

ANALISIS PEMILIHAN LOKASI KANTOR DAN WORKSHOP BARU MENGGUNAKAN METODE AHP PADA CV. YOUNG INTERIOR

Mochammad Fauzan Al Ayubi

Program Studi teknik Industri S-1, Institut Teknologi Nasional Malang

Email : fauzan.ayubi@gmail.com

Abstraks, Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting dalam penentu keberhasilan suatu usaha. Permasalahan dalam pemilihan lokasi pada umumnya yaitu terdapat beberapa kriteria yang dibutuhkan dan beberapa alternatif lokasi yang masing-masing memiliki keunggulan dalam beberapa kriteria tertentu sehingga sering terjadi keraguan dalam pengambilan keputusan pemilihan lokasi usaha. Penelitian yang dilakukan pada CV. Young Interior ini bertujuan untuk mendapatkan lokasi terbaik untuk kantor dan workshop baru dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh pemilik perusahaan. Penelitian dilakukan dengan cara membobotkan beberapa kriteria yaitu biaya, fasilitas, aksesibilitas, dan potensi pertumbuhan. Hasil pembobotan kriteria diperoleh kriteria yang paling diprioritaskan dalam pemilihan lokasi yaitu kriteria aksesibilitas. Kemudian dilakukan pembobotan subkriteria dalam setiap kriteria sehingga diperoleh bobot dari masing-masing subkriteria. Selanjutnya dilakukan pembobotan alternatif dari setiap subkriteria dan dilakukan pembobotan menggunakan Software Expert Choice. Hasil pembobotan menunjukkan alternatif lokasi Dieng memiliki bobot keseluruhan tertinggi yaitu sebesar 0,381 sehingga Dieng terpilih menjadi lokasi baru CV. Young Interior.

Keyword: Pemilihan lokasi, Interior, AHP

PENDAHULUAN

Pemilihan lokasi suatu perusahaan pada dasarnya akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, sehingga lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Adanya perbedaan keberhasilan suatu perusahaan dan perbedaan kekuatan atau kelemahan, seringkali dipengaruhi oleh faktor pemilihan lokasi. Sehingga lokasi yang dimaksud harus memiliki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang perusahaan (Haming& Nurnajamuddin, 2011).

Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam suatu usaha, seperti halnya pada usaha jasa interior. CV. Young Interior merupakan perusahaan jasa di kota Malang yang melayani perancangan interior dan telah berdiri sejak tahun 2013. Perusahaan ingin mendirikan lokasi baru untuk kantor dan workshop dalam satu lokasi sebagai langkah pengembangan bisnis. Dalam pemilihan lokasi perusahaan telah menentukan

beberapa kriteria yang dibutuhkan serta beberapa lokasi di kota Malang yang dijadikan alternatif dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar alternatif lokasi

Nama Lokasi	Alamat
Sawojajar	Jl. Danau Sentani Raya, Sawojajar
Araya	Jl. Blimbing Indah Megah, Araya
Dieng	Jl. Bukit Dieng Permai,
Sengkaling	Jl. Sidomakmur, Sengkaling, Dau

Data diatas merupakan daftar alternatif lokasi yang digunakan dalam pemilihan lokasi baru CV. Young Interior. Dari keempat lokasi tersebut perusahaan ingin mendapatkan satu lokasi terbaik yang paling memnuhi kriteria yang dibutuhkan perusahaan. Berdasarkan persoalan tersebut maka dilakukan pemilihan lokasi dengan menggunakan metode AHP yang merupakan metode pemecahan masalah multikriteria yang kompleks. Penggunaan metode ini yaitu

dengan membobotkan kriteria, subkriteria dan alternatif sehingga diperoleh alternatif lokasi dengan bobot keseluruhan tertinggi yang dipilih untuk menjadi lokasi baru CV. Young Interior.

LANDASAN TEORI

Pengertian Lokasi

Lokasi menurut (Tjiptono, 2015) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong, 2014) “place include company activities that make the product available to target consumers”. Kemudian menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011) “lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”. Pendapat mengenai lokasi dari para ahli tersebut, sampai pada pemahaman penulis bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Pemilihan Lokasi

Menurut Nurul Indarti (dalam Pambudi, A.S. 2016) pemilihan lokasi merupakan salah satu keputusan yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Pemilihan lokasi tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya sarana transportasi, jalur angkutan umum, tingkat perekonomian, luas area, keamanan, harga tanah, dan sumber daya manusia.

Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono (dalam Sopian, A.M, 2017) pemilihan lokasi fisik

memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnnya.
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut Saaty, hirarki didefinisikan

sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.

Software Expert Choice

Program aplikasi (*software*) *expert choice versi 11.5* dapat menggabungkan hasil perbandingan dengan jumlah lebih dari partisipan yaitu dengan menggabungkan fitur *average* untuk merata-rata hasil penilaian berpasangan individu menjadi sebuah nilai. Metode yang digunakan untuk mendapatkan nilai rata-rata tersebut yaitu dengan metoda perhitungan rata-rata geometrik . Langkah terakhir yang dilakukan dalam pengoperasian *software* ini adalah melakukan analisa sensitifitas yang tersedia dalam *icon Sensitivity Analysis*. *Icon* yang tersedia ini digunakan untuk mengecek sejauh mana pengaruh perubahan nilai kepentingan suatu kriteria terhadap peringkat alternatif-alternatif yang tersedia.

METODE

Prosedur AHP

Menurut Kadarsyah Suryadi dan Ali Ramdhani, dalam metode *Analytical Hierarchy Process* dilakukan langkah - langkah sebagai berikut: (Chrisnadi, L. 2019).

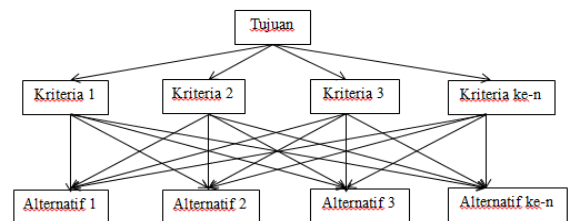
a. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.

Dalam tahap ini kita berusaha menentukan masalah yang akan kita pecahkan secara jelas, detail dan mudah dipahami. Dari masalah yang ada kita coba tentukan solusi yang mungkin cocok bagi masalah tersebut. Solusi dari masalah mungkin berjumlah lebih dari satu. Solusi

tersebut nantinya kita kembangkan lebih lanjut dalam tahap berikutnya.

b. Membuat struktur hirarki masalah

Hirarki masalah disusun untuk membantu proses pengambilan keputusan dengan memperhatikan seluruh elemen keputusan yang terlibat dalam system. Sebagian besar masalah menjadi sulit untuk diselesaikan karena proses pemecahannya dilakukan tanpa memandang masalah sebagai suatu system dengan suatu struktur tertentu.



Gambar 1. Struktur hirarki AHP

c. Perbandingan Berpasangan

Dalam perbandingan berpasangan ini, bentuk yang paling umum adalah bentuk matriks karena matriks merupakan alat yang sederhana dan biasa dipakai, serta memberi kerangka untuk menguji konsistensi. Rancangan matriks ini mencerminkan dua segi prioritas yaitu mendominasi dan didominasi.

Misalkan terdapat suatu subsistem hirarki dengan kriteria C dan sejumlah n alternative dibawahnya, A_i sampai A_n . Perbandingan antar alternatif untuk subsistem hirarki itu dapat dibuat dalam bentuk matriks $n \times n$, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Matrik Perbandingan Berpasangan

C	A1	A2	A3	A4	An
A1	a11	a12	a13	a14	a1n
A2	a21	a22	a23	a24	a2n
A3	a31	a32	a33	a34	a3n
A4	a41	a42	a43	a44	a4n
An	an1	an2	an3	an4	ann

(Sumber : Thomas L. Saaty, 2012)

Nilai a_{11} adalah nilai perbandingan elemen A1 (baris) terhadap A1 (kolom) yang menyatakan hubungan :

1. Seberapa jauh tingkat kepentingan A1 (baris) terhadap kriteria C dibandingkan dengan A1 (kolom), atau

2. Seberapa jauh dominasi A1 (baris) terhadap A1 (kolom), atau
3. Seberapa banyak sifat kriteria C terdapat pada A1 (baris) dibandingkan dengan A1 (kolom)

Nilai numerik yang digunakan untuk perbandingan diperoleh dari skala perbandingan yang disebut Saaty pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Skala penilaian Saaty

NILAI	KETERANGAN
1	Kriteria/Alternatif A sama penting dengan Kriteria/Alternatif B
3	A sedikit lebih penting dari B
5	A jelas lebih penting dari B
7	A sangat jelas lebih penting dari B
9	A mutlak lebih penting dari B
2,4,6,8	Apabila ragu-ragu antara dua nilai yang berdekatan

d. Perbandingan Bobot Prioritas

Setelah matrik perbandingan berpasangan untuk sekelompok kriteria telah dibuat maka langkah berikutnya menyusun bobot prioritas setiap kriteria. Hasil akhir dari perhitungan bobot prioritas tersebut merupakan suatu bilangan decimal dibawah satu dengan total prioritas y-untuk kriteria-kriteria dalam satu kelompok sama.

e. Uji Konsistensi

Semua elemen dikelompokkan secara logis dan diperingkatkan secara konsisten sesuai dengan suatu kriteria yang logis. Perhitungan indeks konsistensi (CI), pengukuran ini dimaksud untuk mengetahui konsistensi jawaban yang akan berpengaruh pada kesahihan hasil. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{Max} - n}{n - 1}$$

Untuk mengetahui apakah Ci dengan besaran tertentu cukup baik atau tidak, perlu diketahui rasio yang dianggap baik, yaitu apabila:

$$CR \leq 0,1$$

Rumus CR (*Consistency Ratio*) adalah :

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

CR merupakan parameter yang digunakan untuk memeriksa apakah perbandingan berpasangan telah dilakukan dengan konsekuen atau tidak.

Nilai Ri merupakan nilai random index yang dikeluarkan oleh *Oarkridge Laboratory* seperti pada tabel 2 berikut:

Tabel 4. Skala Nilai Random Indeks *Oarkridge Laboratory*

N	1	2	3	4	5	6	7
RI	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32
N	8	9	10	11	12	13	
RI	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	

Penentuan Kriteria dan Subkriteria

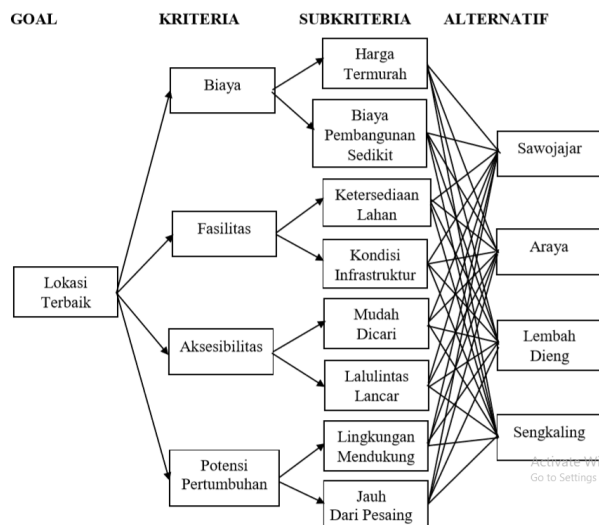
Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik perusahaan CV. Young Interior didapatkan informasi bahwa dalam memilih lokasi baru perusahaan telah menetapkan beberapa kriteria dan sub kriteria diantaranya sebagai berikut :

Tabel 5. Kriteria dan subkriteria lokasi

Kriteria	Subkriteria
Biaya	Harga termurah
	Kebutuhan biaya pembangunan sedikit
Fasilitas	Ketersediaan Lahan
	Kondisi Infrastruktur
Aksesibilitas	Mudah ditemukan
	Lalulintas menuju lokasi lancar
Potensi Pertumbuhan	Lingkungan yang mendukung
	Jauh dari pesaing

(Sumber: CV. Young Interior)

Penyusunan Hirarki



Gambar 2. Struktur hirarki pemilihan lokasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembobotan Antar Kriteria

Pembobotan dilakukan dengan membuat matriks perbandingan berpasangan berdasarkan penilaian pemilik perusahaan.

