


ANALISIS PEMASOK SEPEDA MENGGUNAKAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)* PADA TOKO SEPEDA “HJ” TEGAL



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi

Oleh :

Joshua Ricardo Handoko

6031801179

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANAN MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/ 2018

BANDUNG

2022

**AN ANALYSIS OF BICYCLE SUPPLIERS USING ANALYTICAL
HIERARCHY PROCESS (AHP) AT “HJ” BICYCLE STORE TEGAL**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By :

Joshua Ricardo Handoko

6031801179

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/ 2018

BANDUNG

2022

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



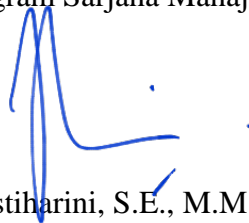
PERSETUJUAN SKRIPSI

***ANALISIS PEMASOK SEPEDA MENGGUNAKAN ANALYTICAL
HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA TOKO SEPEDA “HJ” TEGAL***

Oleh :
Joshua Ricardo Handoko
6031801179

Bandung, Januari 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen,



Dr. Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing Skripsi,



Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Joshua Ricardo Handoko
Tempat, tanggal lahir : Tegal, 14 April 2000
No. Pokok Mhs./NPM : 6031801179
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PEMASOK SEPEDA MENGGUNAKAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)* PADA TOKO SEPEDA "HJ" TEGAL

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun 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 hal kesarjanaannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihakmana 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 penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan Tanggal : 2 Februari 2022

Pembuat Pernyataan :



Joshua Ricardo Handoko

ABSTRAK

Saat ini perkembangan bisnis sudah berkembang dengan sangat pesat, hal ini membuat seluruh perusahaan harus dapat bersaing secara global. Salah satu hal yang terpenting untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan memiliki pemasok yang tepat. Untuk dapat memiliki pemasok yang tepat, perusahaan perlu melakukan analisa terhadap pemasok dengan cermat dan tepat, karena dengan memiliki pemasok yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria yang terpenting dari kriteria QCDFR (*Quality, Cost, Delivery, Flexibility, Responsiveness*) pemasok Toko Sepeda “HJ”, dalam mengetahui pemasok sepeda mana yang terbaik dari masing-masing kriteria QCDFR berdasarkan metode AHP, dan mengetahui pemasok sepeda mana yang terbaik dari keseluruhan kriteria QCDFR berdasarkan metode AHP.

Metode AHP adalah suatu metode untuk mengambil keputusan yang terbaik dari beberapa kriteria yang ada. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 5 kriteria yaitu *quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness*. Kriteria *quality* menilai dari segi kualitas produk dari pemasok. Kriteria *cost* menilai harga yang diberikan oleh pemasok. Kriteria *delivery* menilai kemampuan pengiriman pemasok. Kriteria *flexibility* menilai kemampuan pemasok dalam memenuhi perubahan permintaan. Kriteria *responsiveness* menilai kemampuan pemasok dalam merespon masalah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena bertujuan untuk menjelaskan mengenai urutan pemasok sepeda terbaik yang dimiliki oleh Toko Sepeda “HJ” Tegal. Objek penelitian ini adalah Toko Sepeda “HJ”, dimana toko sepeda ini memiliki 4 pemasok, yaitu pemasok yang berlokasi di Cirebon, Pemalang, Semarang, dan Cilacap. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terhadap pemilik Toko Sepeda “HJ”. Teknis analisis data yang digunakan adalah menggunakan *pairwise comparison matrix*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kriteria *cost* merupakan kriteria yang terpenting dibandingkan dengan kriteria *quality, delivery, flexibility, dan responsiveness*. Urutan pemasok yang terbaik berdasarkan *quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness* adalah “Pemasok Cilacap” dengan hasil 0,422, dilanjutkan dengan “Pemasok Cirebon” dengan hasil 0,249, “Pemasok Semarang” dengan hasil 0,198, dan “Pemasok Pemalang” dengan hasil 0,131.

Kata kunci : *Supply Chain Management, Kriteria QCDFR, Analytical Hierarchy Process (AHP)*.

ABSTRACT

Currently business development has grown very rapidly, this makes all companies must be able to compete globally. One of the most important things to be able to improve the company's performance is to have the right supplier. To be able to have the right supplier, the company needs to analyze the supplier carefully and precisely, because having a supplier that can fulfill all the company's needs will improve the company's performance. Therefore, the purpose of this research is to find out the most important criteria of the QCDFR criteria for the "HJ" Bicycle Shop supplier, to find out which bicycle supplier is the best from each of the QCDFR criteria based on the AHP method, and to find out which bicycle supplier is the best from all of the criteria. QCDFR based on AHP method.

The AHP method is a method for making the best decisions from several existing criteria. In this study, the authors use 5 criteria, namely quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness. Quality criteria assess in terms of product quality from suppliers. The cost criterion assesses the price given by the supplier. The delivery criteria assess the supplier's delivery capability. The flexibility criterion assesses the supplier's ability to meet changing demands. The responsiveness criterion assesses the supplier's ability to respond to problems.

This research is a descriptive research because it aims to explain the order of the best bicycle suppliers owned by the "HJ" Tegal Bike Shop. The object of this research is the "HJ" Bicycle Shop, where this bicycle shop has 4 suppliers, namely suppliers located in Cirebon, Pemasang, Semarang, and Cilacap. Data collection techniques were carried out by interviewing the owner of the "HJ" Bicycle Shop. Technical analysis of the data used is to use a pairwise comparison matrix.

The results of this research indicate that the cost criterion is the most important criterion compared to the criteria of quality, delivery, flexibility, and responsiveness criteria. The order of the best suppliers based on quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness is "Cilacap Supplier" with a result of 0.422, followed by "Cirebon Supplier" with a result of 0.249, "Semarang Supplier" with a result of 0.198, and "Pemasang Supplier" with a result of 0.131.

Keywords: Supply Chain Management, QCDFR Criteria, Analytical Hierarchy Process (AHP).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pemasok Sepeda Menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* Pada Toko Sepeda “HJ” Tegal” dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dalam jenjang Pendidikan S1, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam pembuatan skripsi ini, tentu penulis mengalami berbagai macam kendala dan hambatan. Akan tetapi, hal tersebut dapat dilalui karena penulis mendapat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Drs. Hermanto Handoko dan Erny, selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Davin Handoko, S.T., selaku kakak penulis yang senantiasa memberikan semangat serta memberikan masukan kepada penulis untuk dapat menyusun skripsi dengan baik.
3. Ibu Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dalam pengerjaan skripsi serta bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis ditengah kesibukan yang dimiliki sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
4. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., Ak., MM., selaku Dosen Wali yang senantiasa membantu penulis dalam menyusun FRS sejak awal semester hingga akhir semester.
5. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.

6. Seluruh dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan baik secara daring maupun luring.
7. Faustinus Jeffry Putra, Karlinda Margaretha, Michele Karensa, dan Steven Susanto selaku sahabat penulis yang selama penyusunan skripsi senantiasa memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas pemberian dukungan, doa, dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Bandung, 11 Januari 2021

Joshua Ricardo Handoko

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Rantai Pasokan	7
2.1.1. Manajemen Relasi Pelanggan (<i>Customer Relationship Management- CRM</i>).....	7
2.1.2. Manajemen Rantai Pasok Internal (<i>Internal Supply Chain Management-ISCM</i>).....	8
2.1.3. Manajemen Hubungan Pemasok (<i>Supplier Relationship Management- SRM</i>).....	8
2.2. Pemilihan Pemasok	9
2.3. Analytical Hierarchy Process (AHP).....	9
2.3.1. Prinsip Pokok AHP	9
2.3.2. Kelebihan dan Kekurangan AHP.....	11
2.4. Langkah-Langkah AHP.....	12
2.5. <i>Research Map</i> Terkait Pemilihan Pemasok Menggunakan AHP.....	14

2.6. Dimensi Kriteria pada Pemilihan Pemasok Menggunakan Metode AHP.....	20
2.6.1. Model QCDFR Menurut Putri, C. F. (2012) dan Andika, D., Anggraeni, S. K., & Sirajuddin. (2013)	20
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	23
3.1. Metode dan Jenis Penelitian	23
3.1.1. Metode Penelitian	23
3.1.2. Jenis Penelitian	23
3.2. Jenis Data	24
3.3. Langkah- <i>Langkah</i> Penelitian.....	25
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Teknis Analisis Data	28
3.6. Dimensi Kriteria dan Pengukurannya	29
3.7. Batasan Penelitian	30
3.8. Operasionalisasi Variabel.....	30
3.9. Objek Penelitian	33
3.8.1. Struktur Organisasi	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Kriteria Terpenting Dari Kriteria QCDFR	34
4.2. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Setiap Kriteria QCDFR.....	39
4.2.1. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi Kriteria <i>Quality</i>	39
4.2.2. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi Kriteria <i>Cost</i>	53
4.2.3. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi Kriteria <i>Delivery</i>	63
4.2.4. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi <i>Flexibility</i>	79
4.2.5. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi Kriteria <i>Responsiveness</i>	91
4.3. Pemasok Sepeda Terbaik Dari Segi Kriteria QCDFR.....	101

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
DAFTAR LAMPIRAN	108
RIWAYAT HIDUP.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala Bobot Rasio AHP.....	12
Tabel 2.2 Tabel Indeks Random Metode AHP	14
Tabel 2.3 Research Map Jurnal.....	16
Tabel 2.4 Kriteria dan Sub Kriteria Jurnal Putri (2012).....	21
Tabel 2.5 Kriteria dan Sub Kriteria Jurnal Andika, Anggraeni, & Sirajuddin (2013).....	22
Tabel 3.1 Contoh <i>Pairwise Comparison Matrix</i>	29
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Pemilihan Pemasok.....	31
Tabel 4.1 Matriks Perbandingan Antar Kriteria.....	36
Tabel 4.2 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Kriteria	37
Tabel 4.3 Urutan Kriteria Dari QCDFR.....	38
Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Antara Sub Kriteria <i>Quality</i> (Q).....	39
Tabel 4.5 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria <i>Quality</i> (Q)	41
Tabel 4.6 Urutan Sub Kriteria <i>Quality</i> (Q)	42
Tabel 4.7 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Kesesuaian Produk (Q1)	43
Tabel 4.8 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Kesesuaian Produk (Q1)	44
Tabel 4.9 Urutan Pemasok Berdasarkan Kesesuaian Produk (Q1).....	45
Tabel 4.10 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Model Produk (Q2).....	46
Tabel 4.11 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Model Produk (Q2).....	47
Tabel 4.12 Urutan Pemasok Berdasarkan Model Produk (Q2).....	48
Tabel 4.13 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Kondisi Produk (Q3).....	49
Tabel 4.14 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Kondisi Produk (Q3).....	50
Tabel 4.15 Urutan Pemasok Berdasarkan Kondisi Produk (Q3)	51
Tabel 4.16 Tabel Akumulasi Perhitungan Berdasarkan Kriteria <i>Quality</i> (Q).....	52
Tabel 4.17 Matriks Perbandingan Antara Sub Kriteria <i>Cost</i> (C).....	53

Tabel 4.18 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria <i>Cost</i> (C)	54
Tabel 4.19 Urutan Sub Kriteria <i>Cost</i> (C)	55
Tabel 4.20 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Harga Barang (C1).....	56
Tabel 4.21 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Harga Barang (C1).....	57
Tabel 4.22 Urutan Pemasok Berdasarkan Harga Barang (C1)	58
Tabel 4.23 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Pemberian Diskon Kuantitas....	59
Tabel 4.24 Normalisasi dan perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Pemberian Diskon Kuantitas (C2)	60
Tabel 4.25 Urutan Pemasok Berdasarkan Pemberian Diskon Kuantitas (C2).....	62
Tabel 4.26 Tabel Akumulasi Perhitungan Berdasarkan Kriteria <i>Cost</i> (C).....	62
Tabel 4.27 Matriks Perbandingan Antara Sub Kriteria <i>Delivery</i> (D)	64
Tabel 4.28 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria <i>Delivery</i> (D)..	65
Tabel 4.29 Urutan Sub Kriteria <i>Delivery</i> (D).....	66
Tabel 4.30 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Ongkos Kirim (D1).....	67
Tabel 4.31 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Ongkos Kirim (D1).....	68
Tabel 4.32 Urutan Pemasok Berdasarkan Ongkos Kirim (D1).....	69
Tabel 4.33 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Barang Yang Dikirim Sesuai Dengan Order Pembelian (D2).....	71
Tabel 4.34 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Barang Yang Dikirim Sesuai Dengan Order Pembelian (D2).....	72
Tabel 4.35 Urutan Pemasok Berdasarkan Barang Yang Dikirim Sesuai Dengan Order Pembelian (D2).....	73
Tabel 4.36 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Ketepatan Waktu Pengiriman (D3)	75
Tabel 4.37 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Ketepatan Waktu Pengiriman (D3).....	76
Tabel 4.38 Urutan Pemasok Berdasarkan Ketepatan Waktu Pengiriman.....	77
Tabel 4.39 Tabel Akumulasi Perhitungan Berdasarkan Kriteria <i>Delivery</i> (D).....	78
Tabel 4.40 Matriks Perbandingan Antara Sub Kriteria <i>Flexibility</i> (F)	79

Tabel 4.41 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria	
<i>Flexibility</i> (F)	80
Tabel 4.42 Urutan Sub Kriteria <i>Flexibility</i> (F).....	81
Tabel 4.43 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Dipenuhinya Penambahan / Pengurangan Jumlah Pemesanan (F1)	83
Tabel 4.44 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Dipenuhinya Penambahan/Pengurangan Jumlah Pemesanan. (F1)	84
Tabel 4.45 Urutan Pemasok Berdasarkan Dipenuhinya Penambahan/ Pengurangan Jumlah Pemesanan (F1)	85
Tabel 4.46 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Dipenuhinya Kemudahan Perubahan Waktu Pengiriman (F2).....	87
Tabel 4.47 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Dipenuhinya Kemudahan Perubahan Waktu Pengiriman. (F2).....	88
Tabel 4.48 Urutan Pemasok Berdasarkan Dipenuhinya Kemudahan Perubahan Waktu Pengiriman (F2).....	89
Tabel 4.49 Tabel Akumulasi Perhitungan Berdasarkan Kriteria <i>Flexibility</i> (F).....	90
Tabel 4.50 Matriks Perbandingan Antara Sub Kriteria <i>Responsiveness</i> (R)	91
Tabel 4.51 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria <i>Responsiveness</i> (R).....	92
Tabel 4.52 Urutan Sub Kriteria <i>Responsiveness</i> (R).....	93
Tabel 4.53 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Merespon Masalah.....	94
Tabel 4.54 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Merespon Masalah (R1)	95
Tabel 4.55 Urutan Pemasok Berdasarkan Merespon Masalah (R1)	96
Tabel 4.56 Matriks Perbandingan Antar Pemasok : Jaminan Terhadap Produk (R2)	97
Tabel 4.57 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok : Jaminan Terhadap Produk (R2)	98
Tabel 4.58 Urutan Pemasok Berdasarkan Jaminan Terhadap Produk (R2).....	99

Tabel 4.59 Tabel Akumulasi Perhitungan Berdasarkan Kriteria <i>Responsiveness</i> (R)	100
Tabel 4.60 Tabel Akumulasi Perhitungan Dari Seluruh Kriteria	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Dimensi Pemilihan Pemasok Menurut Putri (2012) dan Andika, Anggraeni, & Sirajuddin (2013)	6
Gambar 2.1. Struktur Hierarki Metode AHP	10
Gambar 3.1. Langkah-langkah Penelitian.....	25
Gambar 3.2. Struktur Organisasi Toko Sepeda “HJ”.....	33
Gambar 4.1. Diagram Alir Pemilihan Pemasok Sepeda di Toko Sepeda “HJ”	34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Wawancara Permasalahan Perusahaan
- Lampiran 2 Jawaban Wawancara Mengenai Permasalahan Perusahaan
- Lampiran 3 Petunjuk Jawaban Wawancara
- Lampiran 4 Bagian 1 Perbandingan Antar Kriteria
- Lampiran 5 Bagian 2 Perbandingan Antar Sub Kriteria
- Lampiran 6 Bagian 3 Perbandingan Antar Pemasok

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menghadapi perkembangan dunia bisnis yang saat ini semakin pesat, setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing. Hal ini berlaku juga pada perusahaan ritel untuk dapat bersaing dengan memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Perusahaan ritel dituntut untuk dapat memenuhi keinginan konsumen, baik dalam segi harga, kualitas, maupun pelayanan yang terbaik untuk dapat terus mempertahankan kinerja-nya. Salah satu hal penting yang dapat dilakukan untuk mendukung kinerja perusahaan adalah dengan pemilihan pemasok yang tepat. Pemilihan pemasok merupakan kegiatan yang cukup penting dilakukan oleh perusahaan, terutama apabila pemasok tersebut memasok barang yang penting/produk utama yang dijual perusahaan dan digunakan dalam jangka panjang,

Toko Sepeda “HJ” adalah toko yang bergerak dibidang retail yang menjual aneka macam sepeda, dari sepeda anak hingga sepeda dewasa. Toko Sepeda “HJ” memiliki 4 pemasok untuk memenuhi kebutuhan sepeda yang akan dijual. 4 pemasok tersebut merupakan pemasok yang berasal dari Cirebon, Semarang, Pemalang, dan Cilacap. Pemasok utama yang sering kali Toko Sepeda “HJ” pilih adalah pemasok yang berasal dari Cilacap.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko, metode yang digunakan untuk memilih pemasok utama adalah pemasok yang bisa memberikan harga termurah. Sehingga sistem metode yang digunakan pemilik jika pemasok termurah tersebut habis, maka pemilik toko akan memesan di pemasok termurah ke-2 dan seterusnya. Sehingga urutan pemilihan pemasok yaitu Cilacap, Semarang, Pemalang, dan Cirebon. Karena metode pemilihan pemasok yang hanya dilihat dari segi harga membuat toko sepeda ini seringkali mengalami masalah dengan pemasok, seperti dibatalkannya barang yang dipesan secara

sepihak oleh pemasok karena barang habis, jumlah pengiriman yang tidak sesuai dengan order pemesanan, dan keterlambatan proses pengiriman.

Dalam bulan Oktober 2021 dibatalkan barang yang dipesan secara sepihak sudah terjadi sebanyak 3 kali. Hal ini terjadi, karena masyarakat Tegal saat ini sedang gemar sekali bersepeda, sehingga Toko Sepeda di Tegal juga pasti banyak yang melakukan order barang di pemasok tersebut. Sebenarnya melakukan 3 kali pembatalan pesanan secara sepihak ini merupakan kesalahan yang fatal, karena jika terjadi hal seperti ini akan memakan waktu yang cukup lama untuk memesan di pemasok lainnya.

Masalah lain yang terjadi yaitu jumlah pengiriman tidak sesuai dengan order pemesanan, kadang bisa dikurangi atau bisa ditambahkan. Hal ini memang tidak dilakukan oleh semua pemasok, akan tetapi hanya 1 pemasok saja yaitu pemasok yang dari Pemalang. Masalah ini terjadi karena pemasok tersebut tidak menggunakan jasa ekspedisi, melainkan memiliki kendaraan pribadi untuk melakukan pengiriman barang, sehingga *sales* tersebut juga ikut datang ketika barang sampai di toko. Hal ini memang tidak merugikan perusahaan dikarenakan jika memang pesanan diperbanyak maka bisa dikembalikan, ataupun jika pesanan yang dikirim berkurang maka di nota penjualan akan juga akan disesuaikan dengan jumlah barang yang datang. Akan tetapi, hal ini mengganggu waktu kerja toko, dikarenakan waktu untuk menyelesaikan masalah tersebut dapat digunakan untuk melayani konsumen.

Masalah selanjutnya yang pernah terjadi yaitu terkait keterlambatan dalam mengirim barang yang dipesan. Untuk masalah ini memang sudah jarang terjadi, hal ini dikarenakan pemilik Toko Sepeda "HJ" selalu mengingatkan kepada *sales* dari pemasok di hari sebelum waktu pengiriman yang telah ditentukan. Akan tetapi, sekitar beberapa bulan yang lalu, karena pemilik toko sepeda "HJ" sedang sibuk dan lupa akan tanggal pengiriman produk, sehingga pemilik toko lupa untuk mengingatkan kembali kepada *sales* pemasok tersebut. Hasilnya pada waktu itu, pemasok tersebut terlambat mengirimkan barang. Pemilik toko ingin agar pemasok tersebut dapat mengirimkan barang yang dipesan tepat waktu, tanpa

harus diingatkan terlebih dahulu. Karena pemilik toko juga kadang lupa akan tanggal pengiriman barang tersebut.

Dari masalah yang sudah dijelaskan di atas, hal ini tentu saja membuat kinerja toko sepeda “HJ” menjadi kurang baik, karena sering kali terjadi masalah yang akibatnya barang di toko sepeda “HJ” habis untuk beberapa waktu. Jika Toko Sepeda “HJ” sering mengalami kehabisan barang maka akan menimbulkan *stockout cost* yang relatif banyak serta konsumen menjadi membeli di toko pesaing.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis termotivasi untuk membantu menyelesaikan permasalahan terkait pemilihan pemasok di Toko Sepeda “HJ” menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Alasan penulis menggunakan *AHP* untuk menyelesaikan permasalahan ini dikarenakan dengan menggunakan *AHP* dapat memisahkan masalah multi kriteria/ multi faktor yang kompleks menjadi suatu tingkatan (masalah, kriteria, sub kriteria, dan alternative) sehingga masalah terlihat lebih sederhana dan tampak terstruktur serta sistematis. Untuk menganalisa pemasok, kita juga tidak dapat menggunakan kriteria dari segi *cost* saja karena perlu diketahui dalam memilih pemasok perlu memikirkan juga terkait kriteria lainnya. Jika harga yang diberikan murah akan tetapi barang yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan perusahaan, maka hal ini menjadi tidak berarti. Sebagaimana dalam jurnal Putri (2012) dan Andika, Anggraeni, & Sirajuddin. (2013), penulis menggunakan 5 kriteria yang digunakan untuk melakukan penilaian pemasok yaitu QCDFR (*Quality, Cost, Delivery, Flexibility, Responsiveness*) yang diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih tepat dan proporsional.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan pada penilaian pemasok untuk Toko Sepeda “HJ” dirumuskan sebagai berikut :

1. Dari kriteria QCDFR, bagaimana urutan kriteria dari yang paling penting ?
2. Berdasarkan metode *AHP* pemasok sepeda mana yang paling baik bagi toko sepeda “HJ” dari masing-masing kriterianya?

3. Berdasarkan metode *AHP* pemasok sepeda mana yang paling baik bagi toko sepeda “HJ” dari semua kriteria yang ada?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui kriteria mana yang paling penting dari kriteria QCDFR.
2. Mengetahui pemasok sepeda mana yang terbaik dari masing-masing kriteria QCDFR berdasarkan metode *AHP*.
3. Mengetahui pemasok sepeda mana yang terbaik dari keseluruhan kriteria QCDFR berdasarkan metode *AHP*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk beberapa pihak baik pihak perusahaan dan pihak lainnya antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan kinerja pemasok sepeda sehingga mampu mengurangi resiko terjadinya kesalahan dalam penilaian kepada pemasok sepeda.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat membagikan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan referensi untuk menganalisa pemasok. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan beberapa informasi dan dapat berguna dalam pengambilan keputusan di perusahaan lainnya.

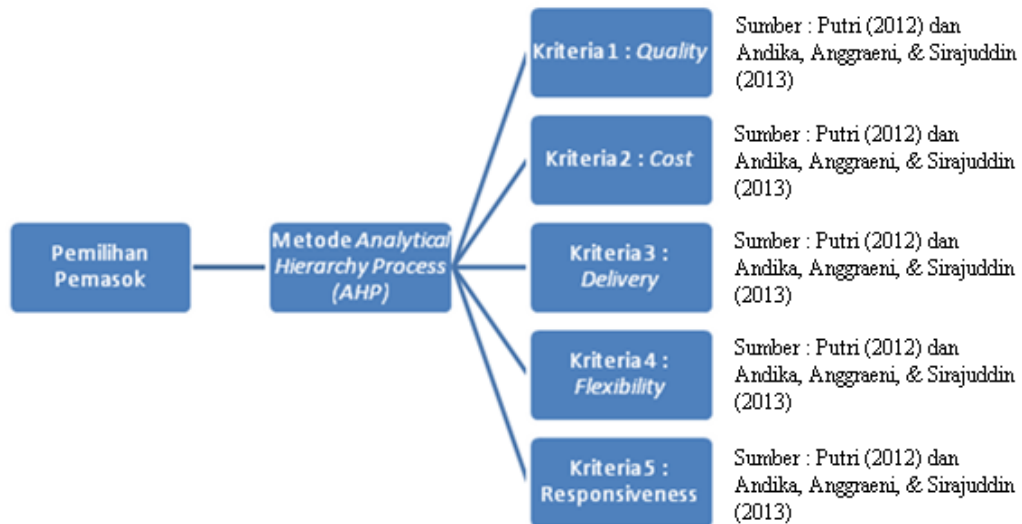
1.5. Kerangka Pemikiran

Dalam suatu perusahaan, memiliki pemasok yang kompeten akan memberikan suatu keuntungan bagi perusahaan, karena barang yang dipesan melalui pemasok tersebut akan dapat memenuhi permintaan perusahaan dengan sangat baik. Menurut Putri (2012), pemasok merupakan salah satu bagian rantai pasok yang sangat penting karena berpengaruh terhadap kelangsungan proses

produksi. Sebagai perusahaan ritel yang menjalankan kegiatan produksi tentunya memerlukan bahan baku yang didatangkan dari pemasok. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pemilihan pemasok agar barang yang dipesan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan perusahaan. Menurut Wardani, Parlina, & Revi (2018) pemilihan pemasok biasanya mempertimbangkan berbagai kriteria yang ditentukan oleh perusahaan sendiri tergantung dari bahan baku yang dipasok ke perusahaan.

Dalam memilih pemasok yang tepat maka perusahaan harus dapat mengetahui kinerja pemasok tersebut apakah memang sudah baik ataupun kurang baik. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja pemasok, salah satunya adalah menggunakan *AHP*. *Analytical Hierarchy Process (AHP)* adalah salah satu *tools* yang mempermudah untuk mengambil keputusan yang tepat dengan kriteria tertentu yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Menurut Pebakiran, Sutrisno, & Neyland (2017) kelebihan utama dalam penggunaan metode *AHP* dibanding metode lainnya adalah *AHP* dapat memisahkan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki, sehingga masalah terlihat lebih sederhana, karena tampak lebih terstruktur dan sistematis. Menurut Saaty & Vargas (2012), hierarki adalah suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur yang memiliki beberapa tingkatan dimana level pertama adalah tujuan, yang selanjutnya yaitu, level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir adalah alternatif yang tepat. Dengan adanya suatu hierarki, masalah apapun yang kompleks dapat dipisahkan ke dalam beberapa kelompok yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.

Gambar 1.1.
Dimensi Pemilihan Pemasok Menurut Putri (2012) dan Andika, Anggraeni, & Sirajuddin (2013)



Sumber : Olahan Penulis

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa *AHP* merupakan salah satu *tools* pengambilan keputusan yang menggunakan kriteria tertentu. Oleh karena itu, kriteria yang digunakan untuk melakukan pemilihan pemasok dalam penelitian ini yaitu menggunakan kriteria QCDFR (*Quality, Cost, Delivery, Flexibility dan Responsiveness*). Seperti gambar 1.1, indikator *quality* berupa kesesuaian barang dari segi spesifikasi atau standar yang diharapkan konsumen (Andika, Anggraeni, & Sirajuddin, 2013). Indikator *cost* berupa harga barang per unit serta pemberian harga grosir jika membeli dalam jumlah besar (Andika, Anggraeni, & Sirajuddin, 2013). Indikator *delivery* berupa kesesuaian barang yang dikirim berdasarkan order pembelian dan ketepatan dalam mengirimkan barang (Andika, Anggraeni, & Sirajuddin, 2013). Indikator *flexibility* berupa kemudahan dalam penambahan/pengurangan jumlah pemesanan serta kemudahan dalam perubahan waktu pengiriman (Putri, 2012). Indikator *responsiveness* berupa kemampuan pemasok dalam merespon masalah (Putri, 2012).

