

**ANALISIS PENILAIAN PEMASOK PADA  
PT. SUMBER PANGAN PERKASA DI MASA  
PANDEMI *COVID-19***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Dennis Hadrian

2015120113

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
(Terakreditasi berdasarkan Putusan BAN – PT No. 2018/SK/BAN-  
PT/Akred/S/VII/2018)  
BANDUNG  
2021**

**SUPPLIER ASSESSMENT ANALYSIS IN PT. SUMBER  
PANGAN PERKASA IN THE PANDEMIC TIME OF  
*COVID-19***



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete the requirements of  
A Bachelor Degree in Management

by:

Dennis Hadrian

2015120113

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAMME  
(Accredited based on the Decree of BAN – PT No. 2018/SK/BAN-  
PT/Akred/S/VII/2018)  
BANDUNG  
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENILAIAN PEMASOK PADA PT.  
SUMBER PANGAN PERKASA DI MASA PANDEMI  
*COVID-19***

Oleh:

Dennis Hadrian

2015120113

Bandung, Februari 2021

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing Skripsi,

Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Dennis Hadrian  
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 11 Juni 1997  
NPM : 2015120113  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Draf Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENILAIAN PEMASOK PADA PT. SUMBER PANGAN  
PERKASA DI MASA PANDEMI COVID-19**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

**Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM.**

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya unggap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 4 Februari 2021

Pembuat pernyataan :



(Dennis.Hadrian.)

## ABSTRAK

Pandemi *COVID-19* menyerang segala sektor yang ada di suatu negara, mulai dari kesehatan, sosial, politik, hingga ekonomi. Indonesia sendiri mengalami penurunan pada sektor ekonomi dan industri makanan menjadi salah satu yang paling terdampak. Hal ini membuat perusahaan harus lebih mempertimbangkan segala keputusannya yang berkaitan dengan keberlangsungan usahanya, termasuk dengan pemasok. Setiap perusahaan harus memiliki pemasok yang baik untuk menunjang keberlangsungan usahanya agar bisa berjalan dengan baik. Pemasok yang menjalin kerjasama dengan perusahaan tentu memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, tidak luput juga setiap pemasok memiliki karakteristiknya masing-masing. Oleh karena itu, penilaian pemasok yang telah bekerja sama dengan perusahaan harus dinilai agar bisa dievaluasi kinerjanya. Pada kesempatan ini, penelitian akan penilaian pemasok akan dilakukan terhadap pemasok utama dari PT. Sumber Pangan Perkasa. PT. Sumber Pangan Perkasa memiliki empat pemasok utama, yaitu “Foodex”, “Pawon”, “Saritama”, dan “Diva”.

Keempat pemasok utama dari PT. Sumber Pangan Perkasa akan dianalisis menggunakan metode *analytical hierarchy process* dengan menggunakan lima kriteria utama, yaitu *quality*, *cost*, *flexibility*, *delivery*, dan *responsiveness*. Pengambilan data akan dilakukan melalui wawancara dengan pemilik perusahaan terhadap bagaimana penilaian pribadi dari pemilik mengenai keempat pemasok ini yang berkaitan dengan kelima kriteria tersebut. Wawancara juga dilakukan agar bisa diketahui tingkat kepentingan dari kelima kriteria tersebut bagi perusahaan.

Berdasarkan penghitungan dengan metode *analytical hierarchy process* didapatkan hasil bahwa *quality* merupakan kriteria paling penting bagi PT. Sumber Pangan Perkasa dan *delivery* merupakan kriteria yang paling tidak penting bagi PT. Sumber Pangan Perkasa. Pemasok terbaik bagi PT. Sumber Pangan Perkasa adalah “Pawon”, sedangkan yang paling kurang menguntungkan adalah “Foodex”

**Kata kunci:** *AHP*, pemasok

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic strikes all sectors in a country, from health, social, political, to economic. Indonesia itself has experienced a decline in the economic sector and the food industry has become one of the most affected. Which makes the company have to consider all its decisions related to the continuity of its business, including with suppliers. Every company must have good suppliers to support the continuity of its business so that it can run well. Suppliers who collaborate with companies certainly have their own advantages and disadvantages, and each supplier has its own characteristics. Therefore, the assessment of suppliers who have collaborated with the company must be assessed so that their performance can be evaluated. On this occasion, research on supplier assessment will be carried out to explore four main suppliers of PT. Sumber Pangan Perkasa. PT. Sumber Pangan Perkasa has four main suppliers, namely "Foodex", "Pawon", "Saritama", and "Diva".

Thorough analysis will be conducted on the four main suppliers mentioned above with analytical hierarchy process method using five primary criteria which are quality, cost, flexibility, delivery, and responsiveness. Data will be collected through interviews with company owners regarding how the owner's personal assessment of these four suppliers and its relation to the five criteria. Interviews were also conducted to determine the importance of the five criteria for the company.

Based on the calculation using the analytical hierarchy process method, it is found that quality is the most important criterion for PT. Sumber Pangan Perkasa, and delivery is the most insignificant criteria for PT. Sumber Pangan Perkasa. The best supplier for PT. Sumber Pangan Perkasa is "Pawon", while the least is "Foodex".

**Keyword: AHP, supplier**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat berhasil menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “ANALISIS PENILAIAN PEMASOK PADA PT. SUMBER PANGAN PERKASA DI MASA PANDEMI *COVID-19*.” Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan oleh pihak-pihak yang senantiasa memberikan bantuan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ferla Lim dan Risman Hadrian selaku ibu dan ayah dari penulis, dan Ernest Hadrian selaku kakak dari penulis yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis baik secara material maupun non-material, moral dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya dengan lancar.
2. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku dosen pembimbing Skripsi Manajemen Operasi penulis yang dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan kritik kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Ria Satyarini selaku dosen wali penulis selama masa kuliah yang telah membantu penulis dalam mengambil keputusan untuk mengambil mata kuliah dan memberikan nasihat sepanjang masa perkuliahan.
4. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs.,Ak.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Dr. Istiharini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen pengajar, staf Tata Usaha, staff di perpustakaan, dan juga seluruh prakarya yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang telah banyak membantu penulis selama proses pembelajaran di kampus.

7. Pemilik PT. Sumber Pangan Perkasa yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Sahabat penulis; Alex TJ, Glen, Edward, Titi, Brian, Ryan, Hansel, Ales, Archi, Lita, Vale, Debby, Ave, dan Elvira yang sudah membantu, mendukung, dan memberi kenangan yang indah selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Sahabat penulis: Yosu, Aldy, Enrico, Kibenk, Upey, Michael Edi, Greg, Damian, Ken, Felix, Feraldi, Syenna, Floren, Yungyung, Pia, Jenni dan Mahayo yang sudah memberikan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR angkatan 2015 yang telah bersama-sama berjuang selama masa perkuliahan.
11. Seluruh teman dan keluarga yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun telah mendoakan, mendukung dan berjuang Bersama dalam masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi.

Penelitian ini diharapkan agar dapat berguna untuk berbagai pihak dan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya maupun pembaca. Akhir kata semoga Tuhan membalas semua kebaikan dari berbagai pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bandung, Februari 2021

Penulis,

Dennis Hadrian



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| ABSTRAK.....  | i    |
| KATA PENGANTAR.....   | iii  |
| DAFTAR GAMBAR.....  | viii |
| DAFTAR TABEL.....   | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xi   |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 4    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 4    |
| 1.5 Kerangka Pemikiran.....   | 5    |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....   | 8    |
| 2.1 Manajemen Rantai Pasok ( <i>Supply Chain Management</i> ).....              | 8    |
| 2.2 Manajemen Hubungan Pemasok ( <i>Supplier Relationship Management</i> )..... | 10   |
| 2.3 Evaluasi Pemasok.....   | 12   |
| 2.3.1 Kriteria Evaluasi Pemasok.....  | 14   |
| 2.3.2 Sub Kriteria Evaluasi Pemasok.....  | 14   |
| 2.3.3 Metode Evaluasi Pemasok.....  | 15   |
| 2.4 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....                              | 16   |
| 2.4.1 Prinsip Pokok AHP.....  | 16   |
| 2.4.2 Kelebihan AHP.....  | 17   |
| 2.4.3 Kekurangan AHP.....   | 18   |
| 2.5 Langkah-Langkah <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....                   | 19   |
| 2.5.1 Pembentukan Hierarki.....   | 20   |
| 2.5.2 Jenis Hierarki.....   | 21   |
| 2.5.3 Penentuan Prioritas.....  | 22   |
| 2.5.4 Konsistensi.....  | 23   |
| BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....  | 25   |
| 3.1 Metode Penelitian.....  | 25   |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data.....  | 26   |
| 3.3 Dimensi Kriteria dan Pengukurannya.....                                     | 27   |
| 3.4 Langkah-Langkah Penelitian.....   | 29   |
| 3.5 Objek Penelitian.....   | 31   |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                      | 32   |
| 4.1 Matriks Antar Kriteria.....   | 32   |
| 4.2 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria.....                                | 35   |
| 4.2.1 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Kualitas (Q).....   | 35   |

|  |    |
|--|----|
| 4.2.2 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Biaya (C) .....                                  | 36 |
| 4.2.3 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Fleksibilitas (F) .....                          | 37 |
| 4.2.4 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Pengiriman (D) .....                             | 38 |
| 4.2.5 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Responsivitas (R) .....                          | 39 |
| 4.3 Matriks Perbandingan Antar Pemasok .....   | 40 |
| 4.3.1 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria <i>Packaging</i> .....                          | 41 |
| 4.3.2 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Kesesuaian Dengan Deskripsi .....               | 42 |
| 4.3.3 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Tanggal Kadaluwarsa .....                       | 43 |
| 4.3.4 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Periode Pembayaran .....                        | 44 |
| 4.3.5 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Diskon Dalam Kuantitas Besar .....              | 46 |
| 4.3.6 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Bonus Akhir Tahun .....                         | 47 |
| 4.3.7 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Perubahan Waktu Pengiriman .....                | 48 |
| 4.3.8 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Perubahan Kuantitas barang .....                | 49 |
| 4.3.9 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Perubahan Waktu Pembayaran .....                | 51 |
| 4.3.10 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Permintaan Retur .....                         | 52 |
| 4.3.11 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Ketepatan Waktu Pengiriman .....               | 54 |
| 4.3.12 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Ketepatan Kuantitas Barang .....               | 55 |
| 4.3.13 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Jaminan Terhadap Barang Rusak .....            | 56 |
| 4.3.14 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Respon Pemasok Terhadap Masalah .....          | 57 |
| 4.3.15 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Respon Pemasok Terhadap Saran dan Kritik ..... | 59 |
| 4.3.16 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Informasi Kenaikan Harga .....                 | 60 |
| 4.4 Hasil Perhitungan Dari Keseluruhan Matriks .....   | 62 |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 4.4.1 Matriks Kualitas .....          | 62 |
| 4.4.2 Matriks Biaya .....             | 64 |
| 4.4.3 Matriks Fleksibilitas .....     | 65 |
| 4.4.4 Matriks Pengiriman .....        | 66 |
| 4.4.5 Matriks Responsivitas .....     | 67 |
| 4.4.6 Matriks Gabungan Kriteria ..... | 68 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....      | 70 |
| 5.1 Kesimpulan .....                  | 70 |
| 5.2 Saran .....                       | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA                        |    |
| LAMPIRAN                              |    |
| RIWAYAT HIDUP                         |    |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data Penjualan Tepung Roti dan Tepung Panir Pada Periode Oktober<br>2019 – Oktober 2020..... | 3  |
| Gambar 1.2 Bagan Penelitian.....  | 7  |
| Gambar 2.1 Aliran <i>Supply Chain</i> .....   | 9  |
| Gambar 2.2 <i>The Three Levels of Benefit from SRM</i> .....  | 11 |
| Gambar 2.3 Contoh Hierarki.....   | 21 |
| Gambar 3.1 Kriteria Penilaian Pemasok .....   | 28 |
| Gambar 3.2 Langkah-Langkah Penelitian.....  | 30 |

## DAFTAR TABEL

|   |       |
|---|-------|
| Tabel 2.1 Skala Perbandingan Berpasangan .....  | 22-23 |
| Tabel 2.2 Daftar Indeks Random Konsistensi .....                                      | 24    |
| Tabel 4.1 Matriks Perbandingan Antar Kriteria .....                                   | 33    |
| Tabel 4.2 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Kriteria.....                     | 35    |
| Tabel 4.3 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Kualitas (Q).....                   | 36    |
| Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Biaya (C).....                      | 37    |
| Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Fleksibilitas (F).....              | 38    |
| Tabel 4.6 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pengiriman (D) .....                | 39    |
| Tabel 4.7 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Responsivitas (R) .....             | 40    |
| Tabel 4.8 Matriks Perbandingan Antar Pemasok ( <i>Packaging</i> ) .....               | 42    |
| Tabel 4.9 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Kesesuaian dengan deskripsi) 43         |       |
| Tabel 4.10 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Tanggal Kadaluwarsa) .....             | 44    |
| Tabel 4.11 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Periode Pembayaran) .....              | 45    |
| Tabel 4.12 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Diskon Dalam Kuantitas<br>Besar) ..... | 47    |
| Tabel 4.13 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Bonus Akhir Tahun) .....               | 48    |
| Tabel 4.14 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Perubahan Waktu Pengiriman)<br>.....   | 49    |
| Tabel 4.15 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Perubahan Kuantitas Barang)<br>.....   | 50    |
| Tabel 4.16 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Perubahan Waktu Pembayaran)<br>.....   | 52    |
| Tabel 4.17 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Dipenuhinya Permintaan<br>Retur) ..... | 53    |
| Tabel 4.18 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Ketepatan Waktu Pengiriman)<br>.....   | 55    |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.19 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Ketepatan Kuantitas Barang)               | 56 |
| Tabel 4.20 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Jaminan Terhadap Barang Rusak)            | 57 |
| Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Respon Pemasok Terhadap Masalah)          | 58 |
| Tabel 4.22 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Respon Pemasok Terhadap Saran dan Kritik) | 60 |
| Tabel 4.23 Matriks Perbandingan Antar Pemasok (Informasi Kenaikan Harga)                 | 61 |
| Tabel 4.24 Matriks Kualitas  | 62 |
| Tabel 4.25 Matriks Biaya   | 64 |
| Tabel 4.26 Matriks Fleksibilitas   | 65 |
| Tabel 4.27 Matriks Pengiriman  | 66 |
| Tabel 4.28 Matriks Responsivitas   | 67 |
| Tabel 4.29 Matriks Gabungan Kriteria   | 69 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|            |   |
|------------|---|
| LAMPIRAN 1 | SURAT PERMOHONAN WAWANCARA  |
| LAMPIRAN 2 | WAWANCARA PENENTUAN KRITERIA PENTING  |
| LAMPIRAN 3 | JAWABAN WAWANCARA <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i>   |
| LAMPIRAN 4 | JAWABAN WAWANCARA <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> BAGIAN A: PERBANDINGAN ANTAR KRITERIA     |
| LAMPIRAN 5 | JAWABAN WAWANCARA <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> BAGIAN B: PERBANDINGAN ANTAR SUB KRITERIA |
| LAMPIRAN 6 | JAWABAN WAWANCARA <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> BAGIAN C: PERBANDINGAN ANTAR PEMASOK      |
| LAMPIRAN 7 | NORMALISASI DAN PERHITUNGAN MATRIKS ANTAR SUB KRITERIA  |
| LAMPIRAN 8 | NORMALISASI DAN PERHITUNGAN MATRIKS ANTAR PEMASOK   |

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Saat ini dunia sedang berhadapan dengan *COVID-19* yang memiliki definisi menurut *World Health Organization* (2020) *COVID-19* dan merupakan singkatan dari *Coronavirus Disease 2019* adalah virus yang menginfeksi sistem pernafasan. Virus ini menyebar dengan sangat cepat dan sudah meyebar ke hampir semua negara sehingga virus ini dinyatakan oleh *World Health Organization (WHO)* sebagai pandemi pada tanggal 11 Maret 2020. Seperti dilansir pada *BBC News* (2020), pandemi *COVID-19* ini menyerang segala sektor yang ada di sebuah negara, mulai dari kesehatan, politik, pariwisata, sosial politik, keamanan, hingga ekonomi. Bahkan, sektor ekonomi menjadi salah satu sektor yang paling bisa dirasakan dampaknya setelah sektor kesehatan. Indonesia juga tidak luput dari dampak pandemi *COVID-19* yang mengguncang seluruh sektor-sektor di Indonesia, termasuk ekonomi.

Semua pelaku usaha merasakan dampak negatif dari pandemi *COVID-19* ini, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung dari ekonomi di Indonesia. Menurut Syarizka (2019), UMKM berperan besar dalam ekonomi Indonesia, tepatnya menyumbang 60,34 persen dari devisa negara. Evandia (2020) juga mengatakan bahwa UMKM yang bergerak di industri makanan mengalami penurunan hingga 90 persen dari segi pendapatan. Secara nasional, ditambah lagi menurut Pratiwi (2020) kuartal pertama tahun 2020 ekonomi Indonesia mengalami penurunan hingga 3,94 persen.

Menurut Lukita (2020). dengan melemahnya ekonomi di Indonesia, daya beli dari masyarakat juga ikut melemah. Hal ini berpengaruh langsung terhadap permintaan terhadap perusahaan dimana pada masa pandemi ini mengalami penurunan yang cukup drastis. Dengan berkurangnya permintaan pada perusahaan, banyak persediaan dari perusahaan yang menumpuk dan tidak terjual. Berkaitan dengan hal ini, perusahaan harus mempertimbangkan segala keputusan yang berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan itu sendiri, termasuk juga dengan pemasok. Pemasok berperan sangat penting dalam sebuah perusahaan karena menurut Fauzi (2004) pemasok merupakan penyedia



sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa. Namun, dengan berkurangnya permintaan secara drastis dari suatu perusahaan, ada beberapa hal yang membuat perusahaan harus mengevaluasi ulang para pemasoknya karena barang yang terjual sangat sedikit di masa pandemi ini dan setiap produk memiliki tanggal kadaluwarsa.

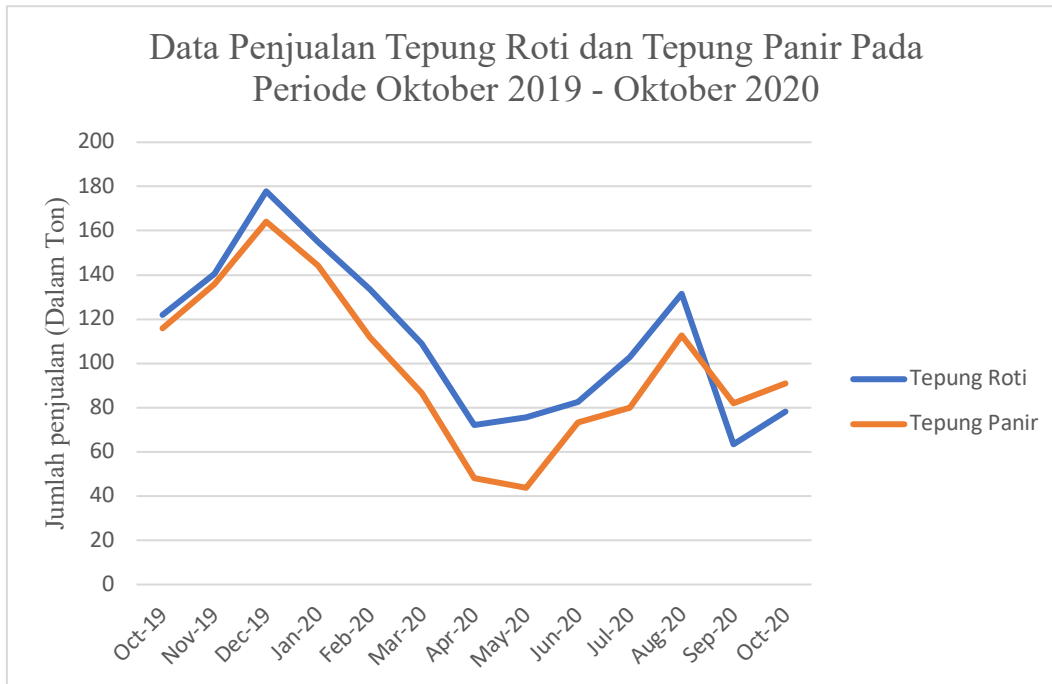
Pemilihan dan penilaian pemasok ini juga bisa membantu perusahaan agar bisa memproduksi barang atau jasa yang berkualitas dan memiliki sistem kerja yang efektif. Pemilihan pemasok yang baik ini bisa bermanfaat sangat baik terhadap perusahaan. Berikut merupakan beberapa hal yang bisa didapat oleh perusahaan apabila memiliki pemasok yang baik yang dikemukakan oleh Sherry (2008, p. 2):

*“Sourcing focuses on cost reduction of goods and services. Optimizing the customer-supplier relationship and achieving performance excellence also reduces cost and risk.”*

Maka dari itu, apabila suatu perusahaan memiliki pemasok yang baik, hubungan ini bisa berdampak sangat positif dan saling menguntungkan satu sama lain. Setiap pemasok yang bekerjasama dengan perusahaan ini bisa dievaluasi dan dinilai kinerjanya terhadap perusahaan. Penilaian pemasok ini menjadi sangat diperlukan karena setiap pemasok yang bekerja bagi suatu perusahaan memiliki sifat dan karakteristiknya masing-masing. Maka, perusahaan harus bisa menganalisa dari beberapa sisi untuk menentukan apakah pemasok bekerja secara efisien dan efektif bagi perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2005; Parasumaran, 1985), kriteria yang bisa dipakai oleh perusahaan untuk menilai pemasok adalah *quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness (QCFDR)*.

PT. Sumber Pangan Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan yang mengalami penurunan paling drastis pada UMKM di masa pandemi ini. Perusahaan ini dalam penjualannya bergerak sebagai distributor dan menjualnya ke toko, restoran, dan distributor yang lebih kecil. PT. Sumber Pangan Perkasa bergerak di bidang penjualan bahan masakan seperti tepung panir, tepung roti, bumbu masakan, dll. Pada masa pandemi ini, produk dari perusahaan yang mengalami penurunan paling drastis adalah tepung roti dan tepung panir. Berikut adalah data penjualan tepung roti dan tepung panir dari PT. Sumber Pangan Perkasa pada periode Oktober 2019 – Oktober 2020.

**Gambar 1.1.**  
**Data Penjualan Tepung Roti dan Tepung Panir Pada Periode**  
**Oktober 2019 – Oktober 2020**



Sumber: Data perusahaan yang diolah

Berdasarkan gambar 1.1., penjualan tepung roti dan tepung panir mengalami penurunan dengan drastis. Penjualan tepung roti pada bulan Oktober 2019 mencapai 121,8 ton, namun pada Oktober hanya terjual 78,1 ton. Hal serupa juga terjadi pada tepung panir, dimana pada bulan Oktober 2019 penjualan mencapai 115,8 ton dan pada Oktober 2020 penjualan hanya mencapai 91 ton. Maka dapat dipastikan bahwa pandemi *COVID-19* memberikan dampak yang sangat buruk bagi PT. Sumber Pangan Perkasa dari segi penjualan.

Pemasok tepung panir dan tepung roti dari PT. Sumber Pangan Perkasa ini adalah “Foodex”, “Pawon”, “Saritama”, dan “Diva”. Keempat pemasok ini berasal dari Bekasi, Cikarang, dan Jakarta yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, juga memiliki perbedaan dari karakteristiknya. Oleh karena itu, penilaian dari pemasok tepung roti dan tepung panir menjadi penting bagi perusahaan dan menjadi menarik untuk diteliti agar bisa menambah informasi bagi perusahaan mengenai pemasok

mana yang terbaik bagi perusahaan dan juga pemasok mana yang harus dievaluasi lebih lagi sebelum dilakukannya kerjasama di kemudian hari. Dikarenakan, berkenaan dengan berkurangnya permintaan, PT. Sumber Pangan Perkasa mempertimbangkan untuk memberhentikan kerjasamanya dengan salah satu pemasok tepung roti dan tepung panir yang kinerjanya paling buruk bagi perusahaan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Apa kriteria yang paling penting bagi PT. Sumber Pangan Perkasa?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pemasok?
3. Pemasok mana yang paling baik bagi PT. Sumber Pangan Perkasa?
4. Pemasok mana yang tidak dilanjutkan kerjasamanya oleh PT. Sumber Pangan Perkasa?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kriteria yang paling penting bagi PT. Sumber Pangan Perkasa.
2. Mengetahui kelebihan dan kelemahan dari masing-masing pemasok.
3. Mengetahui pemasok mana yang paling baik bagi PT. Sumber Pangan Perkasa berdasarkan metode *AHP*.
4. Mengetahui pemasok yang tidak dilanjutkan kerjasamanya oleh PT. Sumber Pangan Perkasa.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharap bisa membantu penulis dalam mengimplementasikan ilmu manajemen operasi dalam kehidupan nyata.

## 2. Bagi Perusahaan

Perusahaan bisa mengetahui pemasok mana yang paling baik bagi perusahaan dan juga pemasok mana yang tidak dilanjutkan kerjasamanya dengan perusahaan.

## 3. Bagi Pihak Lain

Menjadi tambahan ilmu pengetahuan di bidang manajemen operasi dan bagaimana pengimplementasiannya di kehidupan nyata.

### 1.5. Kerangka Pemikiran

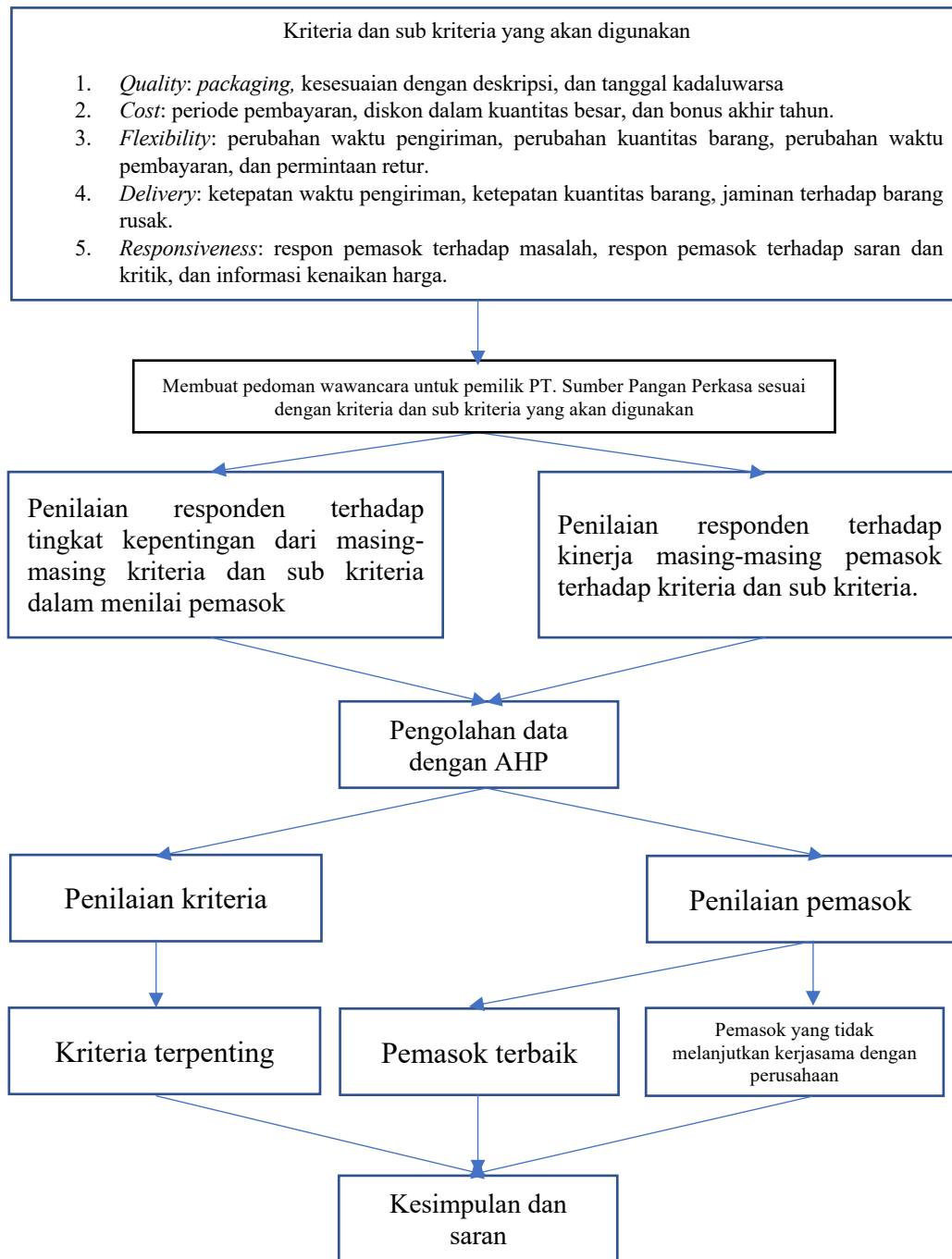
Penilaian pemasok adalah hal yang penting untuk dilakukan oleh perusahaan, terutama pada masa pandemi *COVID-19* ini. Hal ini dikarenakan menurunnya permintaan secara drastis dikarenakan melemahnya daya beli masyarakat dan setiap produk memiliki tanggal kadaluwarsanya masing-masing sehingga PT. Sumber Pangan Perkasa mempertimbangkan untuk tidak melanjutkan kerjasamanya dengan salah satu pemasok dari tepung roti dan tepung panir yang menjadi barang dengan penurunan penjualan paling drastis pada masa pandemi ini. Pemasok dari tepung roti dan panir pada PT. Sumber Pangan Perkasa adalah “Foodex”, “Pawon”, “Saritama”, dan “Diva”. Keempat pemasok ini memiliki karakteristik serta kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Oleh karena itu, evaluasi pemasok perlu dilakukan agar perusahaan bisa menilai kinerja pemasoknya secara lebih objektif dan bisa menjadi dasar pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan terkait pemasok, seperti memutuskan kerjasamanya dengan salah satu pemasok. Menurut (Chauliah, 2012, p. 34; Andika, 2013, p.129), penilaian pemasok bisa dilakukan dengan *Data Envelopment Analysis (DEA)* dan *Analytical Hierarchy Proecess (AHP)*, Namun, pada penelitian ini akan digunakan metode *AHP* dikarenakan pengambilan data akan dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan. Hal ini dikemukakan juga oleh Saaty (2012, p. 1):

*“The Analytical Hierarchy Process (AHP) is a basic approach to decision making. It is designed to cope with both the rational and the intuitive to select the best from a number of alternatives evaluated with respect to several criteria. In this process, the decision maker carries out simple pairwise comparison judgements which we then used to develop overall priorities for ranking the alternatives. The AHP both allows for inconsistency in the judgements and provides a means to improve consistency.”*

Dalam melakukan penilaian pemasok akan digunakan beberapa kriteria sebagai penilaiannya. Kriteria yang bisa digunakan untuk melakukan evaluasi menurut (Tjiptono, 2005; Parasuraman, 1985) pemasok adalah *Quality, Cost, Flexibility, Delivery, dan Responsiveness (QCFDR)*. Dengan kriteria inilah perusahaan bisa melihat dan menilai secara objektif kinerja dari masing-masing pemasok. Kriteria ini akan digunakan dalam pembuatan pedoman wawancara yang akan dijawab oleh pemilik perusahaan untuk pengambilan data yang akan digunakan untuk pengolahan data dalam metode *AHP*.

Pedoman wawancara dibuat untuk mengetahui bagaimana persepsi dari pemilik perusahaan mengenai tingkat kepentingan dari kriteria dan juga persepsi pemilik perusahaan mengenai kinerja pemasok terhadap kriteria dan sub kriteria yang ada. Kriteria dan sub kriteria yang sudah ditentukan akan dibentuk sebagai hierarki dan hasil dari wawancara akan diterjemahkan kedalam matriks yang akan diolah dengan metode *AHP*. Hasil pengolahan data akan diuji konsistensinya dari tingkat tertinggi hierarki hingga tingkat terbawah dari hierarki. Uji konsistensi ini dilakukan agar seluruh hasil pengolahan data dianggap valid dan benar. Metode *AHP* akan digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepentingan dari kriteria, pemasok yang terbaik kinerjanya bagi perusahaan, dan pemasok dengan kinerja terburuk yang akan diakhiri kerjasamanya oleh perusahaan. Bagan dari penelitian ini bisa dilihat pada gambar 1.2.

**Gambar 1.2.**  
**Bagan Penelitian**



Sumber: Penulis