling disukai. AHP memungkinkan pengguna untuk memberikan nilai bobot relatif dari suatu kriteria majemuk secara intuitif yang dapat digunakan dalam segala jenis bidang sebagai alat pendukung keputusan (John et al., 2013).

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah hirarki fungsional untuk membantu pengambil keputusan agar lebih baik dalam pengambilan keputusan terhadap masalah-masalah yang mempunyai sifat yang kompleks yang tidak mempunyai struktur yang teratur, kemudian mengubahnya menjadi susunan – susunan variabel yang menjadi bentuk susunan hirarki (Astuti & Fatma, 2018)

Tujuan lain dari pendekatan AHP adalah untuk melengkapi sebuah kerangka kerja dan teknik meranking alternatif-alternatif yang dianggap layak berdasarkan referensi pengambil keputusan. Hal ini dapat dilakukan karena AHP adalah sebuah hirarki fungsional dengan masukan utamanya adalah persepsi manusia. Adanya hirarki menjadikan masalah kompleks dan tidak terstruktur dipecahkan kedalam kelompok-kelompok dan diatur secara hirarki. Pendekatan AHP hampir identik

dengan model perilaku politis, yaitu merupakan model keputusan (individual) dengan menggunakan pendekatan kolektif dari proses pengambilan keputusannya. Disamping itu juga dapat memecahkan masalah kompleks kriteria banyak dimana kompleksitasnya disebabkan oleh struktur masalah yang belum jelas, ketidakpastian persepsi pengambil keputusan serta ketidakpastian tersedianya data statistik yang akurat atau bahkan tidak ada sama sekali (Viarani & Zadry, 2015).

Dalam jurnal (Wulandari, 2014) yang dikutip dari jurnal (Kusrini : 2007) menyatakan bahwa Pengambilan keputusan dengan menggunakan metode AHP (*Analitycal Hierarchy Process*) di dasarkan pada 3 prinsip pokok, yaitu :

1. Menyusun Hirarki Permasalahan

Menyusun hirarki permasalahan kemudian mendefinisikan masalah yang rumit dan kompleks menjadi lebih mudah di pahami dan detail, keputusan hirarki didasarkan pada pandangan pihak-pihak yang memiliki pengalaman dan keahlian dibidangnya sehingga keputusan yang dibuat akan semakin akurat.

2. Penentuan Prioritas

AHP melakukan analisis prioritas elemen dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan antara 2 atau lebih elemen yang di andingkan dalam melakukan keputusan. Prioritas ini ditentukan berdasarkan pihak-pihak yang memiliki keahlian dibidangnya masing-masing terhadap pengambilan keputusna yang di lakukan, baik secara langsung dengan melakukan wawancara terhadap ahlinya.

3. Konsistens Logis

Konsistensi jawaban dari para responden dalam menentukan prioritas elemen pokok untuk menentukan validitas data dan hasil melakukan keputusan berdasarkan nilai-nilai numerik dari Saaty.

2.1.5.2 Langkah – Langkah Penggunaan AHP

Dalam jurnal (Viarani & Zadry, 2015) menyatakan, langkah – langkah dalam menggunakan metode AHP adalah sebagai berikut :

1. Penentuan masalah dan pemilihan solusi yang tepat.

Kunci yang paling penting dalam menggunakan metode AHP adalah penentuan masalah yang ingin dipecahkan secara terperinci, kemudian setelah itu proses pemilihan solusi yang tepat untuk memecahkan masalah tersebut.

2. Penyusunan struktur hierarki dimulai dengan tujuan utama.

Dalam tahap ini pemilihan penentuan tujuan utama dimulai dari tingkatan yang paling atas suatu hierarki, kemudian menyusun hierarki yang ada dilevel bawahnya dengan melakukan pertimbangan kriteria dan alternatif., kemudian hierarki dilanjutkan dengan berbagai subkriteria.

3. Membuat matriks perbandingan berpasangan yang mempengaruhi setiap elemen terhadap tujuan kriteria.

Dimulai dengan melakukan proses perbandingan berpasangan dipilih kriteria dari level yang paling atas misalnya, hirarki A1,A2,A3,A4,A5

kemudian di ambil dari tingkatan yang berada dibawahnya diambil elemen yang akan dibandingkan, misalnya B1,B2,B3,B4,B5.

