

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dibahas dalam Bab 4 berhubungan dengan penilaian tiga pemasok Revenoir, dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu:

1. Kriteria-kriteria yang dianggap penting oleh Revenoir adalah kualitas, harga, pengiriman, pelayanan, dan fleksibilitas. Berdasarkan wawancara dengan pemilik dari Revenoir didapatkan hasil perhitungan menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, kriteria yang dianggap paling penting adalah kualitas dengan bobot 0,458. Kriteria-kriteria berikutnya dengan urutan sesuai dengan nilai kedua tertinggi hingga terkecil adalah harga (0,300), pengiriman (0,111), fleksibilitas (0,089), dan pelayanan (0,042).
2. Jumlah pemasok bahan kulit yang dimiliki oleh Revenoir berjumlah 3 buah pemasok. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, didapatkan hasil bahwa “Pemasok 1” merupakan pemasok dengan bobot tertinggi sebesar 0,3854 dan memiliki kinerja dengan bobot tertinggi pada kualitas. “Pemasok 2” sebagai pemasok dengan bobot kedua tertinggi sebesar 0,3583 dan memiliki kinerja dengan bobot tertinggi pada pengiriman dan fleksibilitas. Sedangkan bobot terendah didapatkan oleh “Pemasok 3” dengan bobot sebesar 0,2563 yang unggul dalam kriteria harga dan pelayanan.
3. Dengan mengetahui keunggulan dari setiap pemasok dan bobot penilaian dari masing-masing pemasok, dilakukan pemilihan *Supplier Development Program (SDP)* untuk masing-masing pemasok. Untuk “Pemasok 1” dipilih program *Customers’ Support In Inter-supplier Collaboration* dan *Future Business Incentives*. Program yang dipilih untuk “Pemasok 2” adalah *Future Business Incentives* dan *Customers’ Support In Inter-supplier Collaboration* dengan ini diharapkan “Pemasok 1” dan “Pemasok 2” dapat

saling melengkapi dan meningkatkan kinerjanya. Program yang dipilih untuk “Pemasok 3” adalah *Capital Investment and Financial Support* serta *Employee Exchange* yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dari “Pemasok 3”. Karena “Pemasok 3” tergolong muda sehingga diperlukan tambahan program yang dipilih untuk meningkatkan kinerja dari “Pemasok 3”.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berhubungan dengan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kriteria dengan bobot terbesar menurut Revenoir adalah kualitas yang berarti pemasok dapat diarahkan oleh Revenoir untuk memaksimalkan kinerja dalam kriteria kualitas. Bukan berarti kriteria lain tidak perlu ditingkatkan karena dengan meningkatkan pelayanan dan fleksibilitas, Revenoir dapat memicu inovasi dari pemasok seperti peningkatan jenis dan kualitas bahan kulit, adanya variasi bahan kulit baru, dan inovasi lainnya yang pada akhirnya juga akan menguntungkan pihak Revenoir.
2. Pemasok dengan nilai yang dianggap baik adalah “Pemasok 1” dan “Pemasok 2” sehingga Revenoir perlumenjaga relasi baik dengan keduanya. Tetapi jika dilihat secara keseluruhan “Pemasok 1” hanya unggul dalam satu sub kriteria sedangkan “Pemasok 2” memiliki nilai kinerja yang baik pada setiap sub kriteria. Perlu diingat bahwa “Pemasok 3” merupakan pemasok muda yang perlu di bantu agar dapat berkembang jika Revenoir berencana untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan “Pemasok 3”.
3. Pihak Revenoir sebaiknya melakukan evaluasi pemasok secara rutin sebagai tindakan preventif terhadap penurunan kinerja pemasok. Proses evaluasi pemasok ini dapat dilakukan dengan tahapan dan langkah yang sama seperti yang dilakukan pada penelitian ini. Selain itu evaluasi pemasok juga dapat dilakukan jika pihak Revenoir berencana untuk menambah pemasok bahan kulitnya.
4. Evaluasi pemasok juga perlu dilakukan terhadap pemasok lainnya yang

dimiliki Revenoir. Karena bahan produksi yang digunakan tidak hanya menggunakan bahan kulit tetapi terdapat juga bahan lainnya. Walaupun bahan kulit menjadi bahan utama dalam produksi tetapi bahan lain seperti benang, alas atau sol untuk sepatu, dan lainnya juga dibutuhkan dalam system produksi dari Revenoir.

5. Sebelum perusahaan berencana untuk melakukan *Supplier Development Program (SDP)* perlu diperhatikan bahwa perusahaan tersebut perlu untuk sudah memiliki kondisi finansial yang stabil serta memiliki jumlah staf yang memadai untuk mengawasi dan diberikan tanggung jawab dalam melaksanakan program dari *Supplier Development Program (SDP)* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abell, D. (1999). "Competing Today While Preparing For Tomorrow", *MIT Sloan Management Review*, Vol. 40 No. 3, pp. 73-81.
- Akkermans, H., Bogerd, P., & Vos, B. (1999). "Virtuous and Vicious Cycles On The Road Towards International Supply Chain Management". *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 19 Nos 5/6, pp. 565-81.
- Anwar, S. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Konsep dan Hakikat. *Jurnal Dinamika Informatika*, 3(2). DOI: 10.35315/informatika.v3i2.1315.
- Blenkhorn, D. L. & Banting, P. M. (1991). How Reverse Marketing Changes Buyer-Seller Roles. *Industrial Marketing Management* 20(3): 185-191.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation 6e*. Pearson Education Limited.
- Cole, R., & Aitken, J. (2019). Selecting Suppliers For Socially Sustainable Supply Chain Management: post-exchange supplier development activities as pre-selection requirements. *Production Planning and Control*, 30(14), 1184-1202. Doi: 10,1080/09537287.2019.1595208.
- Cooper, M., Lambert, D. and Pagh, J. (1997). "Supply Chain Management: more than a new name for logistics", *International Journal of Logistics Management*, Vol. 8 No. 1, pp. 1-14.
- Croxton, K., Garcia-Dastugue, S., Lambert, D., Rogers, D. (2001). *The Supply Chain Management Processes*, *The International Journal of Logistics Management*, vol. 12, no. 2, 13-36.
- Darna, N. & Herlina, E., (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: *Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. Vol. 5 No. 1, pp 287-292
- Dickson, G. (1966). An Analysis Of Vendor Selection and The Buying Process. *Journal of Purchasing*, 5-17.

- Flynn, B., Morita, M., & Machuca, J. (2011). *Managing Global Supply Chain Relationships: Operations, Strategies, and Practices*. IGI Global.
- Hanh, C. K., Watts, C. A., & Kim, K. Y. (1990). The Supplier Development Program: A Conceptual Model. *Journal of Purchasing and Materials Management* 26(2): 2-7.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Pearson Education Limited
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management 13e*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing 18e*. Pearson Education, Inc.
- Lambert, D., Stock, J. R., & Ellarm, L. M. (1997). *Fundamentals of Logistics Management*. McGraw-Hill/Irwin.
- Monczka, R. M., Trent, R. J., & Callahan, T. J. (1993). Supply Base Strategies to Maximize Supplier Performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 23(4), 42-54.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Ngatawi, & Setyaningsih, I. (2011). Analisis Pemilihan Supplier Menggunakan Metode AHP. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 10, No.1*.
- Pujawan, I. N., Mahendrawati ER., (2010). *Supply Chain Management*. (2 ed.). Surabaya: Guna Widya.
- Render, B., Stair, R. M., Hanna, M. E., & Hale, T. S. (2018). *Quantitative Analysis for Management*. Pearson.
- Saaty, T. (2008). Decision Making With the Analytical Hierarchy Process. *Int. J. Services Sciences*, 83-98.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process* (2 ed.). New York: Springer.

- Schuh, C., Strohmer, M. F., Easton, S., Hales, M., & Triplat, A. (2014). *Supplier Relationship Management: How to Maximize Supplier Value and Opportunity*. Apress.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (6 ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sulungbudi, M., Yanamandram, V., Akter, S., Tam, L. (2019). Supplier Development: Practices and Measurement. In Abdullah, A. G., Widiyawati, I., & Abdullah, C. U. (Eds.), *Global Competitiveness: Business Transformation In the Digital Era* (pp. 227-229). Leiden, The Netherlands: Taylor and Francis.
- Surie, C., Wagner, M., (2008). *Supply Chain Analysis: Supply Chain Management and Advanced Planning* (4 ed.). (pp.37-63). Springer
- Wiese, A., & Toporowski, W. (2013). CSR Failures In Food Supply Chains - An Agency Perspective. *British Food Journal*, 115(1), 92-107. DOI: 10.1016/j.jom.2015.11.001
- Zhang, Z., Lei, J., Cao, N., To, K., & Ng, K. (2003) Evolution of Supplier Selection Criteria and Methods. *European Journal of Operational Research*, 335-342.
- Zijm, H., Klumpp, M., Heragu, S., Regattieri, A. (2019). Operations, Logistics, and Supply Chain Management: Definitions and Objectives. In: Zijm, H., Klumpp, M., Regattieri, A., Heragu, S., (eds) *Operations, Logistics and Supply Chain Management. Lecture Notes in Logistics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92447-2_3