

Evaluasi Kualitas dan Penentuan Mitra Reseller Terbaik Berbasis Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan TOPSIS

Agung Deni Wahyudi

Sistem Informasi, Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

agung.wahyudi@teknokrat.ac.id

Abstrak: Pemilihan *reseller* terbaik merupakan aspek krusial dalam strategi distribusi sebuah perusahaan. Proses ini melibatkan penilaian cermat terhadap sejumlah kriteria, termasuk kinerja penjualan sebelumnya, reputasi, kemampuan finansial, lokasi geografis, dan kualitas layanan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemilihan *reseller* terbaik dengan menerapkan model sistem pendukung keputusan menggunakan metode TOPSIS, sehingga dapat membantu perusahaan dalam menentukan *reseller* terbaik yang akan membantu keberlangsungan kinerja penjualan perusahaan. Hasil perankingan *reseller* terbaik berdasarkan metode TOPSIS menunjukkan ranking 1 dengan nilai akhir sebesar 0,5845 didapat oleh *Reseller E*, ranking 2 dengan nilai akhir sebesar 0,5838 didapat oleh *Reseller G*, dan ranking 3 dengan nilai akhir sebesar 0,5612 didapat oleh *Reseller J*. Perankingan *reseller* terbaik tidak hanya memberikan pandangan mendalam terhadap kinerja mitra bisnis, tetapi juga menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi distribusi dan meningkatkan pangsa pasar.

Kata Kunci: Penjualan; Pemilihan; *Reseller*; Terbaik; TOPSIS;

Abstract: The selection of the best reseller is a crucial aspect in a company's distribution strategy. This process involves a careful assessment of a number of criteria, including previous sales performance, reputation, financial capability, geographic location, and quality of customer service. This study aims to select the best resellers by applying a decision support system model using the TOPSIS method, so that it can help companies determine the best resellers who will help the sustainability of the company's sales performance. The ranking results of the best resellers based on the TOPSIS method show rank 1 with a final value of 0.5845 obtained by Reseller E, rank 2 with a final value of 0.5838 obtained by Reseller G, and rank 3 with a final value of 0.5612 obtained by Reseller J. The ranking of the best resellers not only provides an in-depth view of the performance of business partners, but also becomes a foundation for companies to optimize distribution strategies and increase market share.

Keywords: Sales; Election; Reseller; Best; TOPSIS;

1. PENDAHULUAN

Pemilihan *reseller* terbaik merupakan aspek krusial dalam strategi distribusi sebuah perusahaan. Proses ini melibatkan penilaian cermat terhadap sejumlah kriteria, termasuk

kinerja penjualan sebelumnya, reputasi, kemampuan finansial, lokasi geografis, dan kualitas layanan pelanggan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengidentifikasi calon *reseller* yang memiliki potensi untuk efektif memasarkan dan mendistribusikan produk atau layanan dengan baik. Pentingnya pemilihan *reseller* terbaik terletak pada kemampuan mereka untuk mencapai target pasar, membangun citra merek yang kuat, dan memberikan pengalaman pelanggan yang positif. Melalui proses seleksi yang teliti dan kerjasama yang saling menguntungkan, perusahaan dapat memastikan bahwa *reseller* yang dipilih memiliki komitmen jangka panjang terhadap keberhasilan bersama. Kerjasama yang baik antara perusahaan dan *reseller* terbaik juga melibatkan negosiasi kontrak yang jelas dan saling menguntungkan. Dengan memahami peran dan tanggung jawab masing-masing pihak, serta merinci ekspektasi dengan cermat, kemitraan dapat dibangun dengan dasar yang kuat. Setelah proses pemilihan selesai, perusahaan perlu memberikan dukungan dan pelatihan yang diperlukan kepada *reseller* agar mereka dapat memahami produk atau layanan dengan baik. Monitoring dan evaluasi kinerja *reseller* secara berkala juga menjadi bagian penting dari manajemen distribusi, memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang perbaikan dan menjaga kualitas layanan yang tinggi. Dengan pendekatan holistik ini, pemilihan *reseller* terbaik tidak hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga fondasi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan keberhasilan dalam pasar yang kompetitif.

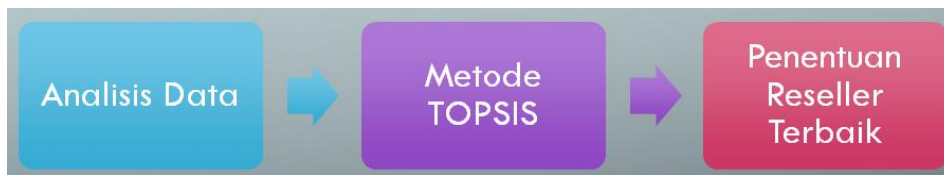
Sistem Pendukung Keputusan (SPK) membantu pengguna mengatasi kompleksitas pengambilan keputusan dengan menyediakan informasi yang relevan, analisis yang mendalam, dan visualisasi data yang memudahkan pemahaman[1]. Melalui integrasi teknologi, SPK berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kecepatan dalam proses pengambilan keputusan, memberikan kontribusi positif terhadap kinerja organisasi dan individu. SPK mampu memberikan solusi yang lebih holistik dan terperinci dalam menghadapi tantangan keputusan yang kompleks[2]. Dalam lingkungan bisnis, SPK dapat digunakan untuk merumuskan strategi, perencanaan produksi, alokasi sumber daya, serta untuk menganalisis kinerja bisnis secara menyeluruh. Fleksibilitas dan adaptabilitas SPK memungkinkannya untuk berkontribusi dalam berbagai konteks dan sektor, membantu organisasi mengoptimalkan proses pengambilan keputusan mereka[3]. Dengan mengintegrasikan teknologi canggih, analisis data, dan kecerdasan buatan, SPK membuka peluang baru untuk inovasi dan efektivitas dalam mengelola informasi dan membuat keputusan yang lebih baik secara cepat dan tepat.

Metode *Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) adalah suatu pendekatan dalam sistem pendukung keputusan yang membantu dalam pemilihan alternatif terbaik berdasarkan perbandingan dengan solusi ideal positif dan negatif[4]–[6]. Keunggulan lain dari metode TOPSIS adalah kemampuannya mengatasi masalah ketidakpastian dan kompleksitas dalam pengambilan keputusan. Dengan memperhitungkan solusi ideal positif dan negatif, TOPSIS membantu pengambil keputusan untuk menyeimbangkan antara kinerja terbaik dan terburuk dalam konteks kriteria yang telah ditetapkan. Penerapan TOPSIS tidak hanya memberikan hasil peringkat, tetapi juga memberikan informasi yang berharga tentang sejauh mana alternatif yang dipilih mendekati karakteristik ideal yang diinginkan[4], [7], [8]. Hal ini memungkinkan pengambil keputusan untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan dapat dijustifikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemilihan *reseller* terbaik dengan menerapkan model sistem pendukung keputusan menggunakan metode TOPSIS, sehingga dapat membantu perusahaan dalam menentukan *reseller* terbaik yang akan membantu keberlangsungan kinerja penjualan perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian mencakup serangkaian langkah sistematis yang dirancang untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi suatu studi atau proyek penelitian[9]–[11]. Mulai dari perumusan pertanyaan penelitian hingga komunikasi hasil, proses ini mencerminkan keterlibatan penuh peneliti dalam mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang topik yang diteliti. Analisis data dan interpretasi hasil merupakan tahap kritis di mana peneliti menggali makna dan relevansi temuan. Diseminasi hasil menjadi jembatan penting antara dunia penelitian dan masyarakat, memastikan bahwa kontribusi ilmiah dapat berdampak lebih luas. Tahapan penelitian yang dilakukan seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian pada gambar 1 menunjukkan proses kegiatan penelitian yang dilakukan, terdapat 3 tahapan yaitu analisis data, metode TOPSIS, dan penentuan *reseller* terbaik.

