

**ANALISIS EVALUASI PEMASOK KAIN
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL*
HIERARCHY PROCESS PADA TOKO “DS”**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:
Derian Aripin
2017120067**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2018
Bandung
2021**

***THE EVALUATION OF TEXTILE SUPPLIERS
USING ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS
METHOD ON “DS” STORE*** ✓✓



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

**By
Derian Aripin
2017120067**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2018
Bandung
2021**

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



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS EVALUASI PEMASOK KAIN
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL
HIERARCHY PROCESS* PADA TOKO “DS”**

Oleh:
Derian Aripin
2017120067

Bandung, Februari 2021

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Derian Aripin
Tempat, tanggal lahir : Kediri, 11 Desember 1998
NPM : 2017120067
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS EVALUASI PEMASOK KAIN MENGGUNAKAN METODE
ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS PADA TOKO “DS”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan,

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

Adalah benar-benar karya tulis 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 ungkap 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 : 21 Februari 2021

Pembuat pernyataan : Derian Aripin



(Derian Aripin)

ABSTRAK

Pemasok merupakan komponen penting dalam suatu alur bisnis, maka perlu dilakukan penilaian atau evaluasi pemasok. Penilaian atau evaluasi pemasok dapat membantu perusahaan untuk mengetahui pemasok yang menguntungkan dan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dari berbagai kriteria perusahaan tersebut. Pemasok yang baik dapat memberikan kinerja positif bagi perusahaan. Dengan demikian pula dapat membantu konsumen mendapatkan barang dengan *value* yang baik.

Pada penelitian ini, penulis menjadikan Toko “DS” sebagai subjek penelitian yang memiliki tiga pemasok utama yaitu MA, SBS, dan SF, serta dua pemasok tidak tetap yaitu BAM dan LGI. Dengan menggunakan kriteria *quality*, *cost*, *deliery*, *flexibility*, dan *responsiveness* sebagai acuan dalam penilaian atau evaluasi pemasok di Toko “DS”. Masing-masing kriteria memiliki tiga hingga lima sub kriteria, sehingga total seluruh sub kriteria adalah sembilan belas sub kriteria. Kriteria dan sub kriteria ini kemudian ditanyakan dalam bentuk wawancara terstruktur kepada pemilik Toko “DS”.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menilai atau mengevaluasi pemasok-pemasok yang memasok Toko “DS”. Penulis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mengetahui bobot atau nilai dari masing-masing kriteria dan sub kriteria. Bobot atau nilai ini dapat membantu Toko “DS” mengetahui kriteria mana yang paling penting dibandingkan kriteria lainnya. Toko “DS” kemudian dapat mengetahui bobot secara keseluruhan dari masing-masing pemasok berdasarkan kriteria dan sub kriteria tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) semua kriteria perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok karena menjadi satu kesatuan dan saling melengkapi, (2) kriteria *delivery* merupakan kriteria yang paling penting untuk Toko “DS” di masa pandemik COVID-19 ini, kriteria *quality* merupakan kriteria kedua terpenting, kriteria *flexibility* merupakan kriteria ketiga terpenting, kriteria *responsiveness* merupakan keempat terpenting, dan kriteria *cost* merupakan yang terakhir, (3) MA merupakan pemasok yang paling unggul di semua kriteria secara keseluruhan, namun ada tiga sub kriteria yang belum optimal dari sembilan belas sub kriteria, (4) dari total sembilan belas sub kriteria, MA unggul di enam belas sub kriteria dan kurang di tiga sub kriteria, SBS unggul di tiga sub kriteria dan setara dengan MA di tiga sub kriteria sehingga masih kurang optimal di tiga belas sub kriteria, untuk SF, BAM, dan LGI memiliki satu sub kriteria yang setara dengan MA dan SBS di kriteria biaya dan masih kurang optimal di delapan belas sub kriteria lainnya.

Kata kunci: Evaluasi Pemasok, Kriteria QCDFR, *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

ABSTRACT

Supplier is one of the most important components on business's flow. Therefore supplier evaluation is needed not only to find a new source but also to improve the performance of supplier. Supplier evaluation can help company to determine which supplier is the most beneficial and could fulfill needs of the company as well. A great supplier can also provide great impact for the company, so the company can provide great value product for the consumer itself.

"DS" store has three main suppliers: MA, SBS, and SF, also BAM and LGI as non-permanent suppliers. The criteria that have been selected are quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness as reference for the supplier evaluation. Each of these criteria has three to five sub-criteria were then asked in form of an interview with "DS" Store.

The purposes of this research is to evaluate the suppliers of "DS" Store. The writer used Analytical Hierarchy Process (AHP) as a method to determine the weight of each criteria and sub-criteria. Every weight counted on this research be expected could help "DS" Store determine which criteria is more important than the other. "DS" Store could determine the weight of each suppliers based on the criteria and sub-criteria.

The result of this research shows (1) all of the criteria need to be considered in this supplier evaluation because each of the criteria is complement one to another; (2) delivery is the most important criteria for "DS" Store in this pandemic situation, the second one is quality, while the flexibility is the third one, responsiveness is the second least important criteria, and cost takes the last spot as the important criteria; (3) MA is the best supplier and excellent in all criteria, however there are three sub-criteria could be optimized by MA; (4) from the total of nineteen sub-criteria, MA is superior in sixteen sub-criteria but inferior in three sub-criteria. Meanwhile, SBS is superior in three sub-criteria and equal with MA in three sub-criteria. While, SF, BAM, and LGI have one equal sub-criteria with MA and SBS on cost criteria and still could be optimized in eighteen sub-criteria.

Keywords: *Supplier Evaluation, QCDFR Criteria, Analytical Hierarchy Process (AHP)*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Analisis Evaluasi Pemasok Kain Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* Pada Toko ‘DS’”. Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan penyertaan, hikmat, dan pertolongan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini, baik memberikan dukungan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
3. Saudara serta keluarga besar penulis yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya dengan lancar.
4. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku dosen pembimbing Skripsi Manajemen Operasi penulis yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta saran terhadap penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Katela Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM. selaku dosen wali yang telah membantu mengarahkan penulis selama FRS sejak awal hingga akhir semester.
6. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
7. Ibu Dr. Amelia Setiawan, CISA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama proses studi.
9. Pemilik Toko “DS” yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
10. Staf Tata Usaha, staf perpustakaan, dan juga seluruh staf yang berada di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang telah membantu penulis selama proses pembelajaran di Universitas Katolik Parahyangan.

11. Steven Ignatius, Jeremia Firdaus, Ihsan Fadhilah, Anthony Yohanes, Chrisostomus Galang, Devlin Damara, Zipora Agustina, Theresa Celin selaku teman dekat penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi tepat waktu.
13. Pihak-pihak lain yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan selalu menyertai pihak-pihak yang telah berpartisipasi membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, atas penyusunan skripsi yang jauh dari sempurna ini, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Februari 2021

Penulis,

Derian Aripin

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	3
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>).....	7
2.2 Manajemen Hubungan Pemasok (<i>Supplier Relationship Management</i>)	8
2.3 Pemasok (<i>Supplier</i>).....	9
2.3.1 Evaluasi Pemasok.....	9
2.3.2 Kriteria Evaluasi Pemasok	10
2.4 Metode Evaluasi dan Seleksi Pemasok.....	11
2.5 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	12
2.5.1 Prinsip Pokok <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	13
2.5.2 Langkah dan Prosedur <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	14
2.5.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	20
BAB 3	22
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	22
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.4	Kriteria Variabel dan Dimensinya	24
3.5	Langkah-langkah Penelitian.....	26
3.6	Objek Penelitian.....	27
BAB 4		29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Matriks Antar Kriteria.....	29
4.2	Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria	32
4.2.1	Sub Kriteria Kualitas	32
4.2.2	Sub Kriteria Biaya	33
4.2.3	Sub Kriteria Pengiriman.....	34
4.2.4	Sub Kriteria Fleksibilitas.....	34
4.2.5	Sub Kriteria Responsivitas	35
4.3	Matriks Perbandingan Antar Pemasok.....	36
4.3.1	Kekuatan Kain.....	36
4.3.2	Ketepatan Jenis Kain	37
4.3.3	Tingkat Kecacatan Kain	38
4.3.4	Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten.....	38
4.3.5	Harga Kain itu Sendiri.....	39
4.3.6	Potongan Harga untuk Pemesanan dalam Jumlah Tertentu	40
4.3.7	Tenggang Waktu Pembayaran	41
4.3.8	Cara Pembayaran.....	41
4.3.9	Ketepatan Waktu Pengiriman.....	41
4.3.10	Ketepatan Jumlah Pengiriman.....	42
4.3.11	Kemampuan Penanganan Alternatif Transportasi.....	43
4.3.12	Cepat dan Tepat menangani Perubahan Permintaan	44
4.3.13	Cepat dan Tepat menangani Perubahan Waktu Pemesanan.....	45
4.3.14	Ketersediaan Jenis Kain	45
4.3.15	Cepat Tanggap dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan	46
4.3.16	Cepat Tanggap dalam Menyelesaikan Keluhan Pelanggan	47
4.3.17	Kemampuan Memberikan Informasi Secara Jelas dan Mudah Dimengerti.....	48

4.3.18 Kemudahan untuk Dihubungi	48
4.3.19 Memberikan Garansi	49
4.4 Matriks Gabungan Antar Pemasok	50
4.4.1 Matriks Kualitas	50
4.4.2 Matriks Biaya	51
4.4.3 Matriks Pengiriman	52
4.4.4 Matriks Fleksibilitas	53
4.4.5 Matriks Responsivitas	54
4.5 Matriks Gabungan Kriteria	55
BAB 5	57
KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria Evaluasi Pemasok.....	10
Tabel 2.2 Matriks Perbandingan Berpasangan	15
Tabel 2.3 Skala Penilaian Perbandingan	16
Tabel 2.4 <i>Random Index</i> (RI)	20
Tabel 3.1 Kriteria Variabel dan Dimensinya.....	24
Tabel 4.1 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria.....	29
Tabel 4.2 Perhitungan Bobot Matriks Antar Kriteria	30
Tabel 4.3 Matriks Perbandingan Antar Kriteria	31
Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Kualitas.....	32
Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Biaya.....	33
Tabel 4.6 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pengiriman.....	34
Tabel 4.7 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Responsivitas.....	35
Tabel 4.8 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kekuatan Kain	36
Tabel 4.9 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Jenis Kain	37
Tabel 4.10 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Tingkat Kecacatan Kain.....	38
Tabel 4.11 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten.....	39
Tabel 4.12 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Harga Kain itu Sendiri	39
Tabel 4.13 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Potongan Harga untuk Pemesanan dalam Jumlah Tertentu	40
Tabel 4.14 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Tenggang Waktu Pembayaran	41
Tabel 4.15 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Waktu Pengiriman	42
Tabel 4.16 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Jumlah Pengiriman	43
Tabel 4.17 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Penanganan Alternatif Transportasi	43
Tabel 4.18 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat dan Tepat menangani Perubahan Permintaan.....	44

Tabel 4.19 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat dan Tepat menangani Perubahan Waktu Pemesanan	45
Tabel 4.20 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketersediaan Jenis Kain	46
Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat Tanggap dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan	46
Tabel 4.22 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat Tanggap dalam Menyelesaikan Keluhan Pelanggan	47
Tabel 4.23 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Memberikan Informasi Secara Jelas dan Mudah Dimengerti.....	48
Tabel 4.24 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemudahan untuk Dihubungi	49
Tabel 4.25 Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Memberikan Garansi.....	49
Tabel 4.26 Matriks Kualitas	51
Tabel 4.27 Matriks Biaya	52
Tabel 4.28 Matriks Pengiriman	53
Tabel 4.29 Matriks Fleksibilitas	54
Tabel 4.30 Matriks Responsivitas	55
Tabel 4.31 Matriks Gabungan Kriteria.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Hirarki	5
Gambar 2.1 Proses Kunci Terkait Fungsi Pengadaan.....	8
Gambar 2.2 Variasi Metode Evaluasi dan Seleksi Pemasok.....	12

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 Perhitungan Matriks Antar Kriteria
- Lampiran 3 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Kualitas
- Lampiran 4 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Biaya
- Lampiran 5 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pengiriman
- Lampiran 6 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Fleksibilitas
- Lampiran 7 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Responsivitas
- Lampiran 8 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kekuatan Kain
- Lampiran 9 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Jenis Kain
- Lampiran 10 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Tingkat Kecacatan Kain
- Lampiran 11 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten
- Lampiran 12 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Harga Kain itu Sendiri
- Lampiran 13 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Potongan Harga untuk Pemesanan dalam Jumlah Tertentu
- Lampiran 14 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Tenggang Waktu Pembayaran
- Lampiran 15 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cara Pembayaran
- Lampiran 16 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Waktu Pengiriman
- Lampiran 17 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Jumlah Pengiriman
- Lampiran 18 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Penanganan Alternatif Transportasi
- Lampiran 19 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat dan Tepat menangani Perubahan Permintaan

- Lampiran 20 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat dan Tepat menangani Perubahan Waktu Pemesanan
- Lampiran 21 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketersediaan Jenis Kain
- Lampiran 22 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat Tanggap dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan
- Lampiran 23 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Cepat Tanggap dalam Menyelesaikan Keluhan Pelanggan
- Lampiran 24 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemampuan Memberikan Informasi Secara Jelas dan Mudah Dimengerti
- Lampiran 25 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemudahan untuk Dihubungi
- Lampiran 26 Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Memberikan Garansi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2020 merebak virus baru, corona virus jenis baru (SARS-CoV-2), yang penyakitnya disebut *coronavirus disease 2019* (COVID-19). Pandemi ini telah telah berdampak besar pada sektor perekonomian di seluruh dunia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, di Indonesia sendiri pertumbuhan ekonomi hanya tumbuh sebesar 2.97% pada kuartal 1 2020, turun jauh dibandingkan kuartal 1 2019 dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 5.02%.

Banyak bisnis yang terpaksa harus tutup sementara bahkan gulung tikar oleh karena imbas dari pandemi COVID-19 ini, namun ada pula bisnis yang mampu bertahan. Bisnis-bisnis yang bertahan pun tidak terlepas dari dampak-dampak pandemi COVID-19. Oleh karena terdampak pandemi COVID-19, bisnis yang bertahan harus mampu melakukan evaluasi besar-besaran terhadap bisnisnya, salah satunya melakukan penilaian atau evaluasi pemasok.

Penilaian atau evaluasi pemasok penting dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan kualitas produk yang baik dengan efisien dan efektif (Heizer & Render, 2017). Penilaian pemasok harus dilakukan dengan cermat dan berkesinambungan. Penilaian pemasok yang baik memiliki manfaat, antara lain:

1. Dapat membantu perusahaan untuk mengetahui pemasok yang menguntungkan bagi perusahaan dan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dari berbagai kriteria.
2. Dapat menjaga kepuasan konsumen karena barang yang didapatkan berkualitas baik, sesuai dengan biaya yang dikeluarkannya.
3. Dapat mengkomunikasikan peningkatan kinerja pemasok yang dibutuhkan agar dapat maksimal.

Memang sangatlah sulit untuk memiliki standar yang setara ketika sebelum pandemi COVID-19 terjadi, sehingga penilaian pemasok juga dapat

digunakan untuk melihat efisiensi dan efektivitas pemasok dari sisi konsumen pada masa pandemik ini. Dengan demikian, penilaian pemasok ini dapat dijadikan indikator mengenai kriteria apa saja yang perlu dimaksimalkan dalam masa pandemik ini. Kriteria pada umumnya yang digunakan perusahaan untuk penilaian pemasok yaitu QCDFR (*quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness*) (Chauliah P., 2012; Yuliani, Kholil, & Safitri, 2017; Jannah, Farkhry, & Rakhmawati, 2011; Maudzoh & Zabidi, 2007).

Toko “DS” merupakan toko yang bergerak dibidang tekstil dengan konsep jual beli bahan kain dari berbagai pabrik untuk pembuatan kaos dan kerudung. Toko “DS” dipilih karena dapat dikatakan proses bisnis di Toko “DS” masih tradisional. Dalam kegiatan usahanya sehari-hari, perusahaan ini tidak melakukan kegiatan produksi melainkan mendistribusikan produk dari pabrik. Saat ini, Toko “DS” mengambil semua produknya dari pabrik yang kemudian dijual kepada pabrik pakaian berupa kaos, kerudung, dan sebagainya.

Di Toko “DS” terdapat berbagai jenis kain tekstil yang ditawarkan, baik dari variasi warna maupun variasi jenis bahan. Seluruh kain ini berasal dari pemasok yang berbeda. Setiap pemasok memiliki keunggulan dan kekurangan yang berbeda-beda. Maka dari itu penulis ingin membahas mengenai penilaian pemasok pada Toko “DS”. Pemasok yang akan dievaluasi pada penelitian ini ada lima yaitu MA, SBS, SF, BAM, dan LGI.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pemasok kain Toko “DS” sehingga dapat dijadikan masukan atau saran untuk meningkatkan kerjasama dengan para pemasok melalui koordinasi secara berkala agar dapat menjadi lebih terintegrasi. Juga untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan masing-masing pemasok tersebut melalui evaluasi pemasok yang kemudian dapat membuat dan mengembangkan strategi pengembangan pemasok atau *supplier development strategy*. Dengan demikian judul penelitian ini adalah “Analisis Evaluasi Pemasok Kain Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* pada Toko ‘DS’”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan pada penilaian para pemasok untuk Toko “DS” adalah sebagai berikut:

1. Apa sajakah kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok kain di Toko “DS”?
2. Dari kriteria yang telah ditentukan, manakah kriteria yang paling penting?
3. Berdasarkan metode AHP pemasok kain mana yang paling unggul bagi Toko “DS”?
4. Apa sajakah kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pemasok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok kain di Toko “DS”.
2. Mengetahui kriteria apa yang paling penting.
3. Mengetahui pemasok kain mana yang paling unggul untuk dijadikan acuan pemasok lainnya berdasarkan metode AHP.
4. Mengetahui kelebihan dan kelemahan dari masing-masing pemasok.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengevaluasi pemasok kain sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Bagi Pihak Lain

Dapat memberikan manfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan referensi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan dapat berguna dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

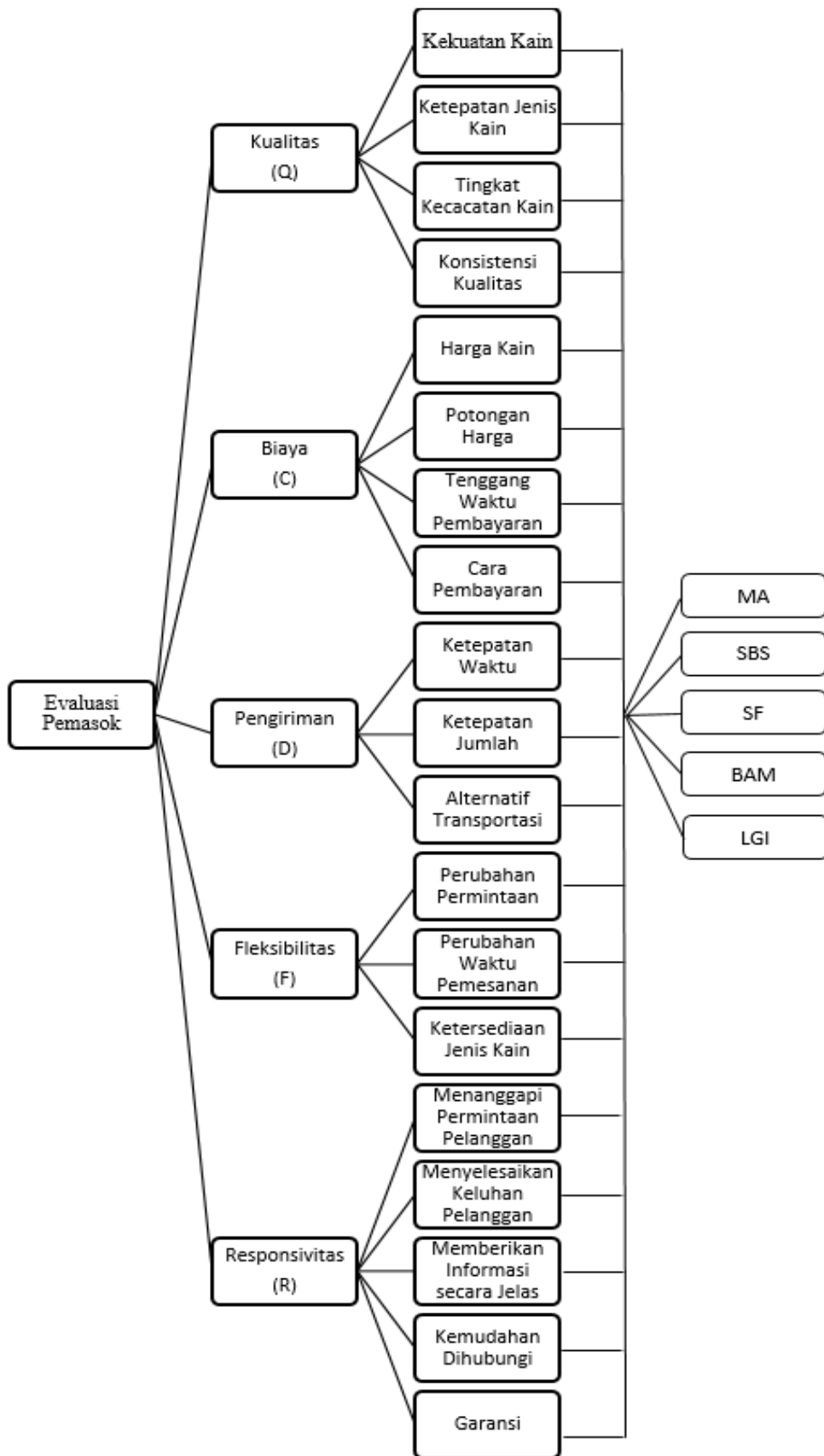
Pemasok yang profesional atau piawai tentunya akan menguntungkan perusahaan karena mampu memberikan barang ataupun jasa dengan baik dari berbagai sisi mulai dari kualitas, harga, waktu pengiriman, dan sebagainya. Pemasok memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam menyediakan bahan baku ataupun barang

jadi bagi perusahaan, dimana hal tersebut juga menjamin kelancaran operasional sebuah perusahaan (Pujawan, 2005). Pemasok yang kompeten tentunya akan menyediakan barang atau jasa yang memiliki keunggulan kompetitif. Hal tersebut akan menjadikan sebuah perusahaan memiliki keunggulan dalam menguntungkan konsumen perusahaan dan bersaing dengan kompetitor.

Dalam penilaian terhadap pemasok perusahaan dipertemukan dengan kelebihan dan kekurangan dari setiap pemasok. Penilaian terhadap pemasok dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui pemasok mana yang paling unggul bagi perusahaan karena perusahaan dapat terus mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria perusahaan yang telah ditetapkan sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen perusahaan dan dapat membantu mengkomunikasikan peningkatan kinerja pemasok. Diharapkan juga perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif diantara kompetitornya akan barang yang disediakan. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan kriteria penilaian pemasok yang selanjutnya dilakukan evaluasi pemasok untuk memantau kinerja pemasok. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan metode pembantu pengambilan keputusan dengan teknik *Multi Attribute Decision Making* (MADM) yang dapat digunakan apabila perusahaan memiliki banyak kriteria.

Penelitian ini menggunakan AHP untuk membantu perusahaan menyusun kriteria penilaian pemasok, menyusun bobot penilaiannya, dan terakhir menilai serta mengurutkan pemasok mana yang paling baik untuk dijadikan acuan pemasok lainnya agar dapat meningkatkan kinerja berdasarkan kriteria yang ditetapkan dengan membuat *supplier development strategy*. Menurut Saaty (1993) *Analytical Hierarchy Process* (AHP) menguraikan masalah multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya sehingga permasalahan yang ada akan tampak lebih terstruktur dan sistematis. Gambar 1.1 merupakan struktur hirarki dari penelitian ini.

Gambar 1.1 Struktur Hirarki



Penggunaan AHP dapat dilakukan untuk keperluan individu terutama untuk penelitian-penelitian yang berkaitan dengan perumusan strategi prioritas. Pada intinya, AHP membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menyusun suatu hirarki kriteria, dinilai secara subjektif oleh pihak yang berkepentingan lalu menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau kesimpulan. Persepsi manusia merupakan input utama dari sebuah hirarki fungsional yang digunakan sebagai alat utama dalam menjalankan AHP.