Tabel 6. Matriks perbandingan berpasangan kriteria

	BY	FS	AK	PP
BY	1	5	0,33	3
FS	0,2	1	0,14	0,33
AK	3	7	1	5
PP	0,33	3	0,20	1
Jumlah	4,53	16	1,67	9,33

(Sumber: CV. Young Interior)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.3 selanjutnya dilakukan penghitungan matrik faktor penilaian kriteria dan pengujian konsistensi serta menentukan bobot kriterianya.

Tabel 7. Perhitungan bobot kriteria

	BY	FS	AK	PP	Bobot
BY	0,22	0,31	0,20	0,32	0,26
FS	0,04	0,06	0,08	0,04	0,06
AK	0,66	0,44	0,60	0,54	0,56
PP	0,07	0,19	0,12	0,11	0,12
Jumlah	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

(Sumber: Pengolahan Data)

- $\lambda_{maksimum}$
 $= (4,53 \times 0,26) + (16 \times 0,06) + (1,67 \times 0,56) + (9,33 \times 0,12)$
 $= 4,16$ (Consistency Index)

- Perhitungan Consistency Index (CI)

$$\frac{\lambda_{maksimum} - n}{n - 1} = \frac{4,16 - 4}{4 - 1} = 0,05$$

- Consistency Ratio (CR)

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,05}{0,9} = 0,06$$

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa bobot tertinggi terletak pada kriteria aksesibilitas (AK) sebesar 0,56, sehingga kriteria yang diprioritaskan dalam pemilihan lokasi adalah kriteria aksesibilitas.

Dari hasil perhitungan uji konsistensi diperoleh CR sebesar 0,06. Karena nilai $CR < 0,1$ maka penelitian terhadap perbandingan berpasangan antar kriteria dapat dikatakan konsisten.

Pembobotan subkriteria dari kriteria biaya

- Harga termurah (A1)
- Biaya pembangunan sedikit (A2)

Tabel 8. Matriks perbandingan berpasangan kriteria biaya

sub kriteria	A1	A2
A1	1	5
A2	0,20	1
Jumlah	1,20	6

(Sumber: CV. Young Interior)

Tabel 9. Perhitungan bobot subkriteria dari kriteria biaya

sub kriteria	A1	A2	Bobot
A1	0,83	0,83	0,83
A2	0,17	0,17	0,17
Jumlah	1,00	1,00	1,00

(Sumber: Pengolahan Data)

Selanjutnya dilakukan pembobotan serupa pada subkriteria dari subkriteria lainnya sebanyak 4 kriteria dan dikalikan dengan bobot kriteria hingga diperoleh hasil sebagai berikut.

	A	B	C	D
1	0,83	0,75	0,13	0,83
2	0,17	0,25	0,87	0,17

 $\times$

					Bobot Kriteria
					0,26
					0,06
					0,56
					0,12

 $=$

		1	2
A		0,22	0,04
B		0,04	0,01
C		0,07	0,49
D		0,10	0,02

Pembobotan alternatif lokasi

Pembobotan dilakukan dengan membuat matriks perbandingan berpasangan lokasi dari sub kriteria harga termurah berdasarkan penilaian perusahaan.

Tabel 10. Matriks perbandingan berpasangan lokasi

Lokasi	SJ	AR	DG	SK
SJ	1	4	3	0,5
AR	0,25	1	0,33	0,14
DG	0,33	3	1	0,2
SK	2	7	5	1
Jumlah	3,58	15	9,33	1,84

Berdasarkan hasil dari tabel 4.21 selanjutnya dilakukan penghitungan matrik faktor penilaian lokasi dan pengujian konsistensi serta menentukan bobot lokasi.

Tabel 11. bobot alternatif lokasi

Lokasi	SJ	AR	DG	SK	Bobot
SJ	0,28	0,27	0,32	0,27	0,28
AR	0,07	0,07	0,04	0,08	0,06
DG	0,09	0,20	0,11	0,11	0,13
SK	0,56	0,47	0,54	0,54	0,53
Jumlah	1	1	1	1	1

(Sumber: Pengolahan Data)

- $\lambda_{\text{maksimum}}$
 $(3,58 \times 0,28) + (15 \times 0,06) + (9,33 \times 0,13) + (1,84 \times 0,53) = 4,10$
- Perhitungan *Consistency Index* (CI)

$$\frac{\lambda_{\text{maksimum}} - n}{n - 1} = \frac{4,10 - 4}{4 - 1} = 0,03$$

- *Consistency Ratio* (CR)

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,03}{0,9} = 0,04$$

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa bobot tertinggi terletak pada lokasi Sengkaling (SK) sebesar 0,53. sehingga Sengkaling merupakan lokasi dengan harga termurah.

Dari hasil perhitungan uji konsistensi diperoleh CR sebesar 0,06. karena nilai CR < 0,1 maka penelitian terhadap perbandingan berpasangan antar lokasi dapat dikatakan konsisten. Selanjutnya dilakukan pembobotan serupa terhadap subkriteria lainnya sebanyak 8 subkriteria hingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 12. Bobot subkriteria dan alternatif

Sub Kriteria	Bobot	SJ	AR	DG	SK
A1	0,23	0,28	0,06	0,13	0,53
A2	0,04	0,56	0,26	0,06	0,12
B1	0,04	0,27	0,07	0,53	0,13
B2	0,01	0,21	0,58	0,14	0,07
C1	0,07	0,11	0,56	0,27	0,06
C2	0,49	0,14	0,06	0,56	0,25
D1	0,10	0,06	0,57	0,24	0,13
D2	0,02	0,56	0,06	0,12	0,26

(Sumber: Pengolahan Data)

Selanjutnya dilakukan perkalian bobot dari setiap alternatif dengan bobot dari setiap subkriteria sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 13. Bobot keseluruhan lokasi

Kriteria dan Sub Kriteria	SJ	AR	DG	SK
A1	0,29	0,06	0,13	0,53
A2	0,56	0,26	0,06	0,12
B1	0,27	0,07	0,53	0,13
B2	0,22	0,58	0,14	0,07
C1	0,11	0,56	0,27	0,06
C2	0,14	0,06	0,56	0,25
D1	0,06	0,57	0,24	0,13
D2	0,56	0,06	0,12	0,26
Jumlah	0,19	0,16	0,37	0,27

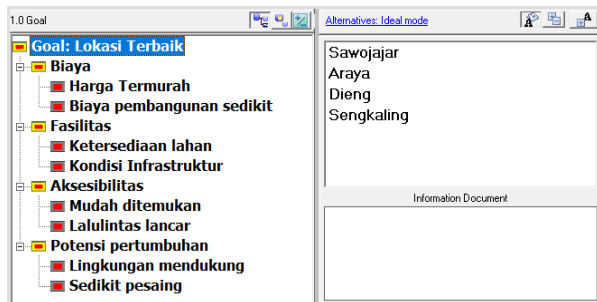
(Sumber: Pengolahan Data)

Data diatas merupakan bobot keseluruhan dari masing – masing alternatif lokasi, dari data tersebut dapat dilihat bahwa

lokasi Dieng (DG) memiliki bobot terbesar yakni sebesar 0,37 sehingga Dieng merupakan lokasi terbaik untuk perusahaan.

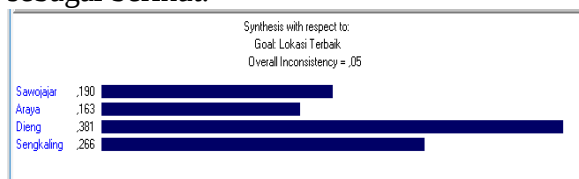
Pembobotan Menggunakan *Expert Choice*

Tahap pertama dalam pembobotan dengan *Expert Choice* yaitu dengan memasukkan kriteria, subkriteria, serta alternatif seperti pada gambar berikut.



Gambar 3. Kriteria, subkriteria, dan alternatif

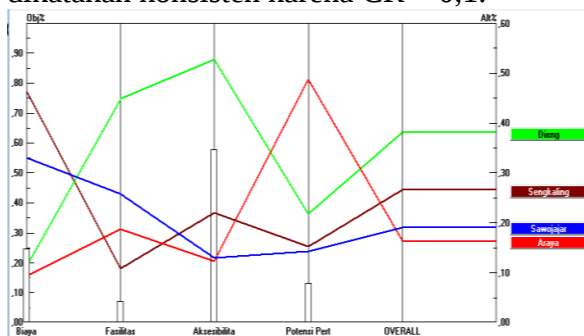
Tahap selanjutnya yaitu memasukkan data perbandingan berpasangan kriteria, subkriteria, dan alternatif berdasarkan penilaian perusahaan hingga diperoleh hasil sebagai berikut.



Gambar 4. Bobot hasil *expert choice*

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa lokasi Dieng memiliki bobot tertinggi yakni sebesar 0,381 sehingga Dieng merupakan lokasi terbaik untuk perusahaan.

Hasil konsistensi keseluruhan menunjukkan angka 0,05, sehingga penelitian tentang pemilihan lokasi dapat dikatakan konsisten karena $CR < 0,1$.



Gambar 5. Output pengolahan *expert choice*

Gambar diatas merupakan grafik bobot alternatif dari setiap kriteria. Dari keseluruhan bobot tersebut yang menempati urutan teratas yaitu lokasi Dieng.

PEMBAHASAN

- Pada perhitungan pembobotan antar kriteria menggunakan menggunakan metode AHP diperoleh kriteria dengan bobot tertinggi dan merupakan kriteria paling diprioritaskan dalam pemilihan lokasi adalah kriteria aksesibilitas dengan bobot sebesar 0,56, yang menjadi prioritas selanjutnya adalah kriteria biaya dengan bobot sebesar 0,26, dilanjutkan dengan kriteria potensi pertumbuhan dengan bobot sebesar 0,12, dan kriteria Fasilitas dengan bobot sebesar 0,06.
- Pada pembobotan keseluruhan alternatif terhadap bobot subkriteria diperoleh lokasi dengan bobot tertinggi yaitu lokasi Dieng dengan bobot sebesar 0,37, lokasi Sengkaling dengan bobot sebesar 0,27, lokasi Sawojajar dengan bobot sebesar 0,19, dan lokasi Araya dengan bobot sebesar 0,16.
- Hasil pembobotan menggunakan *Expert Choice* diperoleh lokasi dengan bobot tertinggi yaitu lokasi Dieng dengan bobot sebesar 0,38, kemudian lokasi Sengkaling dengan bobot sebesar 0,26, lokasi Sawojajar dengan bobot sebesar 0,19, dan lokasi Araya sebesar 0,16 serta diperoleh derajat inkonsistensi keseluruhan sebesar 0,05.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh lokasi terbaik bagi CV. Young Interior penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil pembobotan alternatif lokasi yang dilakukan terhadap kriteria dan sub kriteria diperoleh alternatif lokasi dengan bobot tertinggi yang merupakan lokasi terpilih untuk lokasi baru CV. Young Interior yaitu lokasi Dieng dengan bobot sebesar 0,381.

- Pada pengolahan data menggunakan Expert Choice diperoleh derajat inkonsistensi keseluruhan sebesar 0,05 yang berarti tingkat kesalahan dalam pengambilan keputusan pemilihan lokasi tergolong rendah karena $CR < 0,1$.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di CV. Young Interior maka penulis dapat memberikan saran yaitu dalam menentukan alternatif lokasi perusahaan perlu memperhatikan kriteria-kriteria yang dibutuhkan serta memperbanyak informasi tentang lokasi terbaik di kota Malang. Dalam memilih lokasi terbaik perusahaan diharapkan memilih lokasi dengan hasil pembobotan tertinggi sehingga bisa diperoleh lokasi yang paling memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Haming, M., Nurnajamuddin, M. 2011. Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa. Jakarta: Bumi Aksara
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Pambudi, Arif Setyo. 2016. Sistem Penunjang Keputusan Penentuan Lokasi Pembangunan Supermarket Dengan Metode AHP
- Sopian, Anggi M. 2017. Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen kedai kopi Euy kota Bandung)
- Chrisnadi, Lukas. 2019. Penerapan AHP Dalam Pemilihan Supplier di CV. Hutan Rimba Dengan Expert Choice.
- Saaty, Thomas L. 2004, The Analytic Hierarchy Process, Planning, Priority Setting, Resource Allocation, United States Of America.