4. Proses perbandingan secara berpasangan, diperoleh penilaian keseluruhan.

$n \times [(n - 1)/2]$ buah ..**Rumus 2 1** Perbandingan Berpasangan

Dimana :

n = Rumus banyaknya elemen yang dibandingkan

Hasil perbandingan yang berupa skala dari 1 sampai dengan 9 yang menunjukkan perbandingan tingkat kepentingan pada suatu elemen. Skala perbandingan berpasangan dan pengertiannya yang populerkan oleh Thomas L.Saaty dalam jurnal (Ngatawi & Setyaningsih, 2011) menyatakan bahwa skala dilihat dari tingkat kepentingan, seperti yang di jelaskan pada Tabel 2.1 berikut.

Tabel 2. 1Skala Kepentingan Saaty

sama penting	1
<i>supplier</i> yang satu sedikit lebih penting	3
<i>supplier</i> yang satu lebih penting	5
<i>supplier</i> yang satu lebih penting dari <i>supplier</i> lain	7
<i>supplier</i> yang satu mutlak jauh lebih penting dari pada yang lain	9
Nilai – nilai toleransi antara dua pertimbangan/penilaian yang saling berdekatan.	2,4,6,8

Jika diketahui nilai yang diambil menunjukkan bahwa nilai tidak konsisten maka data yang diambil harus diperiksa/ulang.

5. Mengulangi langkah 3,4 dan 5 untuk seluruh tingkat hierarki
6. Menghitung vektor eigen dari setiap matriks perbandingan berpasangan
 Pada prosesnya, kolom dari matriks dijumlahkan dari nilai setiap kolomnya, kemudian nilai tersebut dibagi dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan, dan penjumlahan nilai – nilai yang ada dari setiap baris lalu membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata – rata.
7. Evaluasi konsistensi hierarki
 Rasio konsistensi pada AHP dapat dilihat dengan nilai indeks konsistensi. Nilai konsistensi haruslah valid, tidak mudah mendapatkan nilai dalam bentuk konsistensi yang valid, tetapi nilai rasio yang diharapkan haruslah $\leq 10\%$.

2.1.5.3 Kelebihan dan Kekurangan Metode AHP

1. Kelebihan Metode AHP

Menurut (saaty, 1993) dalam jurnal (Viarani & Zadry, 2015) menyatakan kelebihan dalam penggunaan AHP antara lain adalah sebagai berikut :

a. Fleksibel

Penambahan serta pengurangan kriteria tidaklah merusak struktur pada hierarki.

b. Objektif

Dengan menggunakan AHP proses penilaian akhir akan lebih objektif.

c. Sederhana

Proses yang digunakan pada AHP tergolong sederhana dengan perhitungan yang tidak terlalu rumit tetapi membutuhkan nilai yang konsistensi.

d. Cepat

Proses yang ada pada AHP tergolong cepat

2. Kekurangan Metode AHP

menurut (Saaty, 1993) dalam jurnal (Munthafa & Mubarak, 2017) penggunaan AHP antara lain :

a. Responden yang digunakan dalam AHP haruslah orang yang berpengalaman dibidangnya, hal ini sangat penting untuk kevaliditasan data dan reabilitas data.

b. Responden yang ada satu sama lain saling berhubungan atau berkaitan, pada pengisian kuesioner AHP diperlukan tingkat

konsistensi yang tinggi agar data yang diabil memiliki nilai validitas yang tinggi.

2.2.1 Sistem Pendukung Keputusan

Sistem pendukung keputusan merupakan sebuah sistem informasi pada level manajemen dari suatu organisasi dengan mengkombinasikan data dan model analisis canggih atau peralatan data analisis untuk mendukung pengambilan keputusan yang semi terstruktur dan tidak terstruktur sebagai referensi dalam melakukan pemecahan suatu masalah yang sedang terjadi (Wulandari, 2014).

Sistem pendukung keputusan juga dirancang untuk alat dalam membantu pengambilan sebuah keputusan yang ada di dalam sebuah organisasi ataupun didalam sebuah perusahaan. Sistem pendukung keputusan biasanya tersusun dari database, model grafis atau matematik yang digunakan untuk proses bisnis, dan antarmuka pengguna yang digunakan oleh pengguna agar dapat berkomunikasi (Al Fata, 2007 : 13) dalam jurnal (Wulandari, 2014).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pemilihan *supplier* telah banyak di teliti dengan berbagai metode khususnya dengan menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process (AHP)*. Dan oleh karena itu penulis menjadikan beberapa penelitian terdahulu tersebut menjadi dasar referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pemilihan *supplier*. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh penulis :

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Pemilihan *Supplier*

No	Peneliti	Judul Penelitian	Motode	Hasil Penelitian
1	Ngatawi (2011)	“Analisis Pemilihan <i>Supplier</i> menggunakan Metode <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> ”	<i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i>	hasil penelitian menunjukkan adanya pemilihan alternatif <i>supplier</i> yaitu “A”, “B”, “C”, “D”, “E”, dan “F”. Dan yang menjadi kriteria antara lain pengiriman, pelayanan, produk, kualitas dan biaya. Hasilnya <i>supplier</i> “A” di tetapkan sebagai <i>supplier</i> terbaik. Hal tersebut bisa di ketahui dengan adanya nilai akhir tertinggi pada akhir AHP yaitu sebesar 0,240.

