

**PEMILIHAN PEMASOK DENGAN *ANALYTICAL*
HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA TOKO KOPI TEMAN
LAMA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Hereyna Aretha

6031801117

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2022

***SUPPLIER SELECTION WITH ANALYTICAL HIERARCHY
PROCESS (AHP) AT TOKO KOPI TEMAN LAMA***



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Hereyna Aretha

6031801117

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

UNDERGRADUATE PROGRAM IN MANAGEMENT

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2022

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

PEMILIHAN PEMASOK DENGAN *ANALYTICAL HIERARCHY*
PROCESS (AHP) PADA TOKO KOPI TEMAN LAMA

Oleh:

Hereyna Aretha

6031801117

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen,

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

Pembimbing Skripsi,

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Hereyna Aretha
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 24 Juni 1999
NPM : 6031801117
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“PEMILIHAN PEMASOK DENGAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)* PADA TOKO KOPI TEMAN LAMA”

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan, Pembimbing:
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 seleyaknya 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

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 11 Agustus 2022

Pembuat pernyataan:



(Hereyna Aretha)

ABSTRAK

Dalam konsep rantai pasokan, pemasok merupakan salah satu komponen yang memegang peranan penting dalam proses bisnis suatu perusahaan. Pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemasok perlu diperhatikan secara terstruktur sehingga dapat menjalin hubungan berkelanjutan yang bisa saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Toko Kopi Teman Lama merupakan kafe di Kota Bandung, yang harus terus meningkatkan daya saing dan memastikan bahwa proses produksi berjalan lancar, salah satunya adalah dengan terpenuhinya pasokan semua bahan baku. Dengan demikian, peneliti melakukan pemilihan pemasok dengan metode *Kraljic Matrix* dan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* sebagai alat bantu.

Kraljic Matrix membagi bahan baku ke dalam empat kuadran yang berbeda berdasarkan *importance of purchasing* dan *complexity of supply market*. Pada penelitian ini, bahan baku yang akan diteliti adalah bahan baku yang berada pada kuadran *strategic items*. Bahan baku tersebut adalah susu. Untuk dapat menentukan skala prioritas para pemasok berdasarkan nilai kuantitatif, maka akan digunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan kriteria kualitas, harga, fleksibilitas, pengiriman, dan daya tanggap yang masing-masing memiliki beberapa sub kriteria. Dalam proses penelitian, rangkaian wawancara telah dilakukan kepada manajer produksi Toko Kopi Teman Lama untuk mengetahui kriteria dan sub kriteria yang dianggap penting, mengetahui bobot setiap kriteria dan sub kriteria, dan mengetahui nilai akhir berkaitan dengan kinerja pemasok.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) Kriteria terpenting bagi Toko Kopi Teman Lama adalah kualitas, di urutan kedua adalah harga, di urutan ketiga adalah pengiriman, di urutan keempat adalah daya tanggap, dan yang terakhir adalah fleksibilitas. (2) Pemasok susu yang memiliki nilai tertinggi adalah Pemasok B, urutan kedua adalah Pemasok A, urutan ketiga adalah Pemasok D, dan yang terakhir Pemasok C. (3) Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, Pemasok A akan tetap dipertahankan, dan Pemasok B akan dipilih sebagai pemasok alternatif bagi Toko Kopi Teman Lama.

Kata kunci: Manajemen Rantai Pasokan, *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, Pemilihan Pemasok

ABSTRACT

Suppliers bring significant impact in a company business processes. Suppliers related decision making needs to be structurally considered to build continuous relationship that benefits both parties. Toko Kopi Teman Lama is a café in Bandung City that needs to increase its competitiveness and keeps production process runs smoothly by fulfilling its raw materials. Thus, Kraljic Matrix and Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used.

Kraljic Matrix divides raw materials into four quadrants which is differentiated by the importance of purchasing and complexity of supply market. In this research, the raw material is in strategic items quadrant. The raw material is milk. To determine suppliers priority scale based on quantitative value, Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used with quality, cost, flexibility, delivery, and responsiveness as criteria. Each criteria have several sub criteria. In the study, a series of interviews has been conducted with the production manager of Toko Kopi Teman Lama in order to discover the criteria that is considered as important, weight of each criteria and sub criteria, and final value related to supplier performance.

The results of this study shows that: (1) The most important criteria for Toko Kopi Teman Lama is quality, followed by cost, delivery, responsiveness and the least important is flexibility. (2) Milk supplier with the highest score is Supplier B, the second is Supplier A, followed by supplier D, and the last is Supplier C. (3) Based on the valuation that has been done, Supplier A will be maintained, and Supplier B will be selected as alternative supplier for Toko Kopi Teman Lama.

Keywords: Supply chain management, Analytical Hierarchy Process, Supplier Selection

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti sapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Pemilihan Pemasok dengan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada Toko Kopi Teman Lama**”. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari oleh beberapa pihak yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis hingga menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis memberikan ucapan terimakasih kepada:

1. Harijanto Solaeman dan Elisari Dewi selaku orang tua yang selalu memberikan dukugan secara material dan non-material, doa, dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya.
2. Hereza Ardhyta dan Hereva Ariella selaku kakak dan adik penulis yang selalu menyemangati dan menemani penulis dalam menyusun skripsi.
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D, ASCA., CIPM., selaku pembimbing penulis dalam penyusunan Skripsi Manajemen Operasi yang selalu sabar dan selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kritik, dan saran kepada penulis.
4. Ibu Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng., selaku dosen wali penulis yang selalu membantu dalam pengambilan keputusan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen pengajar dan staf UNPAR yang senantiasa membagi ilmu dan dukungan agar skripsi ini selesai.
6. Pemilik dan staff-staff pada Toko Kopi Teman Lama yang memberikan informasi, bantuan, dan waktu dalam menyusun skripsi ini.
7. Candice Iswara, Yulia Sinatra, Samantha Nethania, Jane Dephine, dan Sebastian Hadinata selaku sahabat terdekat yang selalu mendukung dan menghibur penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Sherly Florence, Angel Gabriella, Yulia Sinatra, Maura Priscilla, Catherine Melinda, Ivana Stefani, Elisabeth Meliana, Widyawati Caesaria, Sebastian Dennis dan Fortius Ezra sebagai teman dekat selama masa perkuliahan yang selalu menyemangati dan selalu ada bagi penulis.
9. Glenda Nathania, Reviana Nathalia, dan Anastasia Regine sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

10.Seluruh teman-teman Manajemen 2018 yang selalu mengisi hari-hari perkuliahan menjadi sangat menyenangkan.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca selanjutnya. Akhir kata, peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik maupun saran, dan semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberkati kita semua.

Bandung, Juli 2022

Penulis,

Hereyna Aretha

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Manajemen Rantai Pasok (<i>Supply Chain Management</i>).....	6
2.2 Manajemen Hubungan Pemasok	7
2.3 <i>Multi-vendor Sourcing</i>	7
2.4 <i>Kraljic Matrix</i>	8
2.4.1 <i>Purchasing Portfolio Positioning Matrix</i>	9
2.5 Evaluasi Pemasok.....	9
2.5.1 Kriteria Evaluasi Pemasok.....	10
2.5.2 Sub Kriteria Evaluasi Pemasok.....	10
2.5.3. Metode Evaluasi Pemasok	11
2.6 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	11
2.6.1 Prinsip-prinsip Dasar <i>AHP</i>	11
2.6.2 Kelebihan AHP	12
2.6.3 Kekurangan AHP	12
2.7 Langkah-langkah AHP	13
2.7.1 Penyusunan Hierarki.....	14
2.7.2 Jenis Hierarki	14
2.7.3 Penetapan Prioritas.....	15
2.7.4 Konsistensi.....	16
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Langkah-Langkah Penelitian.....	18

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	20
3.5	Objek Penelitian.....	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Kriteria	26
4.2	Sub Kriteria	28
4.2.1	Sub Kriteria Kualitas (<i>Quality</i>).....	28
4.2.2	Sub Kriteria Harga (<i>Cost</i>).....	29
4.2.3	Sub Kriteria Fleksibilitas (<i>Flexibility</i>).....	30
4.2.4	Sub Kriteria Pengiriman (<i>Delivery</i>).....	31
4.2.5	Sub Kriteria Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	32
4.2.6	<i>Criteria Global Weights</i>	33
4.3	Pemasok	35
4.3.1	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Kemasan Tidak Sobek dan Rusak.....	36
4.3.2	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Panjangnya Waktu Produk Sejak Produk Dibuka.....	37
4.3.3	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Masa Simpan Produk Sejak Diterima Sampai Tanggal Kadaluarsa.....	37
4.3.4	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Kadar Lemak Minimal 9 Gram/250 ml	38
4.3.5	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Harga yang Murah	39
4.3.6	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Tersedianya <i>Cash Discount</i>	40
4.3.7	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Tersedianya <i>Quantity Discount</i>	41
4.3.8	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Jumlah Pesanan	42
4.3.9	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Tanggal Pengiriman	43
4.3.10	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Waktu Pembayaran	44
4.3.11	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Waktu Pengiriman <i>On-Time</i>	45
4.3.12	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria <i>Delivery Lead Time</i> yang Rendah.....	46

4.3.13	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria <i>Fill-rate</i> yang Tinggi	47
4.3.14	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Memberikan Informasi dengan Cepat	48
4.3.15	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Tindakan Perbaikan Pemasok Terhadap Kritik	49
4.3.16	Matriks Perbandingan Antar Pemasok Dengan Sub Kriteria Kecepatan Respon Pemasok Jika Ada Masalah	50
4.3.17	<i>Supplier Global Weight</i>	51
4.4	Pemilihan Alternatif Pemasok	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56
Lampiran 1		60
Lampiran 2		61
Lampiran 3		63
Lampiran 4		66
Lampiran 5		69
Lampiran 6		73
Lampiran 7		82
RIWAYAT HIDUP		99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses dari Manajemen Rantai Pasokan	6
Gambar 2.2 Kraljic Matrix.....	8
Gambar 3.1 Bagan Langkah-Langkah Penelitian	19
Gambar 3.2 Bagan Organisasi Toko Kopi Teman Lama.....	22
Gambar 4.1 Struktur AHP Pemilihan Pemasok Toko Kopi Teman Lama	25
Gambar 4.2 Grafik <i>Global Criteria Weights</i>	34
Gambar 4.3 Peringkat Pemasok Susu Toko Kopi Teman Lama	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala Perbandingan Berpasangan	15
Tabel 2.2 Daftar <i>Random Index</i> Konsistensi	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penilaian Pemasok	20
Tabel 4.1 Matriks Perbandingan Antar Kriteria	26
Tabel 4.2 Perhitungan Bobot Antar Kriteria dan Pengujian Konsistensi	28
Tabel 4.3 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Kualitas	29
Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Harga	30
Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Fleksibilitas	30
Tabel 4.6 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Pengiriman	31
Tabel 4.7 Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria Daya Tanggap	32
Tabel 4.8 <i>Criteria Global Weights</i>	33
Tabel 4.9 Urutan <i>Criteria Global Weights</i>	35
Tabel 4.10 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Kemasan Tidak Sobek dan Rusak	36
Tabel 4.11 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Panjangnya Waktu Produk Sejak Dibuka	37
Tabel 4.12 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Masa Simpan Produk Sejak Diterima Sampai Tanggal Kadaluarsa	38
Tabel 4.13 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Kadar Lemak Minimal 9 Gram/250 ML	39
Tabel 4.14 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Harga yang Murah	40
Tabel 4.15 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Tersedianya <i>Cash Discount</i> ..	41
Tabel 4.16 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Tersedianya <i>Quantity Discount</i> ..	42
Tabel 4.17 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Jumlah Pesanan	43
Tabel 4.18 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Tanggal Pengiriman	44
Tabel 4.19 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Fleksibilitas Dalam Perubahan Waktu Pembayaran	45
Tabel 4.20 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Waktu Pengiriman <i>On-Time</i> ..	46
Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria <i>Delivery Lead Time</i> Yang Rendah	47
Tabel 4.22 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria <i>Fill-Rate</i> yang Tinggi	48
Tabel 4.23 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Memberikan Informasi dengan Cepat	49
Tabel 4.24 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Tindakan Perbaikan Pemasok Terhadap Kritik	50
Tabel 4.25 Matriks Perbandingan Antar Pemasok Subkriteria Kecepatan Respon Pemasok Jika Ada Masalah	51
Tabel 4.26 <i>Supplier Global Weights</i>	52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Rantai pasokan atau *supply chain* merupakan jejaring berbagai pihak yang bekerja sama untuk menyediakan dan menyalurkan produk kepada konsumen akhir, termasuk aktivitas pendistribusian, jadwal produksi, dan logistik. Kegiatan ini memiliki tujuan utama untuk memenuhi permintaan konsumen dengan kualitas yang tinggi dan biaya yang rendah (Jannah & Rahmawati, 2020). Semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan sama pentingnya, termasuk pemasok. Pemasok merupakan suatu perusahaan atau individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi suatu barang dan jasa tertentu (Fauzi, 2004). Oleh karena adanya peran penting pemasok dalam konsep rantai pasokan, perusahaan memerlukan pemasok yang baik yang dapat membawa pengaruh positif untuk perusahaan.

Pengaruh positif yang dapat diperoleh perusahaan apabila memiliki pemasok yang baik, diantaranya adalah penghematan biaya barang dan jasa, serta optimalisasi hubungan antara pemasok dengan pelanggan untuk mencapai keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang (Gordon, 2008). Dalam menjaga hubungan dengan para pemasok, dibutuhkan juga manajemen hubungan pemasok (*supplier relationship management*) yang berfungsi untuk mengelola hubungan antara perusahaan dengan para pemasok barang dan jasa menggunakan sebuah pendekatan yang berkelanjutan. Dengan begitu, perusahaan yang memiliki pemasok yang baik dapat bersifat saling menguntungkan satu sama lain (Li, Bhanu, Ragu-Nathan, & Rao, 2006). Salah satu aktivitas *supplier relationship management* adalah evaluasi pemasok. Penilaian dan pemilihan pemasok sangat diperlukan, karena pemasok yang tepat dapat membantu perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan bekerja dengan sistem kerja yang efektif, serta dapat membawa pengaruh positif bagi perusahaan. Selain itu, penilaian kinerja pemasok ini dapat dilakukan untuk mengetahui apakah pemasok yang bekerja sama sudah memiliki kinerja yang baik dan juga dapat meningkatkan kinerja pemasok karena masing-masing pemasok memiliki karakteristik.

Pemasok yang baik dibutuhkan dalam berbagai industri, tidak terkecuali industri kuliner. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) subsektor kuliner di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu mencapai 30% dari total pendapatan

industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner memiliki potensi pengembangan yang kuat, sehingga pemerintah akan mendukung segmen ini agar lebih berkembang. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa laju pertumbuhan tahunan pada industri makanan dan minuman pada kuartal-II tahun 2021 adalah sebesar 2,9%.

Toko Kopi Teman Lama merupakan sebuah kafe di Kota Bandung yang bergerak dalam bidang *food & beverages* dan sedang mengalami persaingan ketat dalam industri kuliner. Selain persaingan, terdapat juga keterbatasan beberapa bahan baku. Namun, Toko Kopi Teman Lama harus tetap dapat memenuhi permintaan dari konsumen terlepas dari adanya kendala tersebut. Untuk itu, Toko Kopi Teman Lama ingin menerapkan *multi-vendor sourcing* agar dapat memenuhi permintaan konsumen. *Multi-vendor sourcing* dibutuhkan untuk mengurangi ketergantungan dan risiko serta meningkatkan fleksibilitas (Oshri, Dibbern, Kotlarsky, & Krancher, 2019)

Setelah melakukan wawancara kepada pihak Toko Kopi Teman Lama pada penelitian terdahulu, terdapat 5 bahan baku dari 26 total bahan baku keseluruhan yang menghabiskan biaya paling besar yaitu susu, minyak goreng, biji kopi, ayam, dan keju. Berdasarkan klasifikasi Kraljic, kelima bahan baku ini merupakan bahan baku yang memiliki 20% *annual cost materials* tertinggi, sehingga dapat diklasifikasikan ke dalam kuadran *leverage items* atau *strategic items*. Dari kelima bahan baku tersebut, ada 1 bahan baku yang berada di dalam kuadran *strategic items* yaitu susu. Bahan baku susu memiliki resiko yang paling tinggi karena membutuhkan penyimpanan yang khusus, tanggal kadaluarsa yang dekat, dan membutuhkan perlakuan khusus. Saat ini, Toko Kopi Teman Lama bergantung pada pemasok susu dari satu pemasok saja yaitu PT Greenfields. Padahal, jika dilihat dari *Purchasing Portfolio Positioning Matrix*, Toko Kopi Teman Lama membutuhkan diversifikasi pemasok untuk mengurangi ketergantungan (Kraljic, 1983). Selain itu, didapatkan juga informasi bahwa Toko Kopi Teman Lama masih mendapatkan masalah dalam hal penyaluran bahan baku seperti keterlambatan pengiriman, kesulitan menghubungi pemasok, kesalahan pengiriman, dan lainnya. Dengan adanya kendala-kendala ini, proses produksi makanan dan minuman yang dipesan konsumen pun terhambat. Disamping itu, Toko Kopi Teman Lama mengalami kesulitan untuk melakukan peningkatan kinerja yang dibutuhkan oleh setiap pemasok karena kafe ini belum memiliki metode evaluasi yang terstruktur. Untuk mengatasi hal tersebut, metode AHP diperlukan oleh pihak kafe untuk melakukan evaluasi secara periodik dan dilakukan bersama.

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah sebuah metode dasar pengambilan keputusan yang dirancang untuk mengatasi rasionalitas dan gagasan untuk memilih opsi terbaik dari banyak alternatif yang telah dievaluasi menurut beberapa kriteria yang telah

ditentukan (Saaty, 2012). Metode AHP dibutuhkan bagi perusahaan yang menerapkan *multi-vendor sourcing* dan melakukan hubungan yang bersifat jangka panjang, untuk meningkatkan kinerja setiap pemasok secara periodik. Dengan mengevaluasi pemasok, diharapkan kerjasama antara perusahaan dengan pemasoknya dapat ditingkatkan dan lebih saling menguntungkan, sehingga proses produksi dapat berjalan efektif dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

“Pemilihan Pemasok dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada Toko Kopi Teman Lama”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penulisan sebagai berikut:

1. Apa kriteria yang penting dalam penilaian pemasok di Toko Kopi Teman Lama?
2. Pemasok mana yang paling baik bagi Toko Kopi Teman Lama?
3. Pemasok mana yang akan diajak kerjasama oleh Toko Kopi Teman Lama?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, ada beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Mengetahui kriteria yang paling penting bagi Toko Kopi Teman Lama.
2. Mengetahui pemasok mana yang paling baik bagi Toko Kopi Teman Lama.
3. Mengetahui pemasok yang ingin diajak kerjasama oleh Toko Kopi Teman Lama.

1.4 Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan bisa mengetahui pemasok mana yang paling baik bagi perusahaan dan juga pemasok alternatif mana yang akan diajak kerja sama untuk kedepannya.
2. Bagi Pihak Lain
Bagi pihak yang sedang mencari referensi pemilihan pemasok dalam bidang kuliner.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam konsep rantai pasokan, pemasok merupakan bagian penting dari bidang logistik dan manajemen produksi. Pemasok adalah perusahaan atau orang yang dapat melakukan penyediaan sumber daya dalam bentuk barang atau jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan (Viarani & Zadry, 2015). Agar perusahaan mendapatkan pemasok yang dapat menyediakan barang atau jasa sesuai permintaan, diperlukan proses pemilihan pemasok yang baik. Tujuan pemilihan pemasok adalah untuk mendapatkan pemasok yang sesuai, sehingga dapat mengurangi biaya pembelian barang atau jasa. Jika salah memilih pemasok, perusahaan dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu, pemilihan pemasok merupakan bagian penting yang harus dilakukan perusahaan.

Dikarenakan pemasok memegang peranan yang penting dalam sebuah kegiatan produksi, maka perusahaan dan pemasok harus menjaga kemitraan yang baik agar lebih menguntungkan dan dapat memelihara hubungan jangka panjang. *Multi-vendor sourcing* dibutuhkan saat salah satu pemasok tidak mampu memenuhi semua kebutuhan perusahaan, sehingga perusahaan mempunyai opsi pemasok lain agar aliran produksi tidak terganggu (Hendricks, 2018). Menurut Kraljic (1983), dalam memperlakukan pemasok, perusahaan perlu mempertimbangkan kedudukan dari *company strength* yang berada di *Purchasing Portfolio Positioning Matrix*, sehingga perlakuan perusahaan tidak harus sama kepada semua pemasok. Agar perusahaan dapat memahami bagaimana memperlakukan setiap pemasok dengan tepat, dibutuhkan evaluasi kinerja pemasok berdasarkan dengan berbagai kriteria yang akan menjadi pedoman.

Dalam penelitian ini, kriteria yang dapat digunakan perusahaan untuk melakukan penilaian terhadap pemasok menurut Parasuraman (1985) dan Tjiptono (2005) adalah *quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness (QCFDR)*. Kelima kriteria tersebut kemudian akan diseleksi melalui wawancara dengan pihak Toko Kopi Teman Lama. Dengan melakukan penilaian pemasok, Toko Kopi Teman Lama diharapkan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari setiap pemasok. Setelah mengetahui hal tersebut, informasinya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja para pemasok guna menciptakan rantai pasokan yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, evaluasi akan dilakukan kepada pemasok bahan baku yang berada di *strategic items*. Hal ini dilakukan karena bahan baku pada kuadran ini memiliki resiko yang tinggi. Menurut Chauliah (2012) dan Andika (2013), untuk melakukan

penilaian pemasok terdapat beberapa metode yaitu metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Vendor Performance Indicator* (VPI). Dalam penelitian ini, pengambilan data diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan yang kemudian diolah menggunakan metode AHP. Hal serupa juga dikatakan oleh Saaty (2012) yaitu sebuah pendekatan dasar untuk pengambilan keputusan yang dirancang untuk mengatasi rasional dan gagasan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah alternatif yang telah dievaluasi berdasarkan dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan. Metode AHP akan digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan tingkat prioritas kriteria pemasok yang memiliki kinerja terbaik bagi perusahaan dan juga mengetahui tindakan perbaikan apa saja yang diperlukan oleh masing-masing pemasok.