

Analytical Hierarchy Process dan Weighted Product untuk Sistem Pendukung Keputusan dalam Pemilihan Sales Terbaik

Tiara Puspa Aziza¹, Rahmat Tullah², Abdur Rochman³

^{1, 2, 3} Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global, Tangerang, Indonesia

Email: ¹tiarapuspaaaziza99@gmail.com, ²rahmatullah@global.ac.id, ³abdurrochman@global.ac.id

Abstrak - Dalam lingkungan bisnis yang berubah dan kompetitif, PT Citra Usaha Lamindo menghadapi tantangan dalam memilih sales terbaik untuk berbagai tugas penjualan yang beragam. Mereka memiliki akses ke data penjualan yang beragam, termasuk kinerja sales, jenis produk, segmentasi pasar, dan metrik penjualan lainnya. Sales di PT Citra Usaha Lamindo mendapatkan insentif atau bonus ketika mencapai target penjualan mereka, yang diberikan setiap bulan. Selain itu, Perusahaan juga melakukan kegiatan pemilihan sales terbaik yang sudah berlangsung pada 2 tahun belakangan. Kini, pemilihan sales terbaik hanya berdasarkan pencapaian target penjualan, yang dianggap tidak adil oleh sebagian sales. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti akan mengembangkan sistem pendukung keputusan dengan 3 kriteria yang telah ditentukan oleh Perusahaan melalui memakai teknik AHP yang dikenal juga dengan analytic hierarchy process serta dengan teknik WP yang dikenal dengan weighted product. Pemilihan sales terbaik mempertimbangkan kemampuan individual seperti target, absensi, dan pengetahuan produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan semangat tim sales dan mencapai kinerja yang maksimal. Penelitian ini menghasilkan wawasan perihal peran teknologi dalam memberikan bantuan pada perusahaan meningkatkan kinerja sales mereka.

Kata Kunci - Sales, Pengetahuan Produk, Metode Hierarchy Process, Weighted Product.

Abstract - *In a changing and competitive business environment, PT Citra Usaha Lamindo faces challenges in selecting the best salespeople for various sales tasks. They have access to a variety of sales data, including sales performance, product type, market segmentation, and other sales metrics. Sales at PT Citra Usaha Lamindo get incentives or bonuses when they reach their sales targets, which are given every month. Apart from that, the Company also carries out activities to select the best salespeople which have been going on for the last 2 years. Now, the selection of the best salesperson is only based on achieving sales targets, which is considered unfair by some salespeople. To overcome this problem, researchers will develop a decision support system with 3 criteria determined by the Company using the AHP technique which is also known as the analytic hierarchy process and the WP technique which is known as weighted product. The selection of the best salesperson considers individual*

abilities such as targets, attendance and product knowledge. This aims to increase the sales team's morale and achieve maximum performance. This research produces insight into the role of technology in helping companies improve their sales performance.

Keywords - Sales, Product Knowledge, Hierarchy Process Method, Weighted Product.

I. PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah dan kompetitif, strategi yang tepat dalam mengelola dan mengoptimalkan kinerja penjualan menjadi kunci bagi keberhasilan perusahaan. PT Citra Usaha Lamindo, sebuah perusahaan distribusi dan penjualan yang baik, menghadapi tantangan dalam memilih sales terbaik untuk berbagai tugas dan peluang penjualan yang beragam. Latar belakang penelitian ini muncul dari kesadaran kebutuhan untuk menerapkan pendekatan yang lebih terstruktur dan berbasis data dalam pemilihan sales terbaik.

Perusahaan ini memiliki akses ke beragam data penjualan, termasuk kinerja sales, jenis produk yang dijual, segmentasi pasar, dan metrik penjualan lainnya. Dengan adanya sales dapat membantu Perusahaan untuk menawarkan produk yang di distribusikan, sales mendapatkan *incentive* atau bonus ketika target nya tercapai, target akan diberikan sebulan setelahnya.

Selain ada nya *incentive* yang diberikan setiap sebulan sekali, PT Citra Usaha Lamindo juga melakukan kegiatan dalam rangka pemilihan sales terbaik agar meningkatnya semangat pada tim sales yang akan membuat Perusahaan pun ikut merasakan hasil dari peningkatan semangat dari tim sales, kegiatan pemilihan sales terbaik sudah berjalan kurang lebih 2 tahun kebelakangan ini. Sales akan mendapatkan predikat sales terbaik jika target tercapai selama 12 bulan berturut. Selama ini pemilihan sales terbaik dinilai hanya dengan satu kriteria yaitu dengan pencapaian targetnya saja, membuat sales yang lain merasa tidak adil, karena menurut mereka ada beberapa hal lain yang bisa menjadikan kriteria pertimbangan untuk penilaian sales terbaik.

Pada permasalahan berikut peneliti nantinya membawa sebuah solusi dengan berdasarkan pada permasalahan serta nantinya diperbaharui memakai SPK dengan tersusun atas 3 klasifikasi yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam penentuan sales terbaik melalui yang dihasilkan kinerja terbaik pula. Maka dari itu dipilihnya sales terbaik

bisa memberikan bantuan dalam meraih kinerja dengan maksimal.

Tahapan untuk penentuan sales terbaik, penentuan dijalankan berdasarkan pada kompetensi individunya, yang pada persoalan ini dinilai melalui aktivitas harian saat bekerja, seperti apa penawaran yang dilakukan pada owner toko maupun pada konsumen atau pelanggan lain, merapikan dan membersihkan display barang yang ada di rak toko, selain itu akan dan test atau wawancara untuk pemahaman produk kepada seluruh tim sales dilaksanakan atas pemimpin yang menjadi tolak ukur sejauh apakah pemahaman sales mengenai suatu produk dengan penjualan melalui teori serta pada prakteknya. Adapun kriteria berikutnya yaitu absensi, absensi di ambil berdasarkan kehadiran sales setiap harinya dan ketepatan waktu kerja (tidak telat masuk).

Penelitian ini nantinya bisa memberikan sebuah wawasan dengan menyeluruh mengenai bagaimana pengaplikasian suatu teknologi ini pada memberikan bantuan ke perusahaan dalam meningkatkan kinerja. Adapun beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menjadi referensi dalam penelitian ini yaitu :

Napila & Hidayat [1] pada penelitiannya menjelaskan, persaingan pada lingkup yang mencakup bisnis dimana terjadi pada perusahaan yang tanpa dapat untuk dihindari. Salesman yakni termasuk pada pendukung kesuksesan segala pekerjaan perusahaan melalui mempromosikan serta melaksanakan roda perputaran perdagangan. Termasuk pada penunjang keberhasilan total barang yang diperdagangkan bergantung dengan bagaimana langkah penjualan produknya, sampai menciptakan SPK penentuan salesman terbaik memakai teknik AHP melalui alasan belum dijumpai penanggungan.

“Metode Weighted Product Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Bonus Pegawai Pada CV Bejo Perkasa” Hasil atau kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan teknik WP yang diaplikasikan pada perusahaan itu bisa meringankan bagian finansial serta pemilik perusahaan pada menetapkan pegawai yang berhak memperoleh suatu bonus dengan lebih akurat.” [2]

Definisi sales yakni termasuk pada bagian utama dalam sebuah perusahaan dengan berfokus pada aspek perdagangan sebuah produk. Sales berwenang dalam menjalankan penjualan berdasarkan melalui ketentuan serta prosedur perusahaan, juga nantinya dimiliki target penjualan khusus atas sebuah perusahaan. Laba yang didapatkan perusahaan ditetapkan melalui seberapa banyak produk dijual oleh sales. Sales perlu memahami dengan baik mengenai produk yang nantinya diperdagangkan, serta perlu menangani jika pada waktu mendatang terdapat komplain yang para pelanggan berikan. [3]

Para sales ini yakni seorang penjual, yang umumnya penilaiannya melalui pengukuran volume perdagangan yang berhasil diraih (closing). Salesman nantinya menangani langsung pelanggan maupun nasabah maupun klien, yang awalnya dengan menawarkan barang hingga ke penjualan produk maupun dialaminya transaksi.

Selayaknya yang sudah disampaikan jika definisi Sales dengan ringkas yakni penjualan. [4]

Tujuan utama dari penjualan adalah untuk mencapai transaksi yang menguntungkan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Proses penjualan mencakup beberapa langkah, mulai dari membangun hubungan dengan calon pelanggan, memahami kebutuhan mereka, menjelaskan produk atau jasa, mengatasi keberatan, bernegosiasi, hingga akhirnya mencapai penutupan atau pembelian. Keterampilan komunikasi, pengetahuan tentang produk, dan kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan adalah faktor kunci dalam keberhasilan dalam bidang penjualan.

Penjualan juga merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi pemasaran suatu perusahaan. Upaya penjualan dapat berfokus pada penjualan langsung kepada pelanggan atau melibatkan perantara, seperti agen penjualan, distributor, atau mitra bisnis lainnya. Dalam lingkup yang lebih luas, penjualan juga dapat mencakup aktivitas seperti penjualan online atau e-commerce.

Keberhasilan penjualan memiliki dampak signifikan pada pendapatan dan pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sering mengembangkan strategi penjualan yang terencana dengan baik, termasuk pelatihan penjualan bagi karyawan, analisis pasar, serta pemahaman yang mendalam tentang perilaku dan preferensi pelanggan.

Definisi atas Sistem Pendukung Keputusan yakni suatu sistem informasi dimana dipakai dalam memberikan bantuan penarikan keputusan pada sebuah organisasi maupun sebuah perusahaan. Perancangan pada SPK didesain agar bisa memberikan sarana pada proses penarikan sebuah keputusan kompleks melalui memasok informasi dengan relevan serta lebih terstruktur. Dalam SPK data dan informasi diolah menggunakan metode – metode matematika atau statistika untuk menghasilkan rekomendasi atau opsi keputusan yang dapat membantu pengambilan keputusan. [5]

Saat kisaran awal 1960 diterangkan oleh Michael S.Scot serta atas G.Antony jika suatu sistem yang namanya yakni Management Decision. Lalu saat 1971 mulai terkenal lewat nama DSS yakni kepanjangan dari Decision Support of System maupun SPK. SPK yakni suatu sistem berdasarkan pada komputer yang melalui suatu data atau juga tipe khusus melalui tujuan memberikan bantuan pada penarikan keputusan dalam menangani persoalan pada menetapkan serta menarik keputusan dengan lebih sesuai. [6]

Suatu sistem yang dirancang agar bisa memberikan bantuan pada individu maupun sekelompok orang pada menarik keputusan dengan jauh lebih baik serta yang lebih terinformasi pada situasi yang kompleks atau ambigu. DSS menggunakan teknologi komputer, data, model analisis, serta alat bantu lainnya untuk menyediakan informasi yang relevan dan dukungan analisis kepada pengambil keputusan. SPK mempunyai suatu tujuan agar bisa memasok informasi, membina, memprediksi juga mengarahkan terhadap pemakai informasi supaya bisa

menjalankan penarikan keputusan dengan semakin akurat. Pada dijalkannya penelitian memakai teknik AHP serta WP.

II. METODE PENELITIAN

A. Analytical Hierarchy Process

Analytic Hierarchy Process atau yang bisa disingkat dengan AHP yakni termasuk teknik atas SPK dengan dipergunakan dalam memudahkan pada penarikan keputusan yang akhirnya menciptakan informasi yang akurat untuk digunakan. [7]

Konsep teknik AHP yakni berupa merubah suatu nilai kualitatif sebagai suatu nilai kuantitatif. [8]

Analisis Hierarchy Process (AHP) telah digunakan secara luas dalam SPK untuk pemilihan karyawan dan kriteria serupa. AHP memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengukur dan membandingkan bobot relatif antara kriteria yang berbeda dalam proses pemilihan sales. AHP juga membantu dalam membangun hierarki kriteria dan alternatif, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan yang lebih terstruktur.

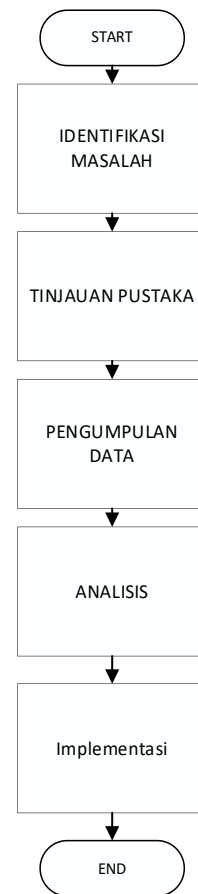
B. Weighted Product

Definisi atas Teknik WP yang dikenal juga dengan Weighted Product [9] yakni sebuah teknik yang memakai suatu perkalian dalam mengaitkan rating atribut, yang pada rating di masing-masing atribut perlu untuk dipangkatkan dahulu melalui bobot yang dimaksud. WP yakni termasuk kajian multikriteria ketetapan atau juga dikenal MCDA yang kepanjangannya yakni Mult-Criteria Decision of Analysis dimana termasuk terkemuka. Teknik untuk multikriteria penarikan ketepatan MCDM yang diberikan yakni sebuah set terbatas atas suatu alternatif ketetapan dengan diterangkan pada sejumlah kriteria dalam sebuah keputusan. Masing-masing pada alternatif keputusan jika dilakukan perbandingan dengan lainnya, melalui mengeksplor sebagian rasio, satu dalam seluruh kriteria keputusan. Untuk masing-masing rasio ditingkatkan menuju kekuasaan setara pada beratnya yang relatif atas kualifikasi dengan sesuai. [10]

C. Langkah-Langkah Penelitian

Pada penciptaan SPK sales terbaik pada PT Citra Usaha Lamindo ini dipakai sebuah metodologi yang berupa teknik AHP serta WP. Teknik WP memakai perkalian dalam mengaitkan rating atribut, yang mana rating pada masing-masing atribut perlu untuk dipangkatkan dahulu melalui bobot atribut kaitannya, Pada tahapan ini serupa dengan proses normalisasi.

Untuk tahapan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Penelitian

a. Identifikasi Masalah

Langkah awal yang wajib dilakukan dalam menelitian ini adalah mengidentifikasi permasalahan yang ada, sehingga hasilnya tidak keluar dari alur riset [11]

Penentuan sales terbaik yang masih dilakukan secara manual sehingga sulit dalam perhitungan dan hasil yang diharapkan masih belum sesuai dengan yang diharapkan.

b. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka diperuntukan untuk memperoleh teori- teori dari para ahli serta ahli pada bidangnya tiap- tiap dan hasil dari riset yang terlebih dulu dicoba sebagai acuan untuk riset ini serta yang hendak dijadikan landasan pada riset ini. Riset ini meliputi pemahaman tentang teori, konsep dan tata cara yang relevan buat membentuk kerangka berfikir, supaya riset ini bertabiat logis serta terarah. [12]

c. Pengumpulan Data

Data- data yang digunakan dalam riset ini merupakan informasi yang didapat staff dan kepala departemen. Metode pengumpulan informasi dalam riset ini dilakukan dengan hasil dari survey sebelumnya dimana mempunyai probabilitas terpilih yang sama. [13]

d. Analisis

Sesi berikutnya merupakan menganalisis hasil pengumpulan informasi juga pengolahan informasi. Analisis diupayakan mendalam sehingga dapat menciptakan kumpulan informasi yang valid serta relevan. [14]

e. Implementasi

Sesi terakhir dari riset ini merupakan Implementasi dari hasil pengolahan informasi serta analisis terhadap pemilihan sales terbaik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Analisis (*Analyze*)

Analisis permasalahan sales, analisis identifikasi tujuan dan analisis alternatif sales. Berikut adalah uraian lengkapnya:

a. Analisis Permasalahan

Adapun beberapa kendala yg dihadapi oleh sales di PT Citra Usaha Lamindo yaitu Target penjualan yang tidak terpenuhi, ketidakmampuan menjangkau pelanggan potensial dan kendala logistic atau stok. Untuk mengumpulkan informasi mengenai permasalahan sales tersebut peneliti menggunakan wawancara, observasi atau pengamatan di PT Citra Usaha, Batu Ceper Kota Tangerang yang menjadi lokasi penelitian ini

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mendapatkan informasi secara langsung atau tatap muka terhadap orang yang bertanggung jawab atas tugas administrative sales di PT Citra Usaha Lamindo yaitu supervisor sales nasional. Hasil wawancara akan disesuaikan dengan hasil kinerja dan kemampuan sales tersebut. [15]

2. Observasi atau Pengamatan

Pengamatan dilakukan dengan cara mendatangi Perusahaan yaitu PT Citra Usaha Lamindo. Hal ini dilakukan untuk pengumpulan data, bahan dan studi lapangan dengan cara mengamati langsung cara kerja penilaian terhadap sales di PT Citra Usaha Lamindo. [16]

b. Analisis Implementasi

Analisis implementasi SPK memakai teknik AHP serts WP pada PT Citra Usaha Lamindo adalah penilaian terhadap bagaimana kedua metode tersebut diterapkan dalam pengambilan keputusan di perusahaan. Ini melibatkan langkah-langkah untuk menentukan kriteria, menilai alternatif, menghitung bobot, dan memilih solusi terbaik. Analisis tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa metode AHP dan WP digunakan secara efektif dan konsisten dalam membantu perusahaan membuat keputusan yang tepat.

Berikut ini merupakan daftar datasales marketing yang mengikuti seleksi:

Pada tabel 1 menunjukkan nama sales marketing yang mengikuti seleksi ada Ariyanti Putri, Juwita Apriyanti dan Sinta Candrawati

Tabel 1. Daftar nama sales marketing

NO	Nama Sales Marketing
1.	Ariyanti Putri
2.	Juwita Apriyanti
3.	Sinta Candrawati

Pada tabel 2 menunjukkan kriteria untuk memenuhi tahapan seleksi ada target, absen dan pengetahuan produk.

Tabel 2. Kriteria

NO	Kriteria
1	Target
2	Absen
3	Pengetahuan Produk

Pada tabel 3 menampilkan matriks perbandingan berpasangan yakni menjalankan perbandingan pada wujud berpasangan segala kualifikasi dalam masing-masing sub sistem yang mengenai hirarki. Perbandingan dengan wujud berpasangan diubah pada wujud kajian numerik, dipakai sebuah nilai numerik dalam segala perbandingan didapatkan melalui skala perbandingan mulai dengan 1 sampai ke 7 yang sudah ditentukan, selayaknya yang ditampilkan melalui tabel dengan berupa :

Tabel 3. Matriks yang Membandingkannya Berpasangan

Kriteria	Target	Absen	Pengetahuan Produk
Target	1.0000	1.2500	0.8333
Absen	0.8000	1.0000	0.6667
Pengetahuan Produk	1.2000	1.5000	1.0000
Jumlah Total	3.0000	3.7500	2.5000

Tabel ini menunjukkan nilai Eigen Value untuk masing-masing kriteria, yaitu "target," "absen," dan "pengetahuan produk." Eigen Value digunakan dalam analisis nilai dan bobot untuk kriteria-kriteria ini

Tabel 4. Eigen value

Eigen Value	
0.33333333	
Target	1.0137
Absen	0.8110

<i>Pengetahuan Produk</i>	1.2164
<i>Total</i>	3.0411

Bobot ini mengindikasikan seberapa pentingnya masing-masing kriteria dalam proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini, bobot diberikan dalam bentuk pecahan desimal seperti 0,3333, 0,2667, dan 0,4000.

" pengetahuan produk " memiliki bobot prioritas sekitar 0,3333.

"absen" memiliki bobot prioritas sekitar 0,2667.

"target" memiliki bobot prioritas sekitar 0,4000

Tabel 5. Bobot Prioritas

<i>Target</i>	0.3333
<i>Absen</i>	0.2667
<i>Pengetahuan Produk</i>	0.4000

Table 6. Sample 1 Target

				Eigen Value	
<i>TARGET</i>	<i>Ariyanti Putri</i>	<i>Sinta Candrawati</i>	<i>Juwita Apriyanti</i>	0,333333333	<i>bobot</i>
<i>Ariyanti Putri</i>	1	2	6	2,289428485	0,6
<i>Sinta Candrawati</i>	0,5	1	3	1,144714243	0,3
<i>Juwita Apriyanti</i>	0,166666667	0,333333333	1	0,381571414	0,1
				3,815714142	

Eigen Value: Kolom ini menunjukkan nilai eigen value hasil perbandingan antara alternatif dan kriteria yang berhubungan dengan absen.

ABSEN: Ini adalah nama kriteria yang digunakan dalam analisis ini, yaitu "absen."

Ariyanti Putri, Sinta Candrawati, Juwita Apriyanti:

Nama alternatif yang sedang dievaluasi.

Eigen Value: menunjukkan nilai eigen value yang dihasilkan dari perbandingan matriks berpasangan antara alternatif dan kriteria yang berhubungan dengan target. Eigen value adalah salah satu langkah dalam analisis eigenvalue dan eigenvector.

TARGET: Ini adalah nama kriteria yang

digunakan dalam analisis ini, yaitu "target."

Ariyanti Putri, Sinta Candrawati, Juwita Apriyanti: Ini adalah nama alternatif yang sedang dievaluasi.

0,333333333: Ini adalah nilai eigenvalue yang digunakan dalam perhitungan berdasarkan perbandingan antara kriteria "target" dan alternatif.

bobot: Ini adalah kolom yang menunjukkan bobot relatif yang diberikan pada masing-masing alternatif berdasarkan kriteria "target." Bobot ini digunakan dalam perhitungan akhir.

Hasil eigen value untuk tabel ini adalah sekitar 3,8157.

0,333333333: Nilai eigen value yang digunakan dalam perhitungan berdasarkan perbandingan antara kriteria "absen" dan alternatif.

bobot: Kolom ini menunjukkan bobot relatif yang diberikan pada masing-masing alternatif berdasarkan kriteria "absen."

Hasil eigen value untuk tabel ini adalah sekitar

3,0677

Tabel 7. Sample 2 Absen

				Eigen Value	
<i>ABSEN</i>	<i>Ariyanti Putri</i>	<i>Sinta Candrawati</i>	<i>Juwita Apriyanti</i>	0,333333333	<i>bobot</i>
<i>Ariyanti Putri</i>	1	1	3	1,44224957	0,377976315
<i>Sinta Candrawati</i>	0,5	1	3	1,144714243	0,3
<i>Juwita Apriyanti</i>	0,333333333	0,333333333	1	0,480749857	0,125992105
				3,06771367	

Eigen Value: Kolom ini menunjukkan nilai eigen value hasil perbandingan antara alternatif dan kriteria yang berhubungan dengan pengetahuan produk.

PENGETAHUAN PRODUK: Ini adalah nama kriteria yang digunakan dalam analisis ini, yaitu "pengetahuan produk."

Ariyanti Putri, Sinta Candrawati, Juwita Apriyanti: Nama alternatif yang sedang dievaluasi.

0,333333: Nilai eigen value yang digunakan dalam perhitungan berdasarkan perbandingan antara kriteria "pengetahuan produk" dan alternatif.

bobot: Kolom ini menunjukkan bobot relatif yang diberikan pada masing-masing alternatif berdasarkan kriteria "pengetahuan produk."

Hasil eigen value untuk tabel ini adalah sekitar 3,1748

Tabel 8. Sample 3 Pengetahuan Produk

Eigen Value					
<i>PENGETAHUAN PRODUK</i>	<i>Ariyanti Putri</i>	<i>Sinta Candrawati</i>	<i>Juwita Apriyanti</i>	<i>0,33333</i>	<i>bobot</i>
<i>Ariyanti Putri</i>	1	2	2	1,5874	0,4160168
<i>Sinta Candrawati</i>	0,5	1	1	0,7937	0,2080084
<i>Juwita Apriyanti</i>	0,5	1	1	0,7937	0,2080084
3,1748					

kriteria: Ini adalah nama-nama alternatif yang sedang dievaluasi dalam analisis ini, yaitu "Ariyanti Putri," "Sinta Candrawati," dan "Juwita Apriyanti." Setiap baris dalam tabel ini mewakili hasil analisis untuk masing-masing alternatif.

target, absen, pengetahuan produk: Ini adalah kriteria-kriteria yang digunakan dalam analisis pengambilan keputusan. Setiap kolom ini menunjukkan nilai-nilai yang diberikan pada setiap kriteria untuk setiap alternatif.

S: Kolom ini adalah hasil dari perkalian bobot dengan nilai-nilai alternatif pada masing-masing kriteria. Dalam konteks ini, nilai S adalah hasil dari bobot prioritas kriteria yang diberikan pada setiap alternatif dan nilai alternatif pada kriteria yang relevan. Nilai S menggambarkan sejauh mana masing-masing alternatif memenuhi kriteria dengan mempertimbangkan bobot prioritas.

V: Kolom ini adalah nilai peringkat atau ranking yang dihitung berdasarkan nilai-nilai S. Alternatif dengan nilai S

tertinggi akan mendapatkan peringkat tertinggi. Nilai V ini membantu dalam menentukan alternatif terbaik berdasarkan bobot dan nilai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Ranking: Kolom ini menunjukkan peringkat alternatif berdasarkan nilai V yang telah dihitung. Alternatif dengan peringkat teratas adalah alternatif yang dianggap terbaik dalam konteks analisis ini.

Total (3819,3095): Ini adalah hasil akhir dari perhitungan dalam metode Weighted Product (WP). Total ini adalah jumlah dari semua nilai V untuk masing-masing alternatif dan dapat digunakan untuk membandingkan alternatif-alternatif yang dievaluasi dalam analisis ini. Alternatif dengan total terbesar atau peringkat teratas adalah pilihan terbaik berdasarkan bobot dan nilai-nilai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 9. Metode Wighted Product (WP)

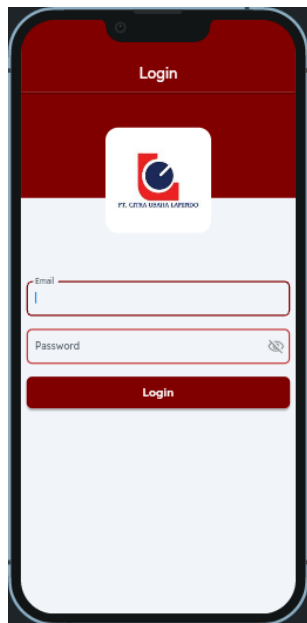
<i>kriteria</i>	<i>target</i>	<i>absen</i>	<i>pengetahuan produk</i>	<i>S</i>	<i>V</i>	<i>Ranking</i>
Ariyanti Putri	120000000	30	2	1612,0237	0,422072019	1
Sinta Candrawati	100000000	30	1	1149,6501	0,301009924	3
Juwita Apriyanti	80000000	29	1	1057,6358	0,276918057	2
3819,3095						

B. Tahap Implementasi

Tampilan sistem

a. Menu login

Pada gambar 1 menunjukkan tampilan untuk halaman login berisi tentang email beserta passwordnya agar bisa memasuki halaman utama



Gambar 1. Menampilkan bagian halaman login

b. Menu utama

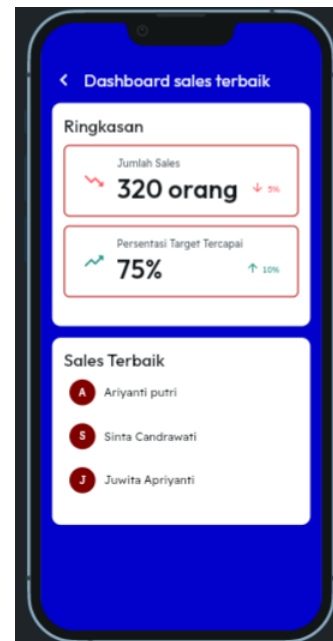
Ditunjukkan melalui gambar 2 menampilkan tampilan halaman menu utama berisi menu berdasarkan kategori yg ingin di tampilkan seperti dashboard, user, kriteria dan sales.



Gambar 2. Menampilkan bagian menu utama

c. Menu Dashboard

Ditunjukkan melalui gambar 3 ditampilkan bagian menu dashboard yang berisi presentasi dan hasil dari spk yg sudah di input..