Tabel 2. 3 Lanjutan

2	Merry (2014)	“Pemilihan <i>Supplier</i> Buah dengan Menggunakan Pendekatan <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> dan <i>TOPSIS</i> ”	metode <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i>	Hasil penelitian menghasilkan kriteria pengiriman (0,230), kualitas (0,168) pelayanan (0,154), profit perusahaan (0.138) harga (0,130), kelengkapan dokumen (0,106) dan resiko (0,074) , sedangkan untuk merangking di gunakan teknik <i>Technique Order Preference by Similarity to Ideal Soluton (TOPSIS)</i> dengan hasil aternatif A, alternatif B, alternatif C, alternatif D.
---	-----------------	---	--	---

Tabel 2. 4 Lanjutan

3	Toyo (2013)	“Pemilihan Pemasok Laptop pada Retailer di Yogyakarta dengan Metode <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .	metode <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .	Hasil penelitian faktor kemudahan dan ongkos <i>transport</i> merupakan kriteria yang utama di pilih oleh <i>retailer</i> di Yogyakarta terhadap pemilihan pemasok laptop. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasok X merupakan pemasok dengan kriteria terbaik dengan nilai sebesar 0,618. Selanjutnya diikuti oleh pemasok Y dengan nilai sebesar 0,304 dan terakhir Z dengan nilai sebesar 0,078.
---	----------------	---	--	--

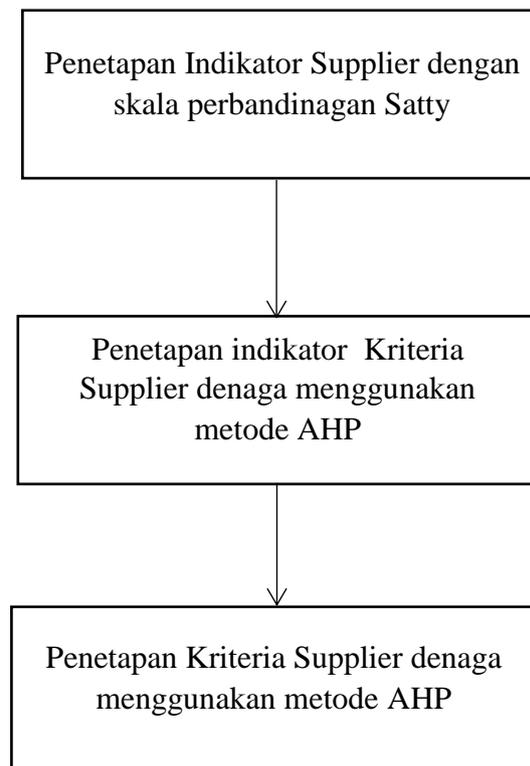
Tabel 2. 5 Lanjutan

4	Fatma (2012)	“Pemilihan <i>Supplier</i> Bahan Baku Pengemas dengan Metode <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> ”	<i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> .	hasil penelitian yang dilakukan pada <i>supplier</i> PT. A, PT. B, PT. C, maka hasil yang diperoleh adalah <i>supplier</i> PT. A memiliki nilai 8,5 (tetap menjadi <i>supplier</i>), PT. B memiliki nilai 7,5 (tetap menjadi <i>supplier</i>) dan PT. C memiliki nilai 5 (dikeluarkan dari daftar pemilihan <i>supplier</i>).
---	-----------------	--	---	--

Tabel 2. 6 Lanjutan

5	Limans antoso (2013)	“Pemilihan <i>Supplier</i> Produk <i>Calista</i> dengan Metode <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> .	metode <i>Analitycal Hierarchy Process (AHP)</i> ,	Hasil penelitian disimpulkan dengan menggunakan 2 penilaian. <i>Supplier P</i> memiliki nilai yang paling tinggi sebesar 0,250 pada sistem penilaian lama dan 0,258 pada sistem penilaian baru . hal yang menunjykan jika <i>supplier P</i> memiliki kinerja paling baik.
---	----------------------	--	--	---

2.4 Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran