

**USULAN PEMILIHAN *SUPPLIER* SOL SEPATU
PADA FOOTSTEP FOOTWEAR DENGAN METODE
*ANALYTICAL NETWORK PROCESS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : The, Eric Hartanto Sentosa

NPM : 2014610059



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**

2018

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : The, Eric Hartanto Sentosa
NPM : 2014610059
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PEMILIHAN *SUPPLIER* SOL SEPATU PADA
FOOTSTEP FOOTWEAR DENGAN METODE *ANALYTICAL
NETWORK PROCESS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 6 Agustus 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : The, Eric Hartanto Sentosa

NPM : 2014610059

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“USULAN PEMILIHAN *SUPPLIER* SOL SEPATU PADA FOOTSTEP FOOTWEAR DENGAN
METODE *ANALYTICAL NETWORK PROCESS*”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 28 Juli 2018

The, Eric Hartanto Sentosa
2014610059

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Pemilihan *Supplier* Sol Sepatu pada Footstep Footwear dengan Metode *Analytical Network Process*” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Kelancaran dalam penyusunan skripsi ini dapat tercapai berkat adanya bantuan dari pembimbing dan kerja sama dari berbagai pihak. Atas bantuan, kerja sama, solusi-solusi baik dalam dukungan moral, waktu, dan tenaga yang diperoleh kepada penulis, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M. selaku dosen pembimbing telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc selaku dosen penguji sidang proposal dan sidang akhir skripsi penulis yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis.
3. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan semangat dan dorongan moral kepada penulis dalam pelaksanaan seluruh kegiatan skripsi.
4. Bapak Randy selaku pemilik Footstep Footwear yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian.
5. Dosen-dosen dari Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan arahan, masukan, dan saran kepada penulis.
6. Carissa Natasha selaku pacar penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis terutama dalam pelaksanaan skripsi
7. Indra, Daniel, Henry, Raihan, Alvin, Sesa, Didit, Steven, Theo, Mike, Shawn, Karel, Surya, Stefka selaku teman penulis yang selalu menemani dan memberi dukungan sejak awal perkuliahan.

8. Teman-teman Program Studi Teknik Industri angkatan 2014 khususnya kelas A yang senantiasa memberikan masukan, ide, dan semangat kepada penulis.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membaca.

Bandung, 3 Agustus 2018

Penulis

ABSTRAK

Footstep Footwear merupakan salah satu perusahaan di kota Bandung yang bergerak di bidang industri fashion pria dengan produk sandal dan sepatu. Namun, produk sepatu yang lebih memiliki pengaruh besar terhadap omset perusahaan. Dalam memenuhi kebutuhan sol sepatu, Footstep Footwear memiliki tiga alternatif supplier yaitu supplier A, supplier B, dan supplier C. Supplier yang menjadi prioritas utama saat ini adalah supplier A. Namun sejak beberapa bulan terakhir, terdapat masalah banyaknya produk cacat yang diterima perusahaan. Oleh karena itu, Footstep Footwear mempertimbangkan supplier B dan supplier C untuk digunakan sebagai supplier utama. Hal ini dikarenakan supplier B memiliki kelebihan respon yang cepat dan supplier C memiliki kelebihan kualitas yang sangat baik.

Dalam pemilihan supplier perlu mempertimbangkan beberapa kriteria agar dapat menghasilkan alternatif supplier terbaik. Metode yang dapat digunakan dalam pemilihan supplier yaitu metode *Analytical Network Process* (ANP). Metode ANP dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan keterkaitan antar kriteria dan subkriteria yang ada. Terdapat empat kriteria yang dipertimbangkan yaitu harga, kualitas, pelayanan, dan pengiriman. Selain itu, terdapat 11 subkriteria yang dipertimbangkan yaitu tingkat harga, biaya pengiriman, cara pembayaran, kemampuan memberikan kualitas yang konsisten, kesesuaian kondisi produk, kemampuan memasok produk, keramahan, responsiveness, penanganan keluhan, kesesuaian produk dan ketepatan waktu pengiriman. Metode ANP cocok digunakan pada permasalahan ini karena adanya hubungan antar kriteria dan subkriteria.

Dari pertimbangan kriteria dan subkriteria yang ada, dilakukan pemodelan ANP dan perbandingan berpasangan. Hasil perbandingan berpasangan maka diperoleh bobot prioritas masing-masing alternatif supplier menggunakan software Super Decision. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, diketahui bobot supplier A, supplier B, dan supplier C secara berurutan sebesar 0,32646, 0,29934, dan 0,3742. Oleh karena itu, usulan pemilihan supplier sol sepatu pada Footstep Footwear adalah mengganti supplier utama dengan supplier C. Dari hasil analisis sensitivitas diketahui subkriteria yang sensitif terhadap perubahan supplier yaitu subkriteria kemampuan memberikan kualitas yang konsisten, tingkat harga, kesesuaian kondisi produk, dan biaya pengiriman.

ABSTRACT

Footstep Footwear is a company in Bandung that works in fashion industry with sandals and shoes as main products. In completing sole of shoes requirement, Footstep Footwear has three alternative suppliers: supplier A, supplier B and supplier C. In this moment, Supplier A is the main supplier, but lately some problems appeared. Sole products received from Supplier A often has minor or even some major flaws. So, Footstep Footwear are now considering supplier B and supplier C to become main supplier. Because supplier B has the advantage of fast response and supplier C has the advantage of good quality.

