

**ANALISIS PENILAIAN PEMASOK SEPEDA
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL
HIERARCHY PROCESS* PADA TOKO SEPEDA “B”,
TASIKMALAYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**Oleh:
Litaprilea Lorio
2015120097**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019**

***THE ASSESSMENT ANALYSIS OF BICYCLE
SUPPLIERS USING ANALYTICAL HIERARCHY
PROCESS METHOD IN BICYCLE SHOP “B”,
TASIKMALAYA***



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:
Litaprilea Lorio
2015120097

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS PENILAIAN PEMASOK SEPEDA
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY
PROCESS* PADA TOKO SEPEDA "B", TASIKMALAYA**

Oleh:
Litaprilea Lorio
2015120097

Bandung, Mei 2019

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing Skripsi,

Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D, ASCA, CIPM

Ko-pembimbing Skripsi,

Natalia Christi, S.T., MBA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Litaprilea Lorio
Tempat, tanggal lahir : Tasikmalaya, 20 April 1997
NPM : 2015120097
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENILAIAN PEMASOK SEPEDA MENGGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* PADA TOKO SEPEDA "B", TASIKMALAYA

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan,

Pembimbing : Brigita Meylianti Sulungbudi, PhD, ASCA., CIPM
Ko-pembimbing : Natalia Christi, S.T., MBA

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya 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 (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan 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 penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 28 Mei 2019

Pembuat pernyataan : Litaprilea Lorio



(Litaprilea Lorio)

ABSTRAK

Pemasok merupakan komponen penting dalam suatu alur bisnis, maka dari itu perlu dilakukan penilaian pemasok. Penilaian pemasok dapat membuat perusahaan mengetahui pemasok mana yang baik untuk perusahaannya. Pemasok yang baik dapat memberikan pengaruh yang baik juga untuk perusahaan. Toko Sepeda “B”, Tasikmalaya memiliki empat pemasok yang memasok sepedanya.

Penulis menggunakan kriteria *quality*, *cost*, *delivery*, *flexibility*, dan *responsiveness* sebagai acuan penilaian pemasok di Toko Sepeda “B”. Masing-masing kriteria memiliki tiga sampai empat sub kriteria. Kriteria dan sub kriteria ini kemudian ditanyakan dalam bentuk wawancara kepada pemilik Toko Sepeda “B”.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menilai pemasok-pemasok yang memasok Toko Sepeda “B”. Penulis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk mengetahui bobot masing-masing kriteria dan sub kriteria. Bobot ini dapat membantu Toko Sepeda “B”, Tasikmalaya mengetahui kriteria mana yang lebih penting dari kriteria lainnya. Toko Sepeda “B”, Tasikmalaya kemudian dapat mengetahui bobot masing-masing pemasok berdasarkan kriteria dan sub kriteria tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) semua kriteria perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok karena saling melengkapi dan menjadi satu kesatuan; (2) Kriteria *cost* merupakan kriteria terpenting untuk pemilik Toko Sepeda “B”, kriteria *flexibility* merupakan kriteria kedua penting, kriteria *quality* merupakan kriteria ketiga penting, kriteria *responsiveness* merupakan kriteria kedua terkecil, dan kriteria *delivery* merupakan kriteria terkecil; (3) Dari total enambelas sub kriteria, pemasok “Element” unggul di enam sub kriteria dan kurang di tiga sub kriteria, pemasok “Pacific” unggul di empat sub kriteria dan kurang di dua sub kriteria, pemasok “United” unggul di tiga sub kriteria dan tidak ada yang kurang di sub kriteria lainnya, pemasok “Thrill” unggul di tiga sub kriteria dan kurang di sebelas sub kriteria; (4) Pemasok “Element” merupakan pemasok terbaik, tapi kurang kuat di kriteria *quality*.

Kata kunci: *Supply Chain Management*, Kriteria *QCDFR*, *Analytical Hierachy Process (AHP)*

ABSTRACT

Supplier is a really important component in the flow of one's business, hence supplier assessment is needed. This supplier assessment can help companies determine which suppliers are good for the company. A good supplier can also provide good influence for the company. "B" Bicycle Shop in Tasikmalaya has four suppliers supporting it.

The writer uses these criteria: quality, cost, delivery, flexibility, dan responsiveness as criteria benchmark for supplier assessment in "B" Bicycle Shop. Each of these criteria has three to four sub-criteria. Each of these criteria and sub-criteria were then asked in form of an interview with the owner of "B" Bicycle Shop.

The purpose of this research is to assess or rank the four suppliers of "B" Bicycle Shop. The writer used Analytical Hierarchy Process (AHP) method to determine the value of each criteria and sub-criteria. This order of value can help "B" Bicycle Shop, Tasikmalaya determine which criteria is more important than the others. "B" Bicycle Shop, Tasikmalaya can then determine the value of each suppliers based on these criteria and sub-criteria.

The result of this reseach shows (1) all criteria need to be considered in supplier assessment because each criteria complement one to another; (2) Cost is the most important criterion for the owner of "B" Bicycle Shop, flexibility is the second most important criterion, while quality is the third most important criterion, then responsiveness is the second least important criterion, and finally delivery takes the last spot as the least important criterion; (3) From the total of sixteen sub-criteria, supplier "Element" is superior in six sub-criteria but inferior in three sub-criteria, supplier "Pacific" is ahead in four sub-criteria while being lower ranked in two sub-criteria, supplier "United" scores high in three sub-criteria while not having ranked the lowest in the other sub-criteria, supplier "Thrill" is ahead in three sub-criteria but ranked lower in eleven other sub-criteria; (4) Supplier "Element" is the best supplier, although it is lacking in quality criterion.

Keywords: Supply Chain Management, Criteria QCDFR, Analytical Hierachy Process (AHP)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat serta karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Analisis Penilaian Pemasok Sepeda Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* Pada Toko Sepeda “B”, Tasikmalaya”. Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan pernyataan, hikmat dan pertolongan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini, baik memberikan dukungan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
3. Kedua kakak penulis, Leonardo Lorio dan Lorenzo Lorio yang selalu memberikan doa dan dukungan ketika penulis menghadapi masalah dalam masa studi.
4. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, PhD, ASCA, CIPM dan Ibu Natalia Christi, S.T., MBA. selaku dosen pembimbing dan ko-pembimbing Skripsi Manajemen Operasi penulis yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta saran terhadap penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE yang penulis hormati selaku Dosen Wali yang telah membantu mengarahkan penulis selama FRS sejak awal hingga akhir semester.
7. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama proses studi.
9. Pemilik Toko Sepeda “B” yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
10. Wong Hans Christian yang telah memberikan banyak masukan dan pencerahan mengenai penelitian penulis.
11. Sahabat Penulis; Cecilia, Eldalia, Gladys, Annebelle, Vialita, Mayo, Vale, Debby, Picco, Andrew, Chandra, Alessandro, Edward, Dennis, Willy, GK, Titi yang telah membantu, mendukung, dan memberikan kenangan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Sahabat Penulis; Jessika Ferbriany, Michelle Rossiana, Delinda Lorendzia, Vera Widjaya, Bernardus Paramaarta, Billy Theja, Adrian Theja, Vina Octaviana, Syela,

Devi, Glenn yang telah memberikan dukungan bagi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Staf Tata Usaha, staf perpustakaan, dan juga seluruh staf yang berada di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang telah membantu penulis selama proses pembelajaran di kampus.
14. Teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi tepat waktu.
15. Pihak-pihak lain yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan selalu menyertai pihak-pihak yang telah berpartisipasi membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, atas penyusunan skripsi yang jauh dari sempurna ini, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Mei 2019
Penulis,

Litaprilea Lorio

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	3
BAB 2	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management-SCM</i>)	5
2.1.1. Manajemen Relasi Pelanggan (<i>Customer Relationship Management-CRM</i>)	5
2.1.2. Manajemen Hubungan Pemasok (<i>Supplier Relationship Management-CRM</i>)	7
2.2. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	11
2.2.1. Perinsip Pokok <i>AHP</i>	12
2.2.2. Kelebihan dan Kekurangan <i>AHP</i>	12
2.3. Hirarki	13
2.3.1. Menyusun Hirarki	13
2.3.2. Penggolongan Hirarki	14
2.3.3. Penjabaran Hirarki	15
2.4. Langkah-Langkah <i>AHP</i>	16
2.4.1. Penyusunan Prioritas	18
2.4.2. Menetapkan Prioritas	18
2.4.3. Sintesis	19

2.4.4. Konsistensi	20
BAB 3	22
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	22
3.1. Metode dan Jenis Penelitian.....	22
3.2. Teknik Pengumpulan Data	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.4. Dimensi Kriteria dan Pengukurannya	24
3.5. Langkah-Langkah Penelitian	27
3.6. Objek Penelitian	28
BAB 4	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Matriks Antar Kriteria.....	29
4.2. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria.....	31
4.2.1. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Quality</i>	31
4.2.2. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Cost</i>	33
4.2.3. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Delivery</i>	35
4.2.4. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Flexibility</i>	36
4.2.5. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Responsiveness</i>	38
4.3. Matriks Perbandingan Antar Pemasok.....	39
4.3.1. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kekuatan Material.....	40
4.3.2. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Umur Ekonomis	41
4.3.3. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Biaya Perbaikan	43
4.3.4. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pemberian Diskon untuk Pembelian dalam Jumlah Besar	44
4.3.5. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemudahan Pembayaran....	46
4.3.6. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Periode Pembayaran.....	48
4.3.7. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Hadiah yang Ditawarkan....	49
4.3.8. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Waktu Pengiriman	51
4.3.9. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Barang yang Dikirim	52
4.3.10. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: <i>Packing</i> Sesuai Permintaan Toko	54
4.3.11. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Dipenuhinya Permintaan Perubahan Waktu Pengiriman	55

