

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan penilaian pemasok dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, ditemukan bahwa kriteria kualitas merupakan kriteria yang paling penting bagi Kafe Sanguku karena memiliki bobot nilai paling tinggi. Kriteria kedua yang menjadi paling penting bagi pihak kafe Sanguku adalah kriteria biaya. Selanjutnya, kriteria yang berada di posisi ketiga bagi kafe Sanguku adalah kriteria daya tanggap. Lalu di posisi keempat dan kelima terdapat kriteria pengiriman serta fleksibilitas. Dari seluruh kriteria tersebut kemudian terdapat 16 subkriteria yang mempengaruhi penilaian terhadap pemasok. Lalu setiap subkriteria tersebut memiliki bobot nilai dengan urutan sebagai berikut: warna daging ayam segar yang berwarna merah, harga daging ayam lebih murah dibandingkan pemasok lain, besar ukuran daging ayam sekitar 120 gram per potong, cepat dalam merespon masalah yang terjadi, tekstur daging ayam segar yang tidak pucat dan elastis, ketepatan waktu pengiriman daging ayam, ketersediaan *cash discount*, daging ayam yang dikirimkan sudah diperiksa dengan baik kualitasnya oleh pemasok, ketersediaan *quantity discount*, melayani perubahan pada jumlah pesanan, ketepatan jumlah pengiriman daging ayam, cepat dalam menyalurkan informasi terkait dengan daging ayam, waktu pengiriman yang cepat, *packaging* yang sesuai dengan permintaan perusahaan, melayani permintaan khusus mengenai bagian tubuh daging ayam tertentu, dan termin pembayaran.
2. Setelah dilakukan penghitungan menggunakan metode *analytical hierarchy process (AHP)*, maka diketahui pemasok daging ayam terbaik berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh Kafe Sanguku. Pemasok daging ayam terbaik bagi kafe Sanguku tersebut adalah pemasok A dengan memiliki bobot nilai yang paling besar berdasarkan seluruh kriteria dan subkriteria yang ada. Sedangkan

- untuk pemasok B berada di urutan kedua dan pemasok C berada di urutan ketiga.
3. Melalui penilaian yang telah dilakukan kepada setiap pemasok daging ayam tersebut, setiap pemasok memiliki perbaikan yang perlu dilakukan berdasarkan pembobotan subkriteria tersebut. Pemasok A yang menjadi pemasok terbaik bagi kafe Sanguku juga masih perlu untuk memperbaiki beberapa hal, yaitu mengenai ketepatan waktu pengiriman, pemberian *cash discount* serta termin pembayaran. Beberapa hal juga perlu diperbaiki oleh pemasok B, seperti warna daging ayam segar yang berwarna merah serta melayani permintaan khusus mengenai bagian tubuh daging ayam tertentu. Meskipun pemasok B hanya memiliki nilai terendah pada 2 subkriteria, namun nilai subkriteria yang pemasok ini dapatkan tidak lebih tinggi dari pemasok A dan tidak lebih rendah dari pemasok C, sehingga pemasok B tetap perlu meningkatkan subkriteria lainnya. Sedangkan pemasok C berada di posisi terbawah dengan bobot nilai terendah dibanding pemasok A dan B. Di setiap subkriteria dari masing-masing kriteria, pemasok C mendapatkan nilai terendah. Tentu ini menjadi tugas besar bagi pemasok C dalam meningkatkan performa dari setiap subkriteria penilaian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu:

1. Pihak Kafe Sanguku dapat menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* sebagai metode untuk melakukan penilaian terhadap para pemasok yang ada. Melalui penilaian tersebut, pihak kafe dapat menjadikan metode ini sebagai alat bantu untuk mengambil keputusan untuk para pemasok yang ada. Namun, penilaian tersebut harus disesuaikan dengan kondisi yang ada sehingga tidak harus terpaku pada kriteria dan subkriteria di penelitian ini. Untuk melihat hasil penilaian dari perhitungan yang ada, penilaian kepada setiap respondennya dapat diketahui tingkat konsistensinya sehingga mampu meminimalisir subjektivitas responden dalam memberikan penilaian.
2. Pihak kafe Sanguku diharapkan dapat menyampaikan kepada seluruh pemasok daging ayam pada kafe Sanguku terkait dengan peningkatan kinerja melalui perbaikan terhadap setiap penilaian kriteria dan subkriteria yang telah ditentukan

oleh Kafe Sanguku. Dengan dilakukannya peningkatan pada setiap kriteria tersebut, diharapkan hubungan antara pemasok daging ayam dengan Kafe Sanguku dapat menjadi lebih baik serta memberikan keuntungan terhadap kedua belah pihak.

3. Evaluasi yang telah dilakukan terhadap seluruh pemasok daging ayam pada penelitian ini dibatasi oleh 5 kriteria dan 16 subkriteria yang telah ditentukan pihak kafe. Kedepannya, seluruh kriteria yang digunakan untuk dasar penelitian dapat disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan dari pihak kafe.
4. Dengan dilakukannya evaluasi terhadap seluruh pemasok daging ayam ini, kafe Sanguku juga perlu untuk membuka peluang terhadap adanya pemasok baru yang dapat memberikan kontribusi positif dalam proses produksi. Kafe Sanguku juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan penggantian terhadap pemasok yang ada saat ini dengan pemasok baru yang dapat membantu Kafe Sanguku dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk kedepannya, pihak kafe dapat melakukan evaluasi terhadap pemasok daging ayam tersebut dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*. Sehingga, pihak Kafe Sanguku dapat melihat dan menilai secara teratur terkait performa kinerja dari setiap pemasok yang ada.
5. Peneliti menyarankan agar evaluasi terhadap pemasok pada Kafe Sanguku dapat dilakukan secara rutin pada suatu periode tertentu dengan disesuaikan kebutuhan pihak kafe, misalnya dapat dilakukan satu kali pada setiap bulannya, tidak hanya pada pemasok daging ayam, namun juga dapat berlaku pada pemasok bahan baku lainnya. Evaluasi pemasok tersebut dilakukan guna mengetahui informasi dari hasil penilaian berdasarkan kriteria yang sesuai dengan kondisi tertentu serta untuk mengetahui kriteria apa saja yang dapat lebih ditingkatkan kedepannya. Metode AHP dapat digunakan dalam melakukan evaluasi pemasok tersebut karena metode tersebut dapat membantu Kafe Sanguku dalam mengevaluasi pemasok secara lebih teratur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sudiro, Prof, Dr, SE, ME. (2012, February 16). Achmad Sudiro, Prof, Dr, SE, ME. Retrieved December 15, 2021, from <http://achmadsudirofebub.lecture.ub.ac.id/2012/02/100/>
- Bandyopadhyay, J. K. (2016). *Basics of Supply Chain Management*. Taylor & Francis.
- Blanchard, D. (2021). *Supply Chain Management Best Practices* (3rd ed.). Wiley.
- Bruno, G., Esposito, E., Genovese, A., & Passaro, R. (2010, November 10). AHP-based approaches for supplier evaluation: Problems and perspectives. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 159-172.
- Chopra, S. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (7th ed.). Pearson Education.
- Hitt, M.A., Hoskisson, R.E., & R.D. Ireland. (2007). *Management of Strategy: Concept and Cases*. Thomson South-Western: Cincinnati.
- Hornngren, Charles T., dkk. (2012). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. 14<sup>th</sup> edition. United States of America: Pearson Education Limited.
- Hou, T., & Huang, C. W. (2002). *The Impact of Supply Chain Management on Supplier Selection and Evaluation in Taiwanese Industries*. *J Technol.* 17 (2), 281-292.
- Hugos, M. H. (2018). *Essentials of Supply Chain Management* (4th ed.). Wiley.
- Jayani, D. H. (2021). *UMKM Indonesia Bertambah 1,98% pada 2019 | Databoks*. Databoks. Retrieved December 16, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/umkm-indonesia-bertambah-198-pada-2019>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kraljic, P. (1983). Purchasing Must Become Supply Management. *Harvard Business Review*.
- Matthews, B., & Ross, L. (2010). *Research Methods: A Practical Guide for the Social Sciences*. Pearson Longman.
- Mulyadi. (2013). *Sistem Akutansi* (3rd ed.). Salemba Empat.

- Munson, C., Render, B., & Heizer, J. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson.
- Muslim, Bilal., Yani Iriani. 2010. Pemilihan Supplier Bahan Baku Tinta dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus di PT. INFIGO). National Conference: Design and Application of Technology 2010. pp 19-26.
- O'Brien, J. (2018). *Supplier Relationship Management: Unlocking the Hidden Value in Your Supply Base* (2nd ed.). Kogan Page.
- Pohan, S. (2017). Peranan Evaluasi terhadap Strategi Bisnis Perusahaan dalam Menganalisis Kebijakan Mutu Barang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5, 1-7.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Toronto: The Free Press
- Prater, E. (2013). *An Introduction to Supply Chain Management: A Global Supply Chain Support Perspective* (1st ed.). Business Expert Press.
- Rocha, P.M.P.M., Barros, A.P.D.A.P., Silva, G.B.D.G.B., & Costa, H.G. (2016). *Analysis of the operational performance of Brazilian airport terminals: A multicriteria approach with De Borda-AHP integration*. *Journal of Air Transport Management*, 51, 19–26.
- Rouhani, S., Ghazanfari, M. & Jafari, M., 2012. Evaluation model of business intelligence for enterprise systems using fuzzy TOPSIS. *Expert Systems with Applications*, 39(3), pp.3764– 3771. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2011.09.074>.
- Saaty, T., & Vargas, L. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process Second Edition*. New York: Springer.
- Santia, T. (2020). *Menteri Teten: Banyak Karyawan Jadi Pengusaha, Persaingan UMKM Makin Ketat*. Liputan6.com. Retrieved December 16, 2021, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4376239/menteri-teten-banyak-karyawan-jadi-pengusaha-persaingan-umkm-makin-ketat>
- Schuh, C., Hales, M. D., Easton, S., Triplat, A., & Strohmer, M. F. (2014). *Supplier Relationship Management: How to Maximize Vendor Value and Opportunity*. Apress.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Stevenson, W. J. (2002). *Operation Management*. McGraw-Hill/Irwin.

Supriyanto, A., & Masruchah, I. (2000). *Manajemen Purchasing : Strategi Pengadaan & Pengelolaan Material Untuk Perusahaan Manufacturing*. PT. Elex Media Komputindo.

Vargas, L. G., & Saaty, T. L. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process* (2nd ed., Vol. 175). Springer US.

Yunarto, H. I. (2006). *Business Concept Implementation Series: In Sales and Distribution Management*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo