

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas di BAB 4 mengenai penilaian pemasok sepeda di Toko Sepeda “B”, maka dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok sepeda di Toko “B” adalah semua kriteria yang biasa dalam penilaian pemasok dalam literatur, yaitu kriteria *quality*, *cost*, *delivery*, *flexibility*, dan *responsiveness*. Setiap kriteria tersebut saling melengkapi satu sama lainnya dan menjadi satu kesatuan dalam perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini.
2. Kriteria paling penting menurut pemilik Toko Sepeda “B” adalah kriteria *cost*. Hal ini didasarkan atas wawancara yang memberikan bobot paling tinggi dibandingkan kriteria lainnya, yaitu sebesar 0,476. Kriteria kedua terpenting adalah kriteria *flexibility* dengan bobot 0,275, diikuti dengan kriteria *quality* dengan bobot 0,157, kriteria *responsiveness* dengan bobot 0,061 dan kriteria *delivery* adalah kriteria yang mempunyai bobot paling kecil yaitu sebesar 0,031. Dilihat dari sudut pandang penjual, bobot untuk kriteria *quality* tidak sepenting kriteria *cost* dan *flexibility*, yang bisa jadi berbeda dengan sudut pandang konsumen.
3. Jika dilihat lebih lanjut mengenai kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pemasok, pemasok “Element” unggul di enam sub kriteria dari total enambelas sub kriteria yang ada, yaitu pada sub kriteria: (1) pemberian diskon untuk pembelian dalam jumlah besar, (2) kemudahan pembayaran, (3) periode pembayaran, (4) *packing* sesuai permintaan toko, (5) pembagian daerah yang jelas, dan (6) respon pemasok terhadap permintaan. Namun demikian pemasok “Element” mendapatkan penilaian paling rendah pada sub kriteria: (1) kekuatan material, (2) umur ekonomis dan (3) biaya perbaikan. Pemasok “Pacific” unggul di empat sub kriteria dari total enambelas sub kriteria yang ada, yaitu pada sub kriteria: (1) hadiah yang ditawarkan, (2) dipenuhinya

permintaan perubahan waktu pengiriman, (3) respon pemasok terhadap masalah, dan (4)

pemberian jaminan terhadap masalah. Namun demikian pemasok “Pacific” mendapatkan penilaian paling rendah pada sub kriteria: (1) ketepatan barang yang dikirim dan (2) *packing* sesuai permintaan toko. Pemasok “United” unggul di tiga sub kriteria dari total enambelas sub kriteria yang ada, yaitu pada sub kriteria: (1) ketepatan waktu pengiriman, (2) ketepatan barang yang dikirim, dan (3) dipenuhinya permintaan perubahan waktu pengiriman. Pemasok “United” tidak memiliki sub kriteria yang kurang, namun tingkat kelebihan pemasok “Element” dan pemasok “Pacific” lebih baik. Pemasok “Thrill” unggul di tiga sub kriteria dari total enambelas sub kriteria yang ada, yaitu pada sub kriteria: (1) kekuatan material, (2) umur ekonomis, dan (3) biaya perbaikan. Namun demikian pemasok “Thrill” mendapatkan penilaian paling rendah pada sub kriteria: (1) pemberian diskon untuk pembelian dalam jumlah besar, (2) kemudahan pembayaran, (3) periode pembayaran, (4) hadiah yang ditawarkan, (5) ketepatan waktu pengiriman, (6) dipenuhinya permintaan perubahan waktu pengiriman, (7) dipenuhinya permintaan penggantian barang yang tidak sesuai, (8) pembagian daerah yang jelas, (9) respon pemasok terhadap masalah, (10) respon pemasok terhadap permintaan, dan (11) pemberian jaminan terhadap masalah.

4. Berdasarkan metode *AHP* pemasok sepeda yang paling baik bagi Toko Sepeda “B” adalah pemasok “Element” dengan bobot 0,426. Meskipun di sub kriteria lain pemasok “Element” bukan yang terbaik akan tetapi pemasok “Element” unggul di sub kriteria dalam kriteria *cost* dan kriteria *flexibility* yang di anggap penting oleh pemilik Toko Sepeda “B”. Pemasok yang mempunyai penilaian terkecil adalah pemasok “Thrill” dengan bobot 0,132 sekalipun pemasok ini unggul di kriteria *quality*.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semua kriteria dianggap saling berhubungan, maka Toko Sepeda “B” sebaiknya tidak mengutamakan kriteria dengan bobot tertinggi saja. Kriteria-kriteria yang ada juga tidak dapat diabaikan karena nantinya penilaian pemasok tidak akan memiliki bobot penuh (100%).
2. Kriteria *cost* merupakan kriteria yang memiliki bobot paling tinggi dengan perbedaan bobot dengan kriteria lain cukup jauh. Maka kriteria *cost* juga memiliki sub kriteria yang memiliki efek lebih tinggi di banding sub kriteria lainnya sehingga harus diperhatikan juga untuk kedepannya.
3. Setiap pemasok Toko Sepeda “B” memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Sekalipun pemasok “Thrill” memiliki banyak kekurangan, tapi pemasok “Thrill” unggul di kriteria *quality*. Sebaiknya Toko Sepeda “B” menggunakan hasil penelitian ini untuk mengelola hubungan dengan para pemasoknya, sehingga kelemahan-kelemahan pemasok dapat diatasi.
4. Toko Sepeda “B” sebaiknya mempertahankan hubungan yang baik dengan pemasok “Element” karena memiliki proporsi penilaian yang paling besar dengan selisih yang signifikan dibandingkan pemasok yang lainnya. Berarti pemasok “Element” memiliki prestasi yang baik pada kriteria-kriteria yang dianggap penting oleh Toko Sepeda “B”, namun pemasok “Element” juga harus memperbaiki kualitas produk karena kriteria *quality* memiliki nilai terendah dibandingkan dengan pemasok lainnya. Sedangkan untuk pemasok “Thrill” banyak sub kriteria dari kriteria yang sebaiknya diperbaiki, terutama pada kriteria yang memiliki nilai terendah yaitu kriteria *cost*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, D., Anggraeni, S. K., & Sirajuddin. (2013). Usulan Pemilihan Supplier Bahan Baku Tetap Menggunakan Vendor Performance Indicator dan Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Teknik Industri, Vol. 1, Mo. 2*, 128-132.
- Arikunto, S. (1986). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charnes, A., Cooper, W., & Rhodes, E. (1978). Measuring the Efficiency of Decision Making Units. *European Journal of Operational Research*, 429-444.
- Chauliah, P. (2012). Pemilihan Supplier Bahan Baku Kertas dengan Model QCDFR dan Analytical Hierarch Process (AHP). *Widya Teknika, Vol.20 No.2*.
- Chauliah, P. F. (2012). Pemilihan Supplier Bahan Baku pengemas dengan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Widya Teknika, Vol.20 No.1*.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operation Management*. New Jersey, USA: Pearson.
- Jannah, M., Farkhry, M., & Rakhmawati. (2011). Pengambilan Keputusan untuk Pemilihan Supplier Bahan Baku dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process PR Pahala Sidoarjo. *Agointek vol. 5, No. 2*, 88-97.
- Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). *E-Business 2.0 Roadmap For Success*. USA: Addison-Wesley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Jilid 1 dan 2, edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mauidzoh, U., & Zabidi, Y. (2007). Perancangan Sistem Penilaian dan Seleksi Supplier Menggunakan Multi Kriteria. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol. 5 No.3*, 113-122.
- Mettler, T., & Rohner, P. (2009). Supplier Relationship Management. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research.*, Vol:4, Issue:3.
- Nawawi, H. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Pustaka Binaan Presindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Suryadi, K., & Ramdhani, M. A. (2000). *Sistem Pendukung Keputusan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Viswanadham, N., & Srinivasa Raghavan, N. (1997). Flexibility in manufacturing enterprises. *In Sadhana*, vol.22(2),pp. 135-163.
- Wagner, W., & Zubey, M. (2007). *Customer Relationship Management : A people, process, and technology approach*. Boston: Tomson Course Technology.
- Wirawan. (2012). *Evaluasi Teori, Model, Standar, Aplikasi dan Profesi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuliani, E. N., Kholil, M., & Safitri, S. (2017). Pemilihan Alternatif Supplier Menggunakan Pendekatan Vendor Performance Indicator (VPI) dan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) di PT. Sumber Berkah Anugrah Indonesia. *Seminar Nasional Teknik Industri*, 349-354.
- Yunarto, H. I. (2006). *Business Concept Implumentation: In Sales and Distribution Managment*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.