4.3.12. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Dipenuhinya Permintaan Penggantian Barang yang Tidak Sesuai	57
4.3.13. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pembagian Daerah yang Jelas	59
4.3.14. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Respon Pemasok Terhadap Masalah	61
4.3.15. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Respon Pemasok Terhadap Permintaan.....	62
4.3.16. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pemberian Jaminan Terhadap Masalah	64
4.3.17. Penggabungan Hasil Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok	66
4.4. Matriks Perbandingan Antar Pemasok.....	68
4.4.1. Matriks <i>Quality</i>	70
4.4.2. Matriks <i>Cost</i>	72
4.4.3. Matriks <i>Delivery</i>	74
4.4.4. Matriks <i>Flexibility</i>	76
4.4.5. Matriks <i>Responsiveness</i>	78
4.4.6. Matriks Gabungan Kriteria	80
BAB 5	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2.Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Skala Banding Secara Berpasangan.....	19
Tabel 2.2. Nilai Indeks Random	21
Tabel 3.1. Kriteria yang Berasal dari Literatur untuk Masing-Masing Dimensi	25
Tabel 4.1. Matriks Perbandingan Antar Kriteria.....	32
Tabel 4.2. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Quality</i>	34
Tabel 4.3. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Cost</i>	35
Tabel 4.4. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Delivery</i>	37
Tabel 4.5. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Flexibility</i>	38
Tabel 4.6. Matriks Perbandingan Antar Sub Kriteria <i>Responsiveness</i>	40
Tabel 4.7. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kekuatan Material.....	42
Tabel 4.8. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Umur Ekonomis	43
Tabel 4.9. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Biaya Perbaikan	45
Tabel 4.10. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pemberian Diskon untuk Pembelian dalam Jumlah Besar.....	47
Tabel 4.11. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Kemudahan Pembayaran	48
Tabel 4.12. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Periode Pembayaran.....	50
Tabel 4.13. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Hadiah yang Ditawarkan.....	51
Tabel 4.14. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Waktu Pengiriman	53
Tabel 4.15. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Ketepatan Barang yang Dikirim	54
Tabel 4.16. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: <i>Packing</i> sesuai Permintaan Toko	56
Tabel 4.17. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Dipenuhinya Permintaan Perubahan Waktu Pengiriman.....	58
Tabel 4.18. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Dipenuhinya Permintaan Penggantian Barang yang Tidak Sesuai.....	60
Tabel 4.19. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pembagian Daerah yang Jelas	61
Tabel 4.20. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Respon Pemasok Terhadap Masalah	63

Tabel 4.21. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Respon Pemasok Terhadap Permintaan.....	65
Tabel 4.22. Matriks Perbandingan Antar Pemasok: Pemeberian Jaminan Terhadap Masalah	66
Tabel 4.23. Gabungan Hasil Perhitungan Matriks Perbandingan Antar Pemasok	67
Tabel 4.24. Matriks <i>Quality</i>	70
Tabel 4.25. Matriks <i>Cost</i>	72
Tabel 4.26. Matriks <i>Delivery</i>	74
Tabel 4.27. Matriks <i>Flexibility</i>	76
Tabel 4.28. Matriks <i>Responsiveness</i>	78
Tabel 4.29. Matriks Gabungan Kriteria	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Evaluasi Pemasok.....	27
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Wawancara Kriteria Penilaian Pemasok
- Lampiran 2 Petunjuk Jawaban Wawancara
- Lampiran 3 Bagian A Perbandingan Antar Kriteria
- Lampiran 4 Bagian B Perbandingan Antar Sub Kriteria
- Lampiran 5 Bagian C Perbandingan Antar Pemasok
- Lampiran 6 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Kriteria
- Lampiran 7 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria *Quality*
- Lampiran 8 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria *Cost*
- Lampiran 9 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria *Delivery*
- Lampiran 10 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria *Flexibility*
- Lampiran 11 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Antar Sub Kriteria Responsiveness
- Lampiran 12 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Kekuatan Material
- Lampiran 13 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Umur Ekonomis
- Lampiran 14 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Biaya Perbaikan
- Lampiran 15 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Pemberian Diskon untuk Pembelian dalam Jumlah Besar
- Lampiran 16 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Kemudahan Pembayaran
- Lampiran 17 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Periode Pembayaran
- Lampiran 18 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Hadiah yang Ditawarkan
- Lampiran 19 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Ketepatan Waktu Pengiriman
- Lampiran 20 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok: Ketepatan Barang yang Dikirim

- Lampiran 21 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Packing Sesuai Permintaan Toko
- Lampiran 22 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Dipenuhinya Permintaan Perubahan Waktu Pengiriman

- Lampiran 23 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Dipenuhinya Permintaan Penggantian Barang yang Tidak Sesuai
- Lampiran 24 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Pembagian Daerah yang Jelas
- Lampiran 25 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Respon Pemasok Terhadap Masalah
- Lampiran 26 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Respon Pemasok Terhadap Permintaan
- Lampiran 27 Normalisasi dan Perhitungan Matriks Perbandingan Pemasok:
Pemberian Jaminan Terhadap Masalah

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Menurut Heizer dan Render (2017), penilaian atau evaluasi pemasok penting dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan kualitas produk yang baik dengan efisien dan efektif. Penilaian pemasok harus dilakukan dengan cermat dan berkelanjutan. Penilaian pemasok yang baik bermanfaat untