

**EVALUASI PEMASOK MENGGUNAKAN *THE ANALYTIC  
HIERARCHY PROCESS (AHP)* PADA PT JME** ✓



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Toebagoes Tameng Pramata Ramadhan**

**6031801072**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

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

**BANDUNG**

**2023**

**SUPPLIER EVALUATION USING THE ANALYTIC  
HIERARCHY PROCESS (AHP) AT PT JME** ~



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:**

**Toebagoes Tameng Pramata Ramadhan**

**6031801072**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

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

**BANDUNG**

**2023**

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI  
EVALUASI PEMASOK MENGGUNAKAN *THE ANALYTIC HIERARCHY  
PROCESS (AHP)* PADA PT JME**

Oleh:

Toebagoes Tameng Pramata Ramadhan

6031801072

Bandung, 25 Januari 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Istiharini", written over a horizontal line.

Dr. Istiharini, CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Brigita Meylianti Sulungbudi", written over a horizontal line.

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Toebagoes Tameng Pramata Ramadhan  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 1 Januari 2000  
NPM : 6031801072  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

EVALUASI PEMASOK MENGGUNAKAN *THE ANALYTIC HIERARCHY*  
*PROCESS (AHP)* PADA PT JME

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D.,  
ASCA., CIPM.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis 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 (*plagiarsm*) 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 paksa 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 26 Januari 2023

Pembuat pernyataan



(Toebagoes Tameng)

## ABSTRAK

Perusahaan memerlukan sebuah rantai pasok untuk dapat membantunya dalam menjalankan proses bisnisnya. Salah satunya adalah dengan bekerja sama dengan pemasok. Pemasok ada untuk dapat meningkatkan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. PT JME merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis menyediakan mesin tekstil beserta aksesoris pelengkapannya. PT JME sangat bergantung terhadap pemasoknya, karena dari pemasoklah PT JME dapat menjual lini produk yang mereka tawarkan saat ini. Tetapi permasalahannya adalah ketika terjadi sebuah masalah, PT JME tidak dapat bertindak. Salah satu faktornya adalah karena tidak adanya program evaluasi pemasok di perusahaan. Karena itulah peneliti melakukan evaluasi pemasok dengan menerapkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

Dalam penelitian ini, AHP digunakan untuk mengevaluasi dua pemasok mesin tekstil *spinning* dan empat pemasok lini produk aksesoris pada PT JME. Kriteria yang digunakan adalah Kualitas dengan 5 sub-kriteria, kriteria Biaya dengan 5 sub-kriteria, kriteria Pengiriman dengan 4 sub-kriteria, dan kriteria Pelayanan dengan 4 sub-kriteria. Penilaian dilakukan dalam beberapa tahapan wawancara dan melakukan matriks perbandingan antara kriteria, sub-kriteria, dan pemasok.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Kriteria biaya merupakan kriteria dengan total nilai tertinggi. (2) Pemasok dengan total nilai keseluruhan yang paling baik adalah Pemasok 2. (3) Dari seluruh pemasok barang dagangan pada PT JME, semuanya memiliki perbaikan yang perlu dilakukan berdasarkan hasil evaluasi pemasok.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok, Evaluasi Pemasok, *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

## **ABSTRACT**

Companies need a supply chain to be able to create value. One way is to work with suppliers to increase the value offered by the company. PT JME provides textile machines and their complementary accessories. PT JME is very dependent on its suppliers because it is from suppliers that PT JME can sell the product lines they currently offer. But the problem is PT JME cannot act when a problem occurs. One of the factors is the absence of a supplier evaluation program in the company. This research aims to evaluate suppliers by applying the Analytic Hierarchy Process (AHP) method.

In this study, AHP was used to evaluate two suppliers of textile spinning machines and four suppliers of accessories product lines at PT JME. The criteria used are Quality with 5 sub-criteria, Cost criteria with 5 sub-criteria, Delivery criteria with 4 sub-criteria, and Service criteria with 4 sub-criteria. The assessment is carried out in several stages of interviews and conducting a comparison matrix between criteria, sub-criteria, and suppliers.

The results showed: (1) The Cost criteria is the criteria with the highest total value. (2) The supplier with the best overall value is Supplier 2. (3) All of the merchandise suppliers that work with PT JME have improvements that need to be made based on the results of the supplier evaluation.

Keywords: Supply Chain Management, Supplier Evaluation, Analytic Hierarchy Process (AHP)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat serta karunianya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Evaluasi Pemasok Menggunakan *the Analytic Hierarchy Process* (AHP) pada PT JME” sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Dalam proses penyusunan sampai penyelesaian skripsi, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak bersangkutan yang telah memberikan dukungan dalam prosesnya, diantaranya:

1. Tubagus Dien dan Nur Aisah selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan materil dan moril sehingga penulis dapat menjalankan masa perkuliahan dengan lancar hingga tuntas.
2. Ratu Tami selaku adik dan seluruh keluarga besar Achyar dan Sadikin yang selalu memberikan doa dan dukungan selama penulis melakukan masa studinya hingga saat ini.
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku dosen pembimbing penulisan skripsi yang dilakukan oleh penulis. Terima kasih untuk waktu, ilmu, kritik, dan saran, serta tenaga yang telah diberikan sehingga proses penulisan skripsi dapat berjalan dengan positif.
4. Kepala Bagian Operasional PT JME yang telah memberikan izin terhadap penulis untuk dapat melakukan penelitian di PT JME serta waktu yang telah diberikan dan dukungan dalam pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Bapak Fernando Mulia, SE.,M.Kom. selaku dosen wali yang telah membantu penulis perihal diskusi pengambilan mata kuliah dan saran serta arahan mulai dari awal hingga akhir perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama penulis menjalankan studinya dan untuk menjadi bekal ilmu di dunia kerja nanti.

7. Seluruh masyarakat Universitas Katolik Parahyangan mulai dari staf tata usaha, staf perpustakaan, staf keamanan, staf kebersihan, dan seluruh staf Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Salma Shabirah, Zaki Fadhlurrahman, Rahadian Thomas, Arrasya Ardelia, Nurul Syabilla, Shaskia Chintami, Hayatunufus, Putri Lestari, Iqbal Herlambang, Fauzan Gianra dan seluruh rekan yang telah ada dan menghibur penulis sejak SMP
9. Aditya Rahmandi, Ariandi Putra, Adita Syahna, Naufal Fajar, Nadya Arlinda, Nur Zalfa, Shelby Odelia, Muhammad Faisal, Dimas Wahyu, Dwiky Prieda, Muhammad Fikry, Fiqry Nurfadillah, Fanny Oktaviani, Minggu Aldillah, dan Muhammaf Farhan yang telah menemani penulis menyelesaikan studinya dari awal perkuliahan.
10. Heikella Indira, Evan Falerian, Ilham Athallah, Gabriela Giovanni, Dimas Tito, Shafiya Azzahra, Gabriella Sitepu, Matthew Jonathan, dan seluruh pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen periode 2019/2020 dan 2021 yang selalu menemani, membimbing dan membantu penulis dalam mengembangkan *softskill* dan memberikan masukan konstruktif pada prosesnya.
11. Seluruh keluarga manajemen angkatan 2018 serta teman-teman lainnya yang selalu mengisi hari-hari perkuliahan dengan senyum, tangis, tawa, dan bahagia sehingga perkuliahan berjalan sangat menyenangkan.
12. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam membantu penulis menyusun skripsi.

Akhir kata, penulis akui skripsi yang telah ditulis masih jauh dari kata sempurna dengan keterbatasan yang ada, tetapi semoga tetap dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Bandung, 10 Januari 2023

Penulis,

Toebagoes Tameng Pramata Ramadhan



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran .....	5
BAB 2.....	7
2.1 Manajemen Rantai Pasok .....	7
2.1.1 Manajemen Hubungan Konsumen.....	8
2.1.2 Manajemen Rantai Pasok Internal.....	9
2.1.3 Manajemen Hubungan Pemasok.....	9
2.1.4 Evaluasi Pemasok.....	10
2.2 <i>Purchasing Portfolio Matrix</i> .....	12
2.3 <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> .....	14
2.3.1 <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> .....	14
2.3.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> ...	15
2.3.3 Tahapan Metode <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> .....	16
2.3.4 Perhitungan Metode <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> .....	17
2.2.5 Skala <i>Analytic Hierarchy Process</i> .....	18
2.2.6 Kriteria Penilaian.....	19
BAB 3.....	22
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.3 Operasionalisasi Variable .....	23

3.4 Alur Penelitian .....	25
3.5 Objek Penelitian .....	25
BAB 4.....	28
4.1 Kriteria dan Sub-kriteria Evaluasi Pemasok.....	28
4.2 Evaluasi Pemasok Menggunakan Metode AHP .....	31
4.2.1 Matriks Perbandingan Antar Kriteria.....	32
4.2.2 Matriks Perbandingan Antara Sub-kriteria Pemasok Aksesoris ....	35
4.2.3 <i>Criteria Global Weight</i> Pemasok Aksesoris .....	37
4.2.4 Matriks Pebandingan Antara Pemasok Aksesoris.....	39
4.2.5 <i>Suppliers Global Weight Pemasok</i> Aksesoris .....	46
4.2.6 <i>Suppliers Global Weight Pemasok Mesin Tekstil Spinning</i> .....	49
4.3 Hasil Evaluasi Pemasok Menggunakan Metode AHP .....	50
BAB 5.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN .....	61
RIWAYAT HIDUP .....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Manfaat dari Manajemen Rantai Pasok yang Efektif .....	7
Tabel 2.2 Proses Makro di dalam Eantai Pasok .....	8
Tabel 2.3 Contoh <i>Categorical Method</i> .....	11
Tabel 2.4 Contoh <i>Weighted Point Method</i> .....	11
Tabel 2.5 Rata-rata <i>Random Consistency Index (RI)</i> .....	18
Tabel 2.6 Skala <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> .....	18
Tabel 2.7 23 Kriteria Evaluasi Dickson .....	19
Tabel 2.8 Kriteria Evaluasi Pemasok Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Kriteria dan Sub-kriteria Evaluasi Pemasok .....	24
Tabel 4.1 Kriteria dan Sub-kriteria Evaluasi Pemasok .....	28
Tabel 4.2 Matriks Perbandingan Kriteria .....	32
Tabel 4.3 Perhitungan Matriks Normaliasi Kriteria .....	33
Tabel 4.4 Matriks Prioritas Kriteria .....	33
Tabel 4.5 Matriks Weighted Sum-vector Kriteria .....	34
Tabel 4.6 Matriks Consistency Index (CI) Kriteria .....	34
Tabel 4.7 Consistency Ratio Kriteria .....	35
Tabel 4.8 Matriks Bobot Sub-kriteria dan Consistency Ratio (CR) Pemasok Aksesoris .....	36
Tabel 4.9 Perhitungan <i>Criteria Global Weight</i> Pemasok Aksesoris .....	37
Tabel 4.10 Urutan Kepentingan <i>Criteria Global Weight</i> Pemasok Aksesoris .....	38
Tabel 4.11 Matriks Pemasok Sub-kriteria Kualitas Pemasok Aksesoris .....	40
Tabel 4.12 Matriks Pemasok Sub-kriteria Biaya Pemasok Aksesoris .....	42
Tabel 4.13 Matriks Pemasok Sub-kriteria Pengiriman Pemasok Aksesoris .....	44
Tabel 4.14 Matriks Pemasok Sub-kriteria Pelayanan Pemasok Aksesoris .....	45
Tabel 4.15 <i>Suppliers Global Weight</i> Pemasok Aksesoris .....	46
Tabel 4.16 <i>Suppliers Global Weight</i> Pemasok Mesin Tekstil Spinning .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Purchasing Portfolio Matrix</i> .....	14
Gambar 3.1 Bagan Organisasi Divisi Operasional.....	27
Gambar 4.1 Hierarki Evaluasi Pemasok Aksesoris.....	30
Gambar 4.2 Hierarki Evaluasi Pemasok Mesin Tekstil <i>Spinning</i> .....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	61
Lampiran 2 .....	62
Lampiran 3 .....	63
Lampiran 4 .....	64
Lampiran 5 .....	65
Lampiran 7 .....	65
Lampiran 8 .....	69
Lampiran 9 .....	78
Lampiran 10 .....	79
Lampiran 11 .....	89
Lampiran 12 .....	111

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan perlu mengembangkan rantai pasokannya untuk dapat menopang keberlangsungan bisnis. Rantai pasokan tersebut bertujuan untuk membantu perusahaan sebagai penyedia sumber daya yang tidak dapat diciptakan oleh perusahaan itu sendiri. Terdapat tiga proses makro dalam rantai pasokan, pertama mulai dari manajemen hubungan konsumen (*Customer Relationship Management*) yang meliputi konsumen, penentuan harga, penjualan, dan pemesanan, kedua adalah manajemen rantai pasok internal (*Internal Supply Chain Management*) yang meliputi perencanaan strategis, perencanaan permintaan dan pasokan, serta pemenuhan permintaan, ketiga adalah manajemen hubungan pemasok (*Supplier Relationship Management*) yang meliputi negosiasi dan pembelian sumber daya (Chopra & Meindl, 2016). Dalam rantai pasokan, perusahaan mengembangkan jaringan yang meliputi pemasok, perusahaan dan konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Salah satunya adalah dengan cara bekerja sama dengan pemasok. Kerja sama tersebut dilakukan untuk menciptakan rantai pasok yang dapat menghasilkan hasil positif untuk perusahaan dikarenakan perusahaan belum dapat menciptakan nilainya sendiri, melainkan perusahaan memerlukan berbagai pemasok untuk menciptakan nilainya (Heizer, Render, & Munson, 2017).

Di dalam rantai pasokan, pemasok menjadi aspek yang penting karena dari pemasok tersebutlah perusahaan dapat menciptakan nilainya. Pemasok memiliki peranan yang sangat penting terhadap kualitas nilai yang perusahaan akan tawarkan nantinya. Kualitas nilai itu bergantung terhadap input (bahan baku) yang dapat pemasok berikan kepada perusahaan, semakin baik nilai yang didapatkan oleh perusahaan dari pemasok, semakin baik nilai kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena pemasok berpengaruh terhadap output dari perusahaan, perlu adanya manajemen hubungan pemasok sehingga output menjadi maksimal. Manajemen hubungan pemasok bertujuan untuk mengembangkan keunggulan bersaing global perusahaan secara strategis dengan menjalin hubungan pembeli (perusahaan) dengan pemasok (Sillanpää, Shahzad, & Sillanpää, 2015). Menurut

Loppacher, Cagliano, dan Spina, (2011), hubungan antara pembeli (perusahaan) dan pemasok harus dikembangkan menjadi hubungan strategis dibandingkan dengan hubungan kompetitif. Hubungan strategis tersebut diperlukan sehingga perusahaan dan pemasok dapat bekerja sama dalam jangka panjang dan menguntungkan kedua belah pihak ketika bersaing di pasar.

Untuk selalu menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, perlu adanya evaluasi terhadap pemasok dengan tujuan menilai kinerja pemasok. Evaluasi pemasok dapat membantu perusahaan dalam menentukan kemungkinan potensi pemasok yang baik, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan rantai pasoknya (Heizer, Render, & Munson, 2017). Jika perusahaan tidak dapat mengoptimalkan rantai pasoknya, kualitas nilai yang diberikan perusahaan tidak akan maksimal. Evaluasi pemasok harus didasari terhadap kinerja pemasok dan kriteria yang diperlukan oleh perusahaan, karena dengan begitu perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang akan sangat berpengaruh dan dapat mengetahui secara detail permasalahan yang dapat menurunkan kualitas nilai nantinya.

PT JME merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang tekstil dengan menyediakan mesin tekstil dan aksesoris pelengkapannya. Memiliki berbagai lini produk yang berfokus terhadap mesin tekstil mulai dari mesin *spinning* (pemintalan) yang dapat mengubah bahan mentah menjadi benang, mesin *weaving* (pertenunan) yang dapat mengubah benang menjadi kain, mesin *finishing* (celup) yang dapat mengubah kain *grey* (putih) menjadi kain berwarna, dan lainnya. PT JME memiliki berbagai pemasok yang tersebar di seluruh dunia, mulai dari Jerman, India, dan China. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan PT JME, disebutkan bahwa perusahaan sangat bergantung terhadap pemasok, begitupula konsumen terhadap perusahaan. Hal itu disebabkan karena PT JME merupakan *official agent* yang menyediakan merek tertentu saja dan merek tersebut tidak dimiliki oleh kompetitor. Sehingga para konsumen tidak akan dapat membeli lini produk yang sama dengan yang ditawarkan oleh PT JME di perusahaan lain. Permasalahan yang terjadi adalah PT JME kehilangan salah satu pemasok mesin tekstil *spinning* dikarenakan adanya permasalahan terhadap hak untuk memasarkan produk tersebut di Indonesia. Sebelumnya terdapat 3 pemasok untuk mesin tekstil *spinning*, tetapi untuk saat ini hanya tersisa 2 pemasok saja yaitu TZ dan SR.

Padahal menjual mesin tekstil *spinning* merupakan *main business* perusahaan karena produk tersebut menjadi salah satu produk yang berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan paling besar. Permasalahan lainnya mengenai lini produk mesin tekstil *spinning* adalah terjadinya keterlambatan waktu pengiriman dalam kurung waktu 2 tahun kebelakang dan pada akhirnya perusahaan tidak dapat menemukan alternatif lain selain menunggu produk yang dipesan. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya aduan dari konsumen karena ketidakpuasan terhadap kinerja perusahaan dalam menyediakan produk dalam tepat waktu. Mengacu terhadap *purchasing portfolio matrix* (Kraljic, 1983), disimpulkan bahwa mesin tekstil *spinning* termasuk ke dalam kategori *strategic items*. Kategori tersebut memiliki kepentingan pembelian yang sangat tinggi untuk perusahaan karena merupakan salah satu item utama yang ditawarkan oleh PT JME, selain itu kondisi ketersediaan mesin *spinning* tersedia dari pemasok yang jumlahnya sedikit tetapi memiliki permintaan pasar yang tinggi. Lalu, kategori *strategic item* memiliki kriteria kunci yaitu ketersediaan jangka panjang, dimana seharusnya perusahaan dapat selalu menyediakan mesin *spinning* untuk dapat memenuhi permintaan pasar. Tetapi dengan berhentinya hubungan kerja dengan salah satu pemasok, mengakibatkan perusahaan kehilangan salah satu pangsa pasarnya yang paling besar dan pada akhirnya berdampak terhadap pemasukan perusahaan. Selain lini produk mesin tekstil *spinning*, lini produk aksesoris mesin tekstil juga termasuk ke dalam kategori *strategic item*. Lini produk tersebut menyediakan berbagai perlengkapan dan komponen seperti kabel besi untuk proses penggarukan serat (*carding*), lalu *top roller* dan *spacer* yang merupakan komponen mesin tekstil *roving* untuk melakukan *twisting* pada benang, dan berbagai perlengkapan alat pencegahan terjadinya kebakaran. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, lini produk aksesoris yang dibawah langsung oleh sub-divisi aksesoris memiliki penjualan yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan, seperti lini produk mesin tekstil *spinning*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Evaluasi Pemasok Menggunakan *the Analytic Hierarchy Process* (AHP) Pada PT JME”. Hal tersebut juga dikarenakan perusahaan belum pernah melakukan evaluasi terhadap pemasoknya secara terstruktur. Maka metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dapat membantu perusahaan untuk dapat mengetahui



faktor-faktor apa saja yang dapat dipertimbangkan untuk menilai pemasok secara struktural. Sehingga pada akhirnya dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan terhadap pemasoknya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah dalam kegiatan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja kriteria penting untuk dapat dijadikan dasar dalam mengevaluasi pemasok barang dagangan strategis pada PT JME?
2. Berdasarkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP), pemasok barang dagangan strategis manakah yang memiliki kinerja paling baik?
3. Berdasarkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP), perbaikan apa yang dapat dilakukan oleh masing-masing pemasok barang dagangan strategis?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kriteria penting apa saja yang dapat dijadikan dasar dalam mengevaluasi pemasok barang dagangan strategis pada PT JME
2. Mengetahui pemasok barang dagangan strategis manakah yang memiliki nilai paling baik berdasarkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP)
3. Mengetahui perbaikan apa yang dapat dilakukan oleh pemasok barang dagangan strategis berdasarkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan saran dalam melakukan evaluasi pemasok barang dagangan strategis berdasarkan hasil nilai yang telah ditentukan berdasarkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

2. Pihak lain

Diharapkan bisa menjadi sumber referensi bagi pihak lain termasuk pihak akademisi, institusi, dan lain sebagainya untuk menambah informasi dalam

bidang manajemen operasi terutama mengenai penggunaan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dalam melakukan evaluasi pemasok.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Untuk dapat menghasilkan produk dengan efektif dan efisien, perusahaan perlu untuk mengembangkan rantai pasoknya untuk dapat menciptakan nilai yang maksimal. Manajemen rantai pasok dapat membantu perusahaan untuk dapat merespon permintaan sumber daya di pasar global secara efektif dan menjadikannya keunggulan bersaing (Heizer, Render, & Munson, 2017). Keunggulan bersaing tersebut seperti mencapai pengiriman tepat waktu dan memiliki biaya keseluruhan yang efektif (Stevenson, 2021, hal. 43). Berdasarkan misi dari manajemen operasi, pengelolaan rantai pasok merupakan salah satu hal yang penting. Hal tersebut didukung oleh pernyataan (Heizer, Render, & Munson, 2017, hal. 76) yang menyatakan bahwa rantai pasok ditujukan untuk mengembangkan produk inovatif yang stabil, efektif, dan efisien dari sumber pasokan yang diciptakan dari bentuk kerjasama dengan pemasok. Karena pemasok memiliki peranan terhadap keberlangsungan proses pengembangan produk dari sebuah perusahaan, perlu adanya evaluasi untuk dapat menilai kinerja pemasok. Evaluasi pemasok bertujuan untuk dapat mengukur efektifitas dan efisiensi serta menyelaraskannya dengan performa pemasok (Hald & Ellegaard, 2011). Selain itu dengan adanya evaluasi pemasok, hubungan dengan pemasok dapat membuat perusahaan menciptakan inovasi dan cepat bereaksi terhadap permintaan pasar (Bruno, Esposito, Genovese, & Passaro, 2012). Maka dari itu evaluasi pemasok penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui apakah hubungan dengan pemasok sudah saling menguntungkan atau tidak dan apa manfaatnya untuk perusahaan.

Tetapi ketika perusahaan memiliki beberapa pemasok, perlu adanya klasifikasi ketergantungan perusahaan terhadap masing-masing pemasok. Menurut Kraljic (1983), *Purchasing Portfolio Matrix* dapat dijadikan sebuah alat untuk mengetahui kekuatan dan posisi pemasok terhadap perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi dan menganalisis strategi untuk setiap pemasok, karena tidak setiap pemasok perlu diperlakukan dengan perlakuan yang sama. Kekuatan dan posisi pemasok tersebut dapat diklasifikasi dengan dua cara, yang pertama adalah

dengan mengetahui tingkat tinggi atau rendahnya kepentingan perusahaan dalam membeli produk dari pemasok (*importance of purchasing*), apakah dengan dilakukannya pembelian dapat berpengaruh signifikan terhadap keuntungan yang didapatkan perusahaan. Kedua adalah dengan mengetahui tingkat tinggi atau rendahnya ketersediaan produk yang ingin dimiliki oleh perusahaan dalam rantai pasoknya (*complexity of supply market*), apakah produk yang diinginkan dapat dengan mudah perusahaan miliki atau tidak.

Untuk dapat mengevaluasi pemasok dan melakukan pengambilan keputusan yang tepat, dapat dilakukan evaluasi menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Metode AHP digunakan untuk menentukan skala prioritas peringkat alternatif berdasarkan beberapa kriteria dengan cara melakukan perbandingan berpasangan sederhana (*simple pairwise comparison*) (Saaty & Vargas, 2012). Kriteria-kriteria itu lah yang diuraikan menjadi bagian-bagian lebih kecil untuk dapat mengetahui kepentingan dari masing-masing kriteria menjadi lebih jelas sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan tepat (Macharis, Springael, Brucker, & Verbeke, 2004). Dengan kelebihan dari menggunakan metode AHP tersebut, penulis dapat melakukan evaluasi berdasarkan skala prioritas dari berbagai kriteria untuk mengevaluasi pemasok mesin tekstil dari perusahaan PT JME berfokus terhadap permasalahan yang sedang dialami perusahaan.