In selecting the best supplier, multiple criterias needs to be considered. One prime method for selection of supplier is Analytical Network Process (ANP). This ANP method can be used to illustrate the relevancy between criterias and subcriterias. There are four criterias to be considered, price, quality, service, and shipping. Whereas the subcriterias are price rate, shipping price, payment methods, the ability to give consistent quality, products condition suitability, the ability of supplying, friendliness, responsiveness, complaint response and handling, products suitability and accurate shipping time. ANP method fits with the problem due to the relation between criterias and subcriterias.

ANP modeling and in pairwise comparison are to be held after criterias and subcriterias consideration. The result of in pair consideration is each supplier priority values with the use of Super Decision software. From the result of data execution, supplier A, supplier B, and supplier C values are 0,32646, 0,29934 and 0,3742, respectively. Therefore, Supplier C is proposed to replace Supplier A as the main supplier. In other hand, the sensitivity analysis result is subcriteria the ability to give consistent quality, price rate, products condition suitability, and shipping price is known as the subcriteria sensitive to the supplier alteration.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Pengambilan Keputusan.....	II-1
II.2 Pemilihan <i>Supplier</i>	II-2
II.3 <i>Multiple Criteria Decision Making</i> (MCDM).....	II-3
II.4 <i>Analytical Network Process</i> (ANP).....	II-3
II.5 Diagram Pareto.....	II-9
BAB III PEMBANGUNAN MODEL DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Identifikasi Pengambil Keputusan.....	III-1
III.2 Identifikasi Subkriteria dan Kriteria.....	III-1
III.2.1 Kriteria dan Subkriteria Harga.....	III-4
III.2.2 Kriteria dan Subkriteria Kualitas.....	III-5
III.2.3 Kriteria dan Subkriteria Pelayanan.....	III-6
III.2.4 Kriteria dan Subkriteria Pengiriman.....	III-8
III.3 Identifikasi Keterkaitan Kriteria dan Subkriteria.....	III-8
III.3.1 <i>Inner Dependence</i>	III-9

III.3.2	<i>Outer Dependence</i>	III-10
III.4	Pembuatan dan Validasi Model ANP.....	III-12
III.5	Perhitungan <i>Eigen Vector</i> dan <i>Consistency Ratio</i>	III-13
III.5.1	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Tujuan.....	III-14
III.5.2	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Tujuan.....	III-16
III.5.3	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Tujuan.....	III-17
III.5.4	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Tujuan.....	III-17
III.5.5	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Tujuan.....	III-18
III.5.6	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Harga.....	III-18
III.5.7	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Kualitas.....	III-19
III.5.8	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Pelayanan.....	III-19
III.5.9	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Alternatif <i>Supplier</i>	III-19
III.5.10	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-20
III.5.11	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-20
III.5.12	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-21
III.5.13	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-21
III.5.14	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-22
III.5.15	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-22
III.5.16	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-23

III.5.17 Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-23
III.5.18 Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-24
III.5.19 Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-24
III.5.20 Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-25
III.5.21 Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-25
III.5.22 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Biaya Pengiriman.....	III-26
III.5.23 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Cara Pembayaran.....	III-26
III.5.24 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Tingkat Harga.....	III-27
III.5.25 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten.....	III-27
III.5.26 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk.....	III-27
III.5.27 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kemampuan Memasok Produk.....	III-28
III.5.28 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Keramahan.....	III-28
III.5.29 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Penanganan Keluhan.....	III-28
III.5.30 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria <i>Responsiveness</i>	III-29
III.5.31 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kesesuaian Produk.....	III-29
III.5.32 Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-29
III.6 Pembuatan Supermatriks.....	III-30

III.6.1	<i>Cluster Matrix</i>	III-30
III.6.2	<i>Unweighted Supermatrix</i>	III-30
III.6.3	<i>Weighted Supermatrix</i>	III-31
III.6.4	<i>Limiting Matrix</i>	III-31
III.7	<i>Normalized by Cluster</i>	III-38
III.8	Prioritas <i>Supplier</i>	III-38
III.9	Analisis Sensitivitas.....	III-39
III.9.1	Analisis Sensitivitas terhadap Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas Yang Konsisten.....	III-40
III.9.2	Analisis Sensitivitas Subkriteria Tingkat Harga.....	III-42
III.9.3	Analisis Sensitivitas terhadap Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk.....	III-43
III.9.4	Analisis Sensitivitas terhadap Subkriteria Biaya Pengiriman.....	III-45
III.9.5	Analisis Sensitivitas terhadap Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-46
BAB IV	ANALISIS	IV-1
IV.1	Analisis Kriteria dan Subkriteria Pemilihan <i>Supplier</i>	IV-1
IV.2	Analisis Keterkaitan Kriteria dan Subkriteria Pemilihan <i>Supplier</i>	IV-4
IV.3	Analisis <i>Cluster Matrix</i>	IV-6
IV.4	Analisis <i>Unweighted Supermatrix</i>	IV-7
IV.5	Analisis <i>Weighted Supermatrix</i>	IV-8
IV.6	Analisis <i>Limiting Matrix</i>	IV-8
IV.7	Analisis <i>Supplier</i> Terpilih.....	IV-9
IV.8	Analisis Sensitivitas.....	IV-10
IV.9	Analisis Perbandingan Cara Pengambilan Keputusan Saat Ini dan Usulan.....	IV-12
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Omset Penjualan Footstep Footwear bulan September hingga Desember 2017.....	I-3
Tabel I.2	Perbandingan Harga Sol Sepatu.....	I-6
Tabel I.3	Kelebihan dan Kekurangan <i>Supplier</i>	I-6
Tabel II.1	Skala Penilaian ANP.....	II-5
Tabel II.2	Nilai <i>Random Index</i>	II-8
Tabel III.1	Kriteria dan Subkriteria menurut Widiyanesti dan Setyorini (2012).....	III-2
Tabel III.2	Kriteria dan Subkriteria Menurut Rukmi et al. (2014).....	III-2
Tabel III.4	Kriteria dan Subkriteria Pemilihan <i>Supplier</i> Sol Sepatu pada Footstep Footwear.....	III-4
Tabel III.5	Perbandingan Kriteria Berdasarkan Tujuan.....	III-14
Tabel III.6	Hasil Penjumlahan Nilai Tiap Kolom Matriks.....	III-14
Tabel III.7	Hasil Bobot Tiap Kriteria.....	III-15
Tabel III.8	<i>Eigen Vector</i> Perbandingan Kriteria Berdasarkan Tujuan.....	III-15
Tabel III.9	Hasil Perkalian Matriks Awal dengan <i>Eigen Vector</i>	III-15
Tabel III.10	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Tujuan.....	III-16
Tabel III.11	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Tujuan.....	III-17
Tabel III.12	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Tujuan.....	III-17
Tabel III.13	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Tujuan.....	III-18
Tabel III.14	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Tujuan.....	III-18
Tabel III.15	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Harga.....	III-19
Tabel III.16	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Kualitas..	III-19
Tabel III.17	Matriks Perbandingan Kriteria Berdasarkan Kriteria Pelayanan.....	III-19
Tabel III.18	Perbandingan Kriteria Berdasarkan Alternatif <i>Supplier</i>	III-20

Tabel III.19	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-20
Tabel III.20	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-20
Tabel III.21	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-21
Tabel III.22	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier A.....	III-22
Tabel III.23	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-22
Tabel III.24	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-23
Tabel III.25	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-23
Tabel III.26	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier B.....	III-24
Tabel III.27	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Harga Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-24
Tabel III.28	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Kualitas Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-25
Tabel III.29	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pelayanan Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-25
Tabel III.30	Matriks Perbandingan Subkriteria pada Kriteria Pengiriman Berdasarkan Alternatif Supplier C.....	III-26
Tabel III.31	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Biaya Pengiriman.....	III-26
Tabel III.32	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Cara Pembayaran.....	III-26
Tabel III.33	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Tingkat Harga.....	III-27
Tabel III.34	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten.....	III-27

Tabel III.35	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk.....	III-28
Tabel III.36	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kemampuan Memasok Produk.....	III-28
Tabel III.37	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Keramahan.....	III-28
Tabel III.38	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Penanganan Keluhan.....	III-29
Tabel III.39	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria <i>Responsiveness</i>	III-29
Tabel III.40	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Kesesuaian Produk.....	III-29
Tabel III.41	Matriks Perbandingan Alternatif Supplier Berdasarkan Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-30
Tabel III.42	<i>Cluster Matrix</i>	III-30
Tabel III.43	<i>Unweighted Supermatrix</i>	III-32
Tabel III.44	<i>Weighted Supermatrix</i>	III-34
Tabel III.45	<i>Limiting Matrix</i>	III-36
Tabel III.46	<i>Normalized By Cluster</i>	III-38
Tabel III.47	Prioritas <i>Supplier</i>	III-39
Tabel III.48	Tabel Pareto.....	III-39
Tabel III.49	Bobot <i>Normalized by Cluster</i> Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas yang Konsisten ($p=0,3$).....	III-41
Tabel III.50	Analisis Sensitivitas Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas Yang Konsisten.....	III-41
Tabel III.51	Analisis Sensitivitas Subkriteria Tingkat Harga.....	III-42
Tabel III.52	Analisis Sensitivitas Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk..	III-43
Tabel III.53	Analisis Sensitivitas Subkriteria Biaya Pengiriman.....	III-45
Tabel III.54	Analisis Sensitivitas Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-46
Tabel IV.1	<i>Cluster Matrix</i>	IV-7
Tabel IV.2	Rekapitulasi Total Bobot Kriteria <i>Limiting Matrix</i>	IV-9

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Tempat Produksi Footstep Footwear.....	I-2
Gambar I.2	Produk Alas Kaki Footstep Footwear.....	I-2
Gambar I.3	Metodologi Penelitian.....	I-10
Gambar II.1	Perbandingan Model AHP dan ANP.....	II-4
Gambar II.2	Diagram Pareto.....	II-9
Gambar III.1	Hubungan <i>Inner Dependence</i> dalam Kriteria Harga.....	III-9
Gambar III.2	Hubungan <i>Inner Dependence</i> dalam Kriteria Kualitas.....	III-9
Gambar III.3	Hubungan <i>Inner Dependence</i> dalam Kriteria Pelayanan	III-10
Gambar III.4	Hubungan <i>Outer Dependence</i> antara Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk dengan Subkriteria Tingkat Harga.....	III-10
Gambar III.5	Hubungan <i>Outer Dependence</i> antara Subkriteria Kemampuan Memasok Produk dengan Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-11
Gambar III.6	Hubungan <i>Outer Dependence</i> antara Tujuan dengan Kriteria	III-11
Gambar III.7	Hubungan <i>Outer Dependence</i> antara Kriteria dengan <i>Alternatif Supplier</i>	III-12
Gambar III.8	Model ANP Pemilihan <i>Supplier</i> Sol Sepatu Footstep Footwear	III-13
Gambar III.9	Grafik Analisis Sensitivitas Subkriteria Kemampuan Memberikan Kualitas Yang Konsisten.....	III-42
Gambar III.10	Grafik Analisis Sensitivitas Subkriteria Tingkat Harga.....	III-43
Gambar III.11	Grafik Analisis Sensitivitas Subkriteria Kesesuaian Kondisi Produk.....	III-44
Gambar III.12	Grafik Analisis Sensitivitas Subkriteria Biaya Pengiriman.....	III-46
Gambar III.13	Grafik Analisis Sensitivitas Subkriteria Ketepatan Waktu Pengiriman.....	III-47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian di Footstep Footwear.

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman yang pesat, berbagai sektor industri tentunya juga semakin berkembang. Salah satu industri yang masih berkembang yaitu industri *fashion*. Seperti yang diketahui bahwa *fashion* kini telah menjadi suatu gaya hidup terutama bagi semua kalangan. Industri *fashion* yang berkembang tidak hanya *fashion* wanita tapi juga industri *fashion* kaum pria. Saat ini tak hanya wanita saja yang memperhatikan penampilannya, namun kaum pria juga memperhatikan penampilannya mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki.

Industri *fashion* pria yang semakin berkembang ini tentu akan mendorong perkembangan industri alas kaki pria. Agar berpenampilan menarik, pria tentu tak bisa lepas dari alas kaki baik sandal maupun sepatu. Persaingan industri alas kaki ini diwarnai baik dari industri lokal maupun asing. Dengan adanya persaingan tersebut, tentunya industri lokal tidak mau kalah dengan industri asing. Industri alas kaki lokal selalu berupaya memberikan produk dengan kualitas yang terbaik untuk konsumennya.

Dengan adanya perkembangan industri alas kaki, Footstep Footwear melihat suatu peluang yang baik di industri tersebut. Footstep Footwear merupakan salah satu perusahaan yang berkecimpung di industri alas kaki pria. Footstep Footwear merupakan produsen alas kaki lokal yang terletak di kota Bandung. Produk yang dihasilkan Footstep Footwear saat ini dipasarkan ke dalam negeri hingga ke luar negeri. Berikut ini merupakan gambar tempat produksi Footstep Footwear.



Gambar I.1 Tempat Produksi Footstep Footwear

Dalam memasarkan produknya, Footstep Footwear lebih fokus pada penjualan *online* melalui *social media* (Instagram, Facebook, dan LINE) serta *marketplace* (Tokopedia). Produk yang ditawarkan merupakan sandal pria dan sepatu kulit untuk pria, mulai dari model sepatu casual hingga sepatu formal. Footstep Footwear menjual produknya melalui *reseller* maupun menjual langsung ke konsumen akhir. Berikut ini merupakan contoh produk sandal dan sepatu Footstep Footwear.



Gambar I.2 Produk Alas Kaki Footstep Footwear

Footstep Footwear melakukan *make to stock* dalam penjualan produknya. Jika ada pesanan dari konsumen namun barang tidak tersedia, maka dilakukan sistem *make to order* dengan waktu yang telah dijanjikan pihak footstep footwear biasanya sekitar tiga hari kerja. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Randy selaku pemilik Footstep Footwear, produk sepatu jauh lebih laku dibandingkan produk sandal. Hal tersebut dapat dilihat dari

omset penjualan produk sepatu Footstep Footwear yang lebih besar daripada produk sandal. Berikut ini merupakan data omset penjualan Footstep Footwear bulan September 2017 hingga Desember 2017.

Tabel I.1 Omset Penjualan Footstep Footwear bulan September hingga Desember 2017

No.	Bulan	Omset	
		Sandal	Sepatu
1	September	Rp 9.130.000,00	Rp 170.840.000,00
2	Oktober	Rp 9.240.000,00	Rp 163.230.000,00
3	November	Rp 8.950.000,00	Rp 154.970.000,00
4	Desember	Rp 9.120.000,00	Rp 147.740.000,00

Berdasarkan tabel I.1, penjualan produk sepatu Footstep Footwear memberikan omset jauh lebih besar dibandingkan produk sandal. Hal ini menunjukkan bahwa omset Footstep Footwear sangat bergantung pada penjualan produk sepatunya. Namun, pada tabel I.1 dapat dilihat bahwa omset penjualan sepatu menunjukkan penurunan. Hal itu tentu berdampak signifikan sehingga pendapatan Footstep Footwear juga semakin menurun.

Dari hasil wawancara dengan bapak Randy, diketahui bahwa penurunan omset penjualan sepatu dikarenakan banyaknya pesanan yang dibatalkan dari pihak konsumen. Pembatalan pesanan ini terjadi karena tidak adanya kejelasan dari pihak Footstep Footwear kapan sepatu yang dipesan akan dikirim. Tidak tersedianya stok sepatu sering terjadi karena keterlambatan proses produksi produk sepatu.

Berdasarkan wawancara, *supplier* sering tidak konsisten dengan kualitas sol sepatu yang diberikan ke pihak Footstep Footwear. Pernah terjadi sol sepatu yang diterima lebih dari 50% kualitasnya tidak baik. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya sol sepatu dengan kualitas yang kurang baik harus dilakukan proses retur. Proses retur tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama, sehingga akan menghambat jalannya proses produksi Footstep Footwear. Keterlambatan proses produksi maka pesanan konsumen juga akan terhambat. Hal ini mengurangi loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk Footstep Footwear.

Dalam proses produksinya, Footstep Footwear ini bekerja sama dengan tiga *supplier* untuk memenuhi kebutuhan sol sepatu. Perusahaan melakukan pemesanan sol sepatu kepada *supplier* utama yaitu *supplier* A. Hubungan yang

terjalin dengan *supplier* A sudah cukup lama yaitu sekitar enam tahun. *Supplier* A memiliki harga yang lebih murah dibandingkan *supplier* lainnya. Namun sejak tiga bulan terakhir ini, terdapat keluhan dimana *supplier* A tidak konsisten mengirimkan kualitas sol sepatu yang baik. Sol sepatu yang diterima Footstep Footwear seringkali berjamur. Sehingga pihak Footstep Footwear harus melakukan proses retur yang memerlukan waktu dan mengakibatkan proses produksi Footstep Footwear menjadi terhambat.

Berdasarkan keluhan yang dialami, pihak Footstep Footwear hendak mempertimbangkan untuk menjalin kerja sama dengan *supplier* B dan *supplier* C. Kedua *supplier* ini sebelumnya pernah bekerja sama dengan pihak Footstep Footwear, namun bukan menjadi *supplier* yang utama. Dengan adanya pertimbangan alternatif *supplier* B maupun *supplier* C, diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga Footstep Footwear bisa tetap bertahan dalam industri sepatu yang semakin ketat persaingannya.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan bapak Randy selaku pemilik Footstep Footwear, diketahui bahwa saat ini yang menjadi *supplier* utama sol sepatu adalah *supplier* A. Pemilihan *supplier* A sebagai *supplier* utama selama ini hanya didasarkan karena pemilik Footstep Footwear sudah cukup lama berteman dengan *supplier* A dan harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan *supplier* B dan *supplier* C. Prioritas saat ini dalam memesan sol sepatu, Footstep Footwear akan menghubungi *supplier* A terlebih dahulu, jika ada kendala maka *supplier* B akan dihubungi. Saat ini, *supplier* C menjadi prioritas terakhir dalam pemesanan sol sepatu.

Pada awalnya kerjasama yang terjalin antara *supplier* A dan Footstep Footwear berjalan dengan baik. Namun, sejak tiga bulan terakhir Footstep Footwear mendapatkan kendala dengan *supplier* tersebut. *Supplier* A seringkali mengirim sol sepatu yang kualitasnya kurang baik misalnya sol sepatu berjamur. Selain itu *supplier* A tidak konsisten dengan kualitas sol sepatu yang dikirimkan ke Footstep Footwear. Terkadang kualitasnya baik dan kadang kualitas sol sepatu kurang baik.

Hal tersebut membuat Footstep Footwear harus melakukan retur dan menunggu sol sepatu tersebut sampai ke pihak Footstep Footwear kembali. Hal

ini tentu akan menghambat proses produksi perusahaan dan mengakibatkan banyaknya pesanan konsumen yang ikut terhambat. Hilangnya kepuasan dan loyalitas konsumen akan mengakibatkan konsumen beralih menggunakan produk sepatu merek lain yang dianggap lebih baik. Hal tersebut tentu akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Setelah dilakukan pengamatan oleh pihak Footstep Footwear, diketahui bahwa *supplier* A ini juga memiliki produk sepatu kulit untuk pria. Hal ini memungkinkan *supplier* A akan menganggap Footstep Footwear sebagai salah satu saingannya. Dengan memberi sol sepatu kualitasnya kurang baik dan tidak konsisten, maka banyak sol sepatu yang harus ditukar kembali dan akan menghambat proses produksi Footstep Footwear. Hal tersebut akan memberi keuntungan bagi *supplier* A selaku pesaing Footstep Footwear yang juga bergerak di bidang industri sepatu pria.

Sementara itu, *supplier* B merupakan *supplier* sol sepatu yang telah menjalin kerja sama dengan Footstep Footwear selama empat tahun. *Supplier* B memiliki kualitas sol sepatu yang cukup baik, namun kelemahan dari *supplier* B adalah stok yang dimiliki *supplier* B tidak sebanyak stok *supplier* A dan *supplier* C. Hal ini mengakibatkan *supplier* B terkadang tidak dapat memenuhi pesanan Footstep Footwear.

Namun *supplier* B memiliki kelebihan yaitu respon yang cepat saat dihubungi Footstep Footwear dan cepat menangani keluhan. Harga sol sepatu yang ditawarkan *supplier* B lebih mahal dibandingkan *supplier* A. Selain itu, *supplier* B juga membebani biaya pengiriman sebesar 50 ribu rupiah setiap pengiriman 50 sol sepatu.

Supplier C merupakan *supplier* sol sepatu yang telah menjalin kerja sama dengan Footstep Footwear selama tiga tahun. *Supplier* C ini mempunyai keunggulan yaitu mesin produksi yang canggih, sehingga sol sepatu yang dihasilkan memiliki kualitas lebih baik dibanding *supplier* lainnya. *Supplier* C juga memberi layanan pengiriman secara gratis dan *supplier* C membolehkan perusahaan membayar pesanan dengan sistem cicilan dalam jangka waktu tertentu.

Namun, harga yang ditawarkan oleh *supplier* C lebih mahal dibandingkan dengan *supplier* A dan *supplier* B. Jika dibandingkan dengan *supplier* lainnya, *supplier* C memiliki respon yang lebih lambat saat dihubungi

Footstep Footwear. Hal ini dikarenakan *supplier C* merupakan salah satu *supplier* sol sepatu terbesar sehingga memiliki lebih banyak konsumen dibandingkan *supplier A* dan *supplier B*. Selain itu, *supplier C* kurang cepat dalam menangani keluhan.

Tabel I.2 Perbandingan Harga Sol Sepatu

Jenis Sol	Supplier A	Supplier B	Supplier C
<i>Microtech Sole</i>	Rp 28.500,00	Rp 30.000,00	Rp 33.000,00
<i>Rubber Solid</i>	Rp 15.000,00	Rp 16.000,00	Rp 19.500,00
<i>Thermoplastic Rubber</i>	Rp 22.000,00	Rp 23.500,00	Rp 26.000,00

Berdasarkan beberapa keluhan tersebut, pihak Footstep Footwear telah berusaha untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi dengan memberikan kritik serta saran terhadap *supplier A*. Namun *supplier A* hanya memberikan janji untuk memperbaiki kualitasnya. Pada kenyataannya tidak ada perubahan yang berarti. Oleh karena kendala-kendala yang dihadapi Footstep Footwear belum bisa diselesaikan dengan baik sehingga diperlukan pemilihan alternatif *supplier*.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Randy, pemilihan alternatif *supplier* terbukti perlu segera dilakukan didukung dengan banyaknya keluhan konsumen yang menyebabkan tingginya pembatalan order oleh konsumen karena menunggu kepastian ketersediaan produk menjadi suatu hal yang merugikan bagi pihak Footstep Footwear.

Saat ini, perusahaan belum memiliki kriteria pasti dalam melakukan pemilihan *supplier*. Hal ini menyebabkan terdapat beberapa permasalahan yang merugikan perusahaan. Masalah yang dihadapi adalah banyaknya sol sepatu berkualitas kurang baik dan terjadinya *lost sales* karena banyak konsumen yang membatalkan pesanan. Berdasarkan ketidakpuasan atas kinerja *supplier* saat ini, maka perusahaan akan mempertimbangkan alternatif *supplier* lain yaitu *supplier B* dan *supplier C* yang pernah bekerja sama dengan pihak Footstep Footwear.

Tabel I.3 Kelebihan dan Kekurangan *Supplier*

Supplier	Supplier A	Supplier B	Supplier C
Kelebihan	Biaya Pengiriman Gratis	Respon Cepat	Biaya Pengiriman Gratis
	Harga Murah	Pembayaran Bisa Dicicil	Kualitas Baik
			Stok Banyak
Kekurangan	Kualitas Kurang Baik	Ada Biaya Pengiriman	Respon Lambat
	Pembayaran Tidak Dapat	Stok Tidak Banyak	Harga Mahal

	Dicuil	
--	--------	--

Pemilihan *supplier* saat ini hanya berdasarkan dari kriteria harga termurah dan berdasarkan kedekatan saja. Hal itu mengakibatkan keputusan memilih *supplier* menjadi tidak tepat karena belum mempertimbangkan kriteria lain yang berpengaruh dalam pemilihan *supplier*. Oleh karena itu, diperlukan suatu metode yang dapat digunakan untuk menentukan pemilihan *supplier* dengan mempertimbangkan beberapa kriteria seperti harga, kualitas produk, pelayanan, dan pengiriman. Selain itu, belum diketahui juga bobot untuk masing-masing kriteria dalam pemilihan *supplier* sehingga pengambilan keputusan dalam pemilihan *supplier* belum konsisten.

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, permasalahan mengenai terdapatnya kelebihan dan kelemahan masing-masing *supplier* serta terdapat beberapa kriteria dapat diselesaikan dengan metode *Multi Criteria Decision Making* (MCDM). Dengan menggunakan metode MCDM, Footstep Footwear dapat melakukan pemilihan alternatif *supplier* terbaik antara *supplier A*, *supplier B*, dan *supplier C*.

Salah satu metode dari MCDM yaitu metode *Analytical Network Process* (ANP) cocok digunakan untuk permasalahan pengambilan keputusan dengan adanya hubungan antar kriteria. Metode ANP merupakan pengembangan dari metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Menurut Saaty (2008), metode ANP ini memperbaiki metode AHP dengan adanya keterkaitan antar kriteria baik keterkaitan dalam satu kriteria (*inner dependence*) atau keterkaitan antar kriteria berbeda (*outer dependence*).

Adanya keterkaitan subkriteria biaya pengiriman dengan subkriteria tingkat harga dalam satu kriteria yang sama merupakan contoh *inner dependence*. Misalnya *supplier B* memberikan biaya pengiriman seribu rupiah setiap satu produk. Sementara adanya keterkaitan subkriteria kualitas produk terhadap subkriteria tingkat harga merupakan contoh *outer dependence*. Misalnya *supplier C* memiliki harga paling tinggi namun dengan kualitas yang paling tinggi juga.

Dengan menggunakan metode ANP, maka Footstep Footwear dapat memilih *supplier* terbaik secara tepat dan objektif dengan mempertimbangkan beberapa kriteria dan subkriteria yang ada. *Supplier* terpilih diharapkan mampu

bekerja sama dengan baik untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan perusahaan terhadap *supplier*. Peningkatan penjualan serta kepuasan pemilihan *supplier* diharapkan dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana model *Analytical Network Process* (ANP) yang menunjukkan hubungan kriteria dan subkriteria dalam pemilihan *supplier* sol sepatu untuk Footstep Footwear?
2. Bagaimana urutan prioritas *supplier* sol sepatu yang tepat untuk Footstep Footwear berdasarkan metode *Analytical Network Process* (ANP)?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Terdapat beberapa Batasan masalah dan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dan asumsi digunakan agar penelitian memiliki fokus penelitian yang jelas dan tepat. Berikut ini merupakan batasan masalah yang digunakan.

1. Penelitian hanya berfokus terkait pemilihan *supplier* sol sepatu pada Footstep Footwear.
2. Alternatif *supplier* sol sepatu yang digunakan yaitu *supplier* A selaku *supplier* utama serta *supplier* B dan *supplier* C selaku *supplier* yang pernah bekerja sama dengan Footstep Footwear.

Selain pembatasan masalah tersebut, asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak ada perubahan karakteristik terkait harga, kualitas, dan performansi dari *supplier* sol sepatu Footstep Footwear.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian terhadap pemilihan *supplier* sol sepatu pada Footstep Footwear adalah sebagai berikut.

1. Mengembangkan model ANP yang menunjukkan hubungan kriteria dan subkriteria dalam pemilihan *supplier* sol sepatu pada Footstep Footwear.
2. Mengusulkan urutan prioritas *supplier* sol sepatu yang tepat pada Footstep Footwear.

I.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian mengenai pemilihan *supplier* pada Footstep Footwear, didapatkan beberapa manfaat sebagai berikut.

1. Bagi pihak Footstep Footwear, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan terhadap *supplier* sol sepatu yang terbaik.
2. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai *Analytical Network Process* (ANP) dan penerapannya dalam pengambilan keputusan.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian bertujuan memberi gambaran langkah-langkah yang dilakukan selama proses penelitian. Hal ini bertujuan agar proses penelitian berjalan dengan baik dan sistematis. Gambar 1.3 merupakan metodologi penelitian yang digambarkan dalam bentuk diagram alir. Berikut ini merupakan urutan metodologi penelitian yang dilakukan.

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap ini penelitian dilakukan dengan observasi langsung di Footstep Footwear untuk mengetahui kondisi perusahaan secara nyata. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap pemilik Footstep Footwear untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di perusahaan.

2. Studi Literatur

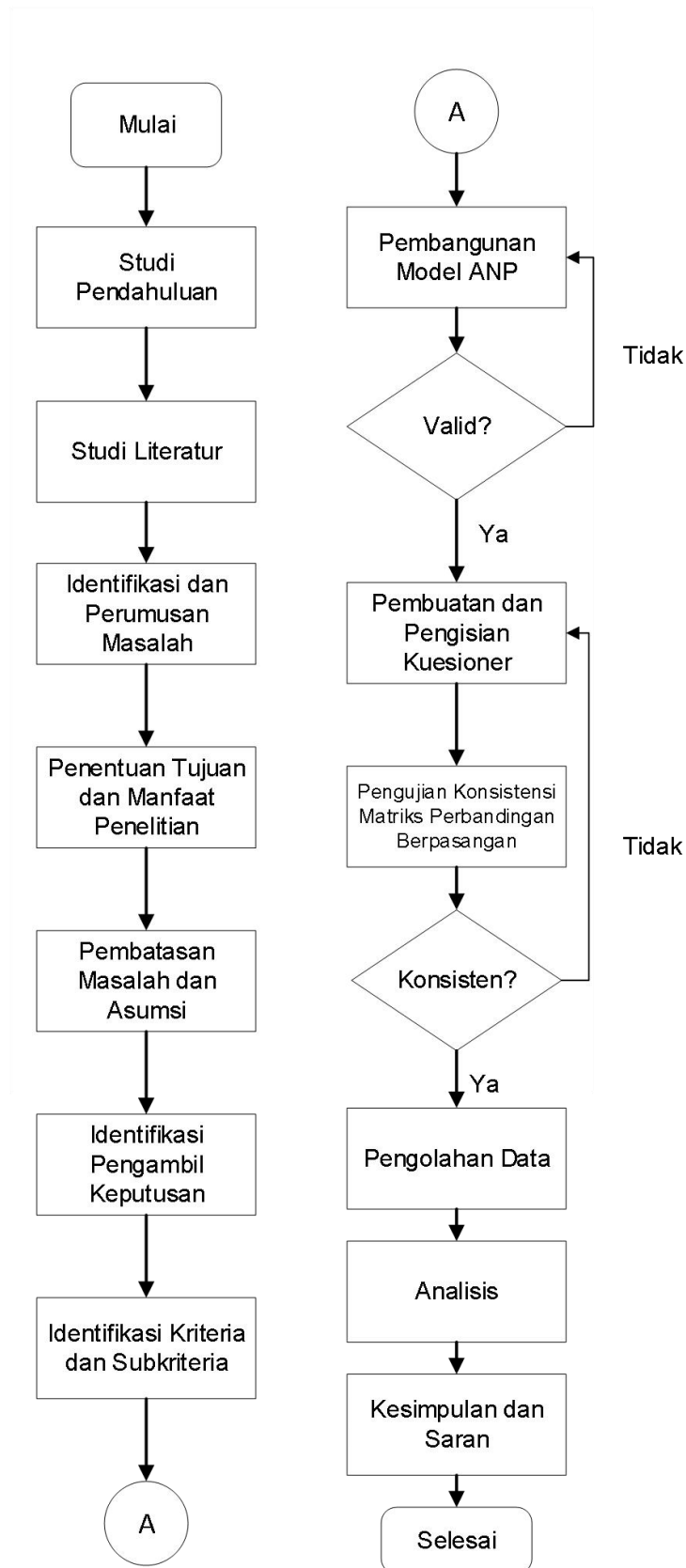
Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan ilmu yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Studi literatur yang dilakukan dengan membaca buku, jurnal, dan artikel dari internet terkait penelitian sejenis agar mendapat solusi permasalahan perusahaan.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik Footstep Footwear untuk mengidentifikasi masalah yang ada. Berdasarkan wawancara tersebut, masalah yang dihadapi terkait pemilihan *supplier* sol sepatu. Perumusan masalah dihasilkan berdasarkan identifikasi masalah yang telah diketahui sebelumnya.

4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atas rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Sementara itu, manfaat penelitian merupakan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dan pembaca setelah adanya penelitian ini.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

5. Penentuan Asumsi dan Batasan Masalah

Pada tahap ini, asumsi dan batasan masalah diperlukan untuk mengetahui fokus dari penelitian yang dilakukan.

6. Identifikasi Kriteria dan Subkriteria

Setelah mengetahui pengambil keputusan, selanjutnya dilakukan wawancara dengan pengambil keputusan untuk mengidentifikasi kriteria dan subkriteria yang dipertimbangkan dalam pemilihan *supplier*.

7. Pembangunan Model ANP

Pada tahap pembangunan model ANP ini akan menggambarkan hubungan keterkaitan antar kriteria dan subkriteria yang ada. Model yang dibuat akan divalidasi terlebih dahulu oleh pengambil keputusan. Apabila model belum *valid*, maka dilakukan wawancara untuk merevisi model tersebut hingga *valid* dan bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya.

8. Pembuatan dan Pengisian Kuesioner

Kuesioner dibuat dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan. Pengisian kuesioner dilakukan oleh pengambil keputusan. Hasil pengisian kuesioner tersebut akan menunjukkan tingkat kepentingan kriteria dan subkriteria yang ada.

9. Pengujian Konsistensi Matriks Perbandingan Berpasangan

Tahap ini dilakukan dengan melakukan uji konsistensi terhadap hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya. Jika hasilnya sudah konsisten maka dilanjutkan ke pengolahan data, namun jika belum konsisten maka diperlukan pengisian kuesioner ulang.

10. Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data ini dilakukan berdasarkan metode ANP dengan bantuan *software Super Decision*. Hasil akhir dari tahap ini adalah bobot untuk masing-masing kriteria dan subkriteria yang ada.

11. Analisis

Tahap analisis dilakukan setelah tahapan pengolahan data. Pada tahap analisis diawali dengan analisis kondisi awal pemilihan *supplier*, hubungan kriteria dan subkriteria, dan analisis hasil pengolahan data berupa *supplier* terpilih dan bobotnya.

12. Kesimpulan dan Saran

Tahap ini merupakan penarikan kesimpulan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Kesimpulan yang dihasilkan berupa skor untuk menentukan *supplier* sol sepatu terbaik. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah yang sesuai dengan tujuan penelitian. Saran merupakan masukan yang diberikan kepada pihak terkait penelitian ini yaitu Footstep Footwear.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian pada Footstep Footwear adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian di Footstep Footwear.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai landasan teori yang digunakan untuk penyelesaian masalah yang ada sehingga penelitian ini dapat memberikan solusi yang tepat.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi mengenai pengumpulan data seperti identifikasi pengambil keputusan, identifikasi kriteria dan subkriteria, identifikasi keterkaitan kriteria dan subkriteria, dan pembuatan model ANP serta validasi model ANP. Selanjutnya dilakukan pengolahan data kuesioner dengan menggunakan *software Super Decision*.

BAB IV ANALISIS

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini serta saran yang dapat digunakan bagi pihak perusahaan dan penelitian selanjutnya.