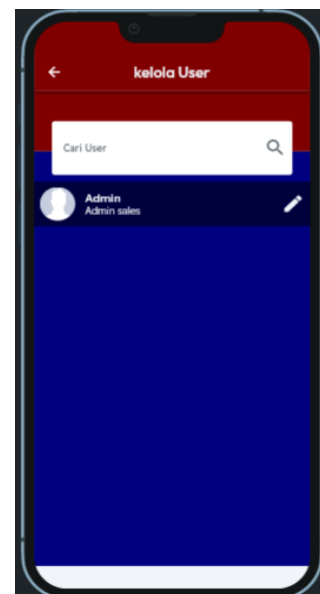


Gambar 3. Tampilan halaman Dashboard

d. Menu Kelola User

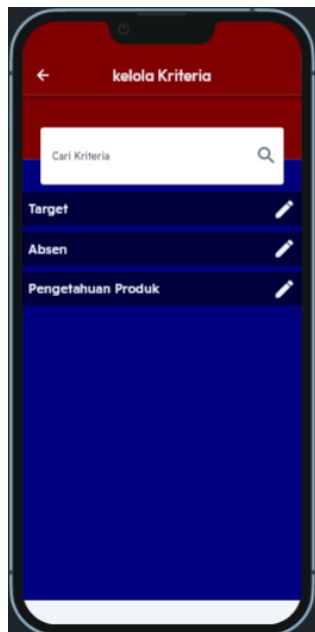
Pada gambar 4 menampilkan tampilan halaman menu kelola user yang berisi user yang sudah dibuat seperti admin

Gambar 4. Tampilan halaman menu user



e. Menu Kelola Kriteria

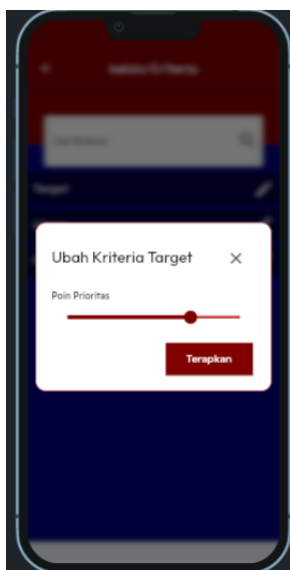
Pada gambar 5 menampilkan tampilan halaman menu kelola kriteria yang berisi kriteria untuk sistem pendukung keputusan seperti target, absen dan pengetahuan produk.



Gambar 5. Tampilan halaman Menu Kriteria

f. Menu kriteria (Target)

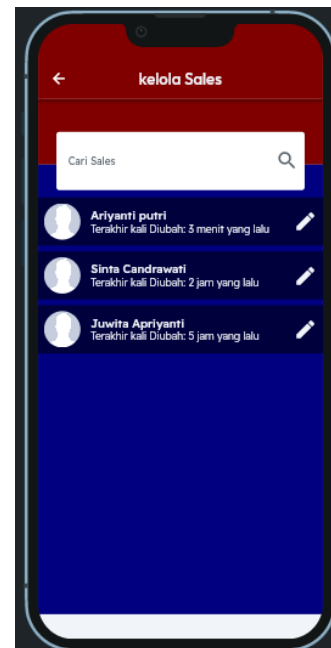
Pada gambar 6 menampilkan tampilan halaman menu kelola user untuk ubah kriteria target.



Gambar 6 Tampilan halaman Menu Target

g. Menu Sales

Pada gambar 7 menampilkan tampilan untuk halaman menu kelola sales seperti Afriyanti putri, Sinta Candrawati dan Juwita Apriyanti



Gambar 7 Tampilan halaman Menu Sales

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan pada persoalan yang ditemukan dalam PT Citra Usaha Lamindo yakni penetapan penilaian sales di masa kini sekedar ditinjau berlandaskan omset paling besar saja yang mana dipandang belum akurat. Disebabkan itu selepas dijalankan penelitian diperoleh sebuah kesimpulan yakni perhitungan sales palinh baik melalui teknik AHP serta WP menuju dalam penilaian berlandaskan kualifikasi dimana sudah ditetapkan yakni Target, Absen, serta Ilmu Mengenai Produk. Dilandaskan pada yang dihasilkan dari teknik AHP serta WP sanggup membawa hasil dengan semakin efektif pada menyampaikan informasi yang diperlukan pemimpinnya. [17]

Berdasarkan permasalahan sebelumnya, maka terdapat saran yaitu:

1. Sistem sebaiknya dilakukan pengembanaan dengan adanya fitur backup untuk kedepan nya
2. Melakukan survey untuk bahan evaluasi kepada tim sales secara individual minimal setahun sekali.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Napila and A. Hidayat, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Weight Product (Studi Kasus: Klinik Sehat Serpong)," *JORAPI J. Res. Publ. Innov.*, vol. 1, no. 3, pp. 888–893, 2023.
- [2] I. W. S. Yasa, K. T. Werthi, and I. P. Satwika, "Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Dosen Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada STMIK Primakara," *Kumpul. Artik. Mhs. Pendidik. Tek. Inform.*, vol. 10, no. 3, p. 289, 2021, doi: 10.23887/karmapati.v10i3.36824.
- [3] L. Novita, S. N. Khasanah, and D. U. E. Saputri,

- “Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Salesman Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarki Process Pada PT.Cahaya Esa Karunia Optima,” *Indones. J. Softw. Eng.*, vol. 8, no. 1, pp. 106–114, 2022, doi: 10.31294/ijse.v8i1.11483.
- [4] S. Sarwandi *et al.*, *Sistem Pendukung Keputusan*. Sumatera Utara: Graha Mitra Edukasi, 2023.
- [5] R. Lubis and A. Sari, “Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS) Implementasi Metode Additive Ratio Assessment (ARAS) Dalam Pemilihan Sales Mobil Terbaik,” *Implementasi Metod. Addit. Ratio Assessment (ARAS) Dalam Pemilihan Sales Mob. Terbaik Ruhilah*, pp. 372–383, 2019, [Online]. Available: <https://seminar-id.com/semnas-sainteks2019.html>
- [6] R. T. Aldisa, F. Nugroho, M. Mesran, S. A. Sinaga, and K. Sussolaikah, “Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Sales Terbaik Menerapkan Metode Simple Additive Weighting (SAW),” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 4, pp. 548–556, 2022, doi: 10.47065/josh.v3i4.1955.
- [7] M. B. Ryando, A. R. Mariana, and R. A. Hakim, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sepeda Motor Second Terbaik di Kelas Matic 150cc Menggunakan Metode AHP dan TOPSIS,” *Acad. J. Comput. Sci. Res.*, vol. 5, no. 1, p. 47, 2023, doi: 10.38101/ajcsr.v5i1.611.
- [8] N. Harahap, *Penelitian kualitatif*. Sumatera Utara: Wal ashri Publishing, 2020.
- [9] A. Hamonangan, R. Tullah, R. Agusli, and M. B. Ryando, “Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process dan Technique for Order by Similarity to Ideal Solution dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Dosen Terbaik Fakultas,” vol. 6, no. 1, pp. 1–6, 2024.
- [10] S. Rahmadani, R. Utami, and I. Artikel, “Penerapan Metode AHP Dan Metode WP Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Siswa Berprestasi Pada SMA Negeri 20 Medan Application of the AHP Method and the WP Method in the Decision Support System for Determining Outstanding Students at SMA Negeri 20 Medan,” *J. Rekayasa Sist.*, vol. 1, no. 1, p. 218, 2023, [Online]. Available: <http://kti.potensi-utama.ac.id/index.php/JUREKSI/index%7C>
- [11] M. B. Ryando, M. Iqbal, P. Setiawan, I. Teknologi, and B. Sarana, “Multifactor Evaluation Process for a Decision Support System for Selecting the Best Students,” vol. 14, no. 1, pp. 22–28, 2024.
- [12] Q. S. Rinaldi, Dedi, and Sutarman, “Sistem Informasi Pengolahan Nilai Siswa SDIT Al-Fatih Berbasis Web,” *J. Top. Glob.*, vol. 1, no. 1, 2022.
- [13] S. A. Rakhma, R. Tullah, and S. Maisaroh, “Sistem Monitoring Data Aset dan Inventaris IT Berbasis Web pada PT. Pan Brothers Tbk,” *J. Top. Glob. (Jurnal Teknol. Pendidik. dan Manaj. Glob.)*, vol. 1, no. 2, pp. 60–65, 2022, [Online]. Available: <https://journal.global.ac.id/index.php/JTOPIKGLOBAL/article/view/593>
- [14] A. Hakam, W. Mulyana, and S. Syahril, “SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENENTUAN CALON PENERIMA BEASISWA MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS,” *J. FASILKOM J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 11, no. 3, pp. 172–177, 2021.
- [15] I. D. Pratama, A. Sanjaya, and N. Shofia, “Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Siswa Terbaik Menggunakan Metode Profile Matching,” *Semnas Ristik (Seminar Nas. Ris. dan Inov. Teknol.)*, vol. 1, no. 1, pp. 60–68, 2022.
- [16] Y. Khairiyah and Y. E. Achyani, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sales Executive Terbaik pada KIA Motors Siliwangi Menggunakan Weighted Product,” vol. 10, no. 2, 2022.
- [17] Z. Azhar, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Salesman Marketing Terbaik Menggunakan Metode AHP,” *J. Ris. Komput.*, vol. 6, no. 6, pp. 580–585, 2019.