Analisis Data

Analisis data adalah tahap penting dalam proses penelitian yang melibatkan pengolahan, pemahaman, dan interpretasi data yang dikumpulkan. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau makna dari dataset, sehingga dapat memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Berdasarkan analisis data yang dilakukan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Kriteria

Nama Kriteria	Jenis Kriteria	Bobot Kriteria
Kinerja Penjualan	<i>Benefit</i>	0,3
Reputasi	<i>Benefit</i>	0,2
Kemampuan Finansial	<i>Cost</i>	0,3
Lokasi Geografis	<i>Benefit</i>	0,15
Kualitas Layanan	<i>Benefit</i>	0,05
Pelanggan		

Data tabel 1 merupakan data kriteria yang akan digunakan dalam penentuan *reseller* terbaik dengan menerapkan metode TOPSIS.

Metode TOPSIS

Tahapan yang dilakukan dalam penyelesaian masalah menggunakan metode TOPSIS yaitu tahapan pertama membuat rating kinerja setiap alternatif pada setiap kriteria yang ternormalisasi dengan menggunakan rumus, yaitu:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \quad (1)$$

Tahapan kedua melakukan perkalian ini untuk membentuk matrik Y, dapat ditentukan berdasarkan ranking bobot ternormalisasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y_{ij} = w_i * r_{ij} \quad (2)$$

Tahapan ketiga menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif dengan rumus sebagai berikut.

$$y_j^+ = \begin{cases} \max_i y_{ij} ; \text{jika } j \text{ merupakan atribut benefit} \\ \min_i y_{ij} ; \text{jika } j \text{ merupakan atribut cost} \end{cases} \quad (3)$$

$$y_j^- = \begin{cases} \min_i y_{ij} ; \text{jika } j \text{ merupakan atribut benefit} \\ \max_i y_{ij} ; \text{jika } j \text{ merupakan atribut cost} \end{cases} \quad (4)$$

Tahapan keempat menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dengan rumus sebagai berikut

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^+ - y_{ij})^2} \quad (5)$$

Menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal negatif dengan rumus sebagai berikut

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_{ij} - y_i^-)^2} \quad (6)$$

Tahapan kelima menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif diberikan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+} \quad (7)$$

Penentuan Reseller Terbaik

Reseller dengan skor proksimitas tertinggi dari metode TOPSIS dianggap sebagai reseller terbaik berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Proses ini memberikan landasan objektif dan sistematis dalam memilih reseller yang dapat memberikan kontribusi terbaik terhadap kesuksesan bisnis perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era bisnis yang kompetitif, pemilihan reseller yang optimal merupakan aspek krusial bagi perusahaan untuk meningkatkan distribusi produk dan memperluas pangsa pasar. Untuk mengatasi kompleksitas dalam pengambilan keputusan tersebut, diperlukan suatu pendekatan yang sistematis dan obyektif. SPK menjadi solusi yang efektif dengan memanfaatkan metode TOPSIS. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengevaluasi reseller berdasarkan kriteria-kriteria yang relevan, memberikan bobot pada masing-masing kriteria, dan menghitung solusi ideal positif dan negatif untuk menghasilkan peringkat yang akurat. Dengan demikian, penggunaan SPK menggunakan metode TOPSIS dapat menjadi instrumen strategis bagi perusahaan dalam memilih reseller terbaik, memberikan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan yang efisien dan terukur.

Penerapan Metode TOPSIS Pemilihan Reseller Terbaik

Penerapan Metode TOPSIS dalam pemilihan reseller terbaik melibatkan serangkaian langkah untuk menghasilkan evaluasi yang obyektif dan optimal. Pertama-tama, identifikasi kriteria-kriteria kunci yang relevan untuk pemilihan reseller, seperti kinerja penjualan, reputasi, dukungan pelanggan, dan aspek lain yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikan bobot pada setiap kriteria untuk mencerminkan tingkat kepentingannya dalam konteks bisnis. Selanjutnya, kumpulkan data kinerja reseller berdasarkan kriteria-kriteria tersebut. Data penilaian kinerja reseller berdasarkan kriteria yang ada seperti pada tabel 2.

Tabel 2. Data Penilaian Kinerja Reseller

Nama Reseller	Kinerja Penjuala n	Reputasi	Kemampuan Finansial	Lokasi Geografi s	Kualitas Layanan Pelanggan
Reseller A	4	4	4	4	3
Reseller B	3	4	3	4	4
Reseller C	3	5	4	3	5
Reseller D	4	4	3	3	4
Reseller E	4	5	4	4	3
Reseller F	4	4	3	3	5
Reseller G	3	5	5	3	4
Reseller H	3	5	4	3	4
Reseller I	3	4	3	5	3
Reseller J	4	5	4	4	4

Setelah data penilaian masing-masing *reseller* didapat selanjutnya membuat normalisasi matrik berdasarkan data penilaian kinerja *reseller* dengan menggunakan persamaan (1), hasil normalisasi matrik *reseller* untuk kriteria kinerja penjualan seperti berikut.

$$r_{11} = \frac{4}{\sqrt{(4^2)+(3^2)+(3^2)+(4^2)+(4^2)+(4^2)+(4^2)+(4^2)+(4^2)+(4^2)}} = \frac{4}{\sqrt{125}} = 0,358$$

Hasil normalisasi matrik *reseller* untuk kriteria reputasi seperti berikut.

$$r_{21} = \frac{4}{\sqrt{(4^2)+(4^2)+(5^2)+(4^2)+(5^2)+(4^2)+(5^2)+(5^2)+(4^2)+(5^2)}} = \frac{4}{\sqrt{205}} = 0,279$$

Hasil normalisasi matrik *reseller* untuk kriteria kemampuan finansial seperti berikut.

$$r_{31} = \frac{4}{\sqrt{(4^2)+(3^2)+(4^2)+(3^2)+(4^2)+(3^2)+(5^2)+(4^2)+(3^2)+(4^2)}} = \frac{4}{\sqrt{141}} = 0,337$$

Hasil normalisasi matrik *reseller* untuk kriteria lokasi geografis seperti berikut.

$$r_{41} = \frac{4}{\sqrt{(4^2)+(4^2)+(3^2)+(3^2)+(4^2)+(3^2)+(3^2)+(3^2)+(5^2)+(4^2)}} = \frac{4}{\sqrt{134}} = 0,346$$

Hasil normalisasi matrik *reseller* untuk kriteria kualitas pelayanan pelanggan seperti berikut.

$$r_{51} = \frac{4}{\sqrt{(3^2)+(4^2)+(5^2)+(4^2)+(3^2)+(5^2)+(4^2)+(4^2)+(3^2)+(5^2)}} = \frac{4}{\sqrt{157}} = 0,239$$

Hasil keseluruhan normalisasi matrik seperti ditunjukkan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Normalisasi Matrik

Nama Reseller	Kinerja Penjuala n	Reputasi	Kemampuan Finansial	Lokasi Geografi s	Kualitas Layanan Pelanggan
Reseller A	0,358	0,279	0,337	0,346	0,239
Reseller B	0,268	0,279	0,253	0,346	0,319
Reseller C	0,268	0,349	0,337	0,259	0,399
Reseller D	0,358	0,279	0,253	0,259	0,319
Reseller E	0,358	0,349	0,337	0,346	0,239
Reseller F	0,358	0,279	0,253	0,259	0,399
Reseller G	0,268	0,349	0,421	0,259	0,319
Reseller H	0,268	0,349	0,337	0,259	0,319
Reseller I	0,268	0,279	0,253	0,432	0,239
Reseller J	0,358	0,349	0,337	0,346	0,319

Proses selanjutnya melakukan perkalian bobot antara hasil normalisasi matrik dengan bobot masing-masing kriteria dengan menggunakan persamaan (2), hasil perkalian bobot untuk kriteria kinerja penjualan seperti berikut.

$Y_{11} = w_1 * r_{11} = 0,3 * 0,358 = 0,1073$
 Hasil perkalian bobot untuk kriteria reputasi seperti berikut.
 $Y_{21} = w_2 * r_{21} = 0,2 * 0,279 = 0,0559$
 Hasil perkalian bobot untuk kriteria kemampuan finansial seperti berikut.
 $Y_{31} = w_3 * r_{31} = 0,3 * 0,337 = 0,1011$
 Hasil perkalian bobot untuk kriteria lokasi geografis seperti berikut.
 $Y_{41} = w_4 * r_{41} = 0,15 * 0,346 = 0,0518$
 Hasil perkalian bobot untuk kriteria kualitas pelayanan pelanggan seperti berikut.
 $Y_{51} = w_5 * r_{51} = 0,05 * 0,239 = 0,012$
 Hasil keseluruhan perkalian bobot seperti ditunjukkan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Perkalian Bobot

Nama Reseller	Kinerja Penjuala n	Reputasi	Kemampua n Finansial	Lokasi Geografi s	Kualitas Layanan Pelanggan
Reseller A	0,1073	0,0559	0,1011	0,0518	0,012
Reseller B	0,0805	0,0559	0,0758	0,0518	0,016
Reseller C	0,0805	0,0698	0,1011	0,0389	0,020
Reseller D	0,1073	0,0559	0,0758	0,0389	0,016
Reseller E	0,1073	0,0698	0,1011	0,0518	0,012
Reseller F	0,1073	0,0559	0,0758	0,0389	0,020
Reseller G	0,0805	0,0698	0,1263	0,0389	0,016
Reseller H	0,0805	0,0698	0,1011	0,0389	0,016
Reseller I	0,0805	0,0559	0,0758	0,0648	0,012
Reseller J	0,1073	0,0698	0,1011	0,0518	0,016

Tahap selanjutnya menghitung nilai solusi ideal positif dan negatif dengan menggunakan persamaan (3 dan 4), hasil matrik solusi ideal seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Matrik Solusi Ideal

Y _i	+	-
Y ₁	0,1073	0,0805
Y ₂	0,0698	0,0559
Y ₃	0,1263	0,0758
Y ₄	0,0648	0,0389
Y ₅	0,0200	0,0120

Selanjutnya menghitung jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dengan menggunakan persamaan (4), hasil perhitungan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif sebagai berikut

$$D_1^+ = \sqrt{(y_{11}^+ - y_{i11}^+)^2 + (y_{21}^+ - y_{i21}^+)^2 + (y_{31}^+ - y_{i31}^+)^2 + (y_{41}^+ - y_{i41}^+)^2 + (y_{51}^+ - y_{i51}^+)^2}$$

$$D_1^+ = \sqrt{(0,1073 - 0,1073)^2 + (0,069 - 0,0559)^2 + (0,1263 - 0,1011)^2 + (0,0648 - 0,0518)^2 + (0,02 - 0,012)^2}$$

$$D_1^+ = 0,0326$$

Perhitungan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal negatif dengan menggunakan persamaan (5), hasil perhitungan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal negatif sebagai berikut

$$D_1^- = \sqrt{(y_{11}^- - y_{i11}^-)^2 + (y_{21}^- - y_{i21}^-)^2 + (y_{31}^- - y_{i31}^-)^2 + (y_{41}^- - y_{i41}^-)^2 + (y_{51}^- - y_{i51}^-)^2}$$

$$D_1^- = \sqrt{(0,1073 - 0,0805)^2 + (0,0559 - 0,0559)^2 + (0,1011 - 0,0758)^2 + (0,0518 - 0,0389)^2 + (0,012 - 0,008)^2}$$

$$D_1^- = 0,0391$$

Hasil keseluruhan perhitungan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal negatif seperti ditunjukkan pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Jarak Solusi Ideal Positif dan Negatif

Nama Reseller	D ⁺	D ⁻
Reseller A	0,0326	0,0391
Reseller B	0,0604	0,0136
Reseller C	0,0451	0,0300
Reseller D	0,0586	0,0271
Reseller E	0,0295	0,0415
Reseller F	0,0585	0,0280
Reseller G	0,0375	0,0526
Reseller H	0,0452	0,0291
Reseller I	0,0594	0,0259
Reseller J	0,0326	0,0417

Tahapan terakhir menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif diberikan menggunakan persamaan (7), nilai akhir masing-masing preferensi alternatif sebagai berikut.

$$V_1 = \frac{D_1^-}{D_1^- + D_1^+} = \frac{0,0391}{0,0391 + 0,0326} = \frac{0,0391}{0,0717} = 0,5453$$

Hasil keseluruhan perhitungan nilai preferensi untuk setiap alternatif seperti ditunjukkan pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Nilai Akhir Preferensi

Nama Reseller	Nilai Akhir Preferensi
Reseller A	0,5453
Reseller B	0,1838
Reseller C	0,3995
Reseller D	0,3162
Reseller E	0,5845
Reseller F	0,3237
Reseller G	0,5838
Reseller H	0,3917
Reseller I	0,3036
Reseller J	0,5612

Perangkingan Reseller Terbaik

Perangkingan *reseller* terbaik merupakan langkah penting dalam strategi distribusi dan manajemen mitra bisnis sebuah perusahaan. Melalui metode seperti TOPSIS, peringkat *reseller* dapat dihasilkan dengan mempertimbangkan berbagai kriteria yaitu kinerja penjualan, reputasi, kemampuan finansial, lokasi geografis, dan kualitas layanan pelanggan. Proses ini memberikan gambaran obyektif terhadap kontribusi dan kompetensi masing-masing *reseller*, memungkinkan perusahaan untuk fokus pada mitra bisnis yang paling efektif dan berdaya saing. Dengan demikian, perangkingan *reseller* terbaik bukan hanya sebagai alat bantu pengambilan keputusan, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Hasil perangkingan *reseller* terbaik seperti ditunjukkan pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Perangkingan *Reseller* Terbaik

Nama Reseller	Nilai Akhir Preferensi	Rangking
<i>Reseller E</i>	0,5845	1
<i>Reseller G</i>	0,5838	2
<i>Reseller J</i>	0,5612	3
<i>Reseller A</i>	0,5453	4
<i>Reseller C</i>	0,3995	5
<i>Reseller H</i>	0,3917	6
<i>Reseller F</i>	0,3237	7
<i>Reseller D</i>	0,3162	8
<i>Reseller I</i>	0,3036	9
<i>Reseller B</i>	0,1838	10

Hasil perangkingan *reseller* terbaik berdasarkan metode TOPSIS menunjukkan rangking 1 dengan nilai akhir sebesar 0,5845 didapat oleh *Reseller E*, rangking 2 dengan nilai akhir sebesar 0,5838 didapat oleh *Reseller G*, dan rangking 3 dengan nilai akhir sebesar 0,5612 didapat oleh *Reseller J*. Perangkingan *reseller* terbaik tidak hanya memberikan pandangan mendalam terhadap kinerja mitra bisnis, tetapi juga menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi distribusi dan meningkatkan pangsa pasar. Dengan menempatkan *reseller* yang unggul pada peringkat teratas, perusahaan dapat fokus pada kolaborasi yang lebih erat dengan mitra yang memiliki dampak positif terhadap citra merek dan kepuasan pelanggan. Langkah ini tidak hanya meningkatkan efektivitas penjualan, tetapi juga memperkuat relasi jangka panjang dengan mitra yang berpotensi untuk pertumbuhan bersama. Terus-menerus memonitor dan mengevaluasi peringkat *reseller* serta menyesuaikan kriteria sesuai perubahan dalam industri adalah kunci untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan strategi pemilihan mitra bisnis yang terbaik. Dengan demikian, perangkingan *reseller* menjadi elemen integral dalam pengelolaan rantai pasok dan pilihan mitra yang mendukung visi dan tujuan perusahaan.

4. KESIMPULAN

Perangkingan *reseller* terbaik merupakan langkah penting dalam strategi distribusi dan manajemen mitra bisnis sebuah perusahaan. Melalui metode seperti TOPSIS, peringkat *reseller* dapat dihasilkan dengan mempertimbangkan berbagai kriteria yaitu kinerja penjualan, reputasi, kemampuan finansial, lokasi geografis, dan kualitas layanan pelanggan. Proses ini memberikan gambaran obyektif terhadap kontribusi dan kompetensi masing-masing *reseller*, memungkinkan perusahaan untuk fokus pada mitra bisnis yang paling efektif dan berdaya saing. Hasil perangkingan *reseller* terbaik berdasarkan metode TOPSIS menunjukkan rangking 1 dengan nilai akhir sebesar 0,5845 didapat oleh *Reseller E*, rangking 2 dengan nilai akhir sebesar 0,5838 didapat oleh *Reseller G*, dan rangking 3 dengan nilai akhir sebesar 0,5612 didapat oleh *Reseller J*.

5. REFERENCES

- [1] S. Setiawansyah, V. P. Sabandar, M. Mesran, A. T. Priandika, and A. Surahman, *Buku Referensi : Multiple-Criteria Decision Making dan Pivot Pairwise Relative Criteria Impotance Assessment Sebagai*. Bandar Lampung: CV Keranjang Teknologi Media, 2024. [Online]. Available: <https://ebook.kertekmedia.com/detailebook.php?title=Buku-Referensi:-Multiple-Criteria-Decision-Making-dan-Pivot-Pairwise-Relative-Criteria-Impotance-Assessment-Sebagai-Solusi-Pengambilan-Keputusan>
- [2] A. Herdiansyah, J. F. Andry, S. Setiawansyah, Y. M. Kristania, and S. Sintaro, *Sistem pendukung keputusan strategis menggunakan ranking methods*. Bandar Lampung: CV.

- Keranjang Teknologi Media. [Online]. Available: <https://buku.techcartpress.com/detailebook.php?id=24>
- [3] S. Setiawansyah, A. Surahman, A. T. Priandika, and S. Sintaro, *Penerapan Sistem Pendukung Keputusan pada Sistem Informasi*. Bandar Lampung: CV Keranjang Teknologi Media, 2023. [Online]. Available: <https://buku.techcartpress.com/detailebook?id=1/penerapan-sistem-pendukung-keputusan-pada-sistem-informasi/setiawansyah-ade-surahman-adhie-thyo-priandika-sanriomi-sintaro>
- [4] R. Arundaa and A. L. Kalua, "Implementasi Multiple Attribute Decision Making Dalam Pemilihan Distributor Terbaik Menggunakan Metode TOPSIS," *J. Ilm. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 77-87, 2023, doi: 10.58602/jics.v1i2.9.
- [5] A. Abdulvahitoglu and M. Kilic, "A new approach for selecting the most suitable oilseed for biodiesel production; the integrated AHP-TOPSIS method," *Ain Shams Eng. J.*, vol. 13, no. 3, p. 101604, 2022.
- [6] Setiawansyah, A. A. Aldino, P. Palupiningsih, G. F. Laxmi, E. D. Mega, and I. Septiana, "Determining Best Graduates Using TOPSIS with Surrogate Weighting Procedures Approach," in *2023 International Conference on Networking, Electrical Engineering, Computer Science, and Technology (IconNECT)*, 2023, pp. 60-64. doi: 10.1109/IconNECT56593.2023.10327119.
- [7] M. Mojaver, R. Hasanzadeh, T. Azdast, and C. B. Park, "Comparative study on air gasification of plastic waste and conventional biomass based on coupling of AHP/TOPSIS multi-criteria decision analysis," *Chemosphere*, vol. 286, p. 131867, 2022.
- [8] H. Sulistiani, U. Adji, and S. Maryana, "Sistem Pendukung Keputusan Dalam Memilih Bibit Kedelai Menggunakan Kombinasi Metode TOPSIS dan ROC," *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput.*, vol. 4, no. 3, pp. 1381-1389, 2023.
- [9] A. Surahman, "Penilaian Kinerja Karyawan Menggunakan Kombinasi Metode Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis (MOORA) dan Pembobotan Entropy," *Chain J. Comput. Technol. Comput. Eng. Informatics*, vol. 2, no. 1, pp. 28-36, 2024.
- [10] A. F. O. Pasaribu and N. Nuroji, "Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Pelanggan Terbaik Menggunakan Profile Matching," *J. Data Sci. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 24-31, 2023.
- [11] S. A. Widiani, S. Sintaro, R. Arundaa, E. Alfonsius, and D. Lapihu, "Aplikasi Penjualan Baju Berbasis Web (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode," *J. Inf. Technol. Softw. Eng. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 1 SE-Articles, pp. 35-43, Jan. 2023, doi: 10.58602/itsecs.v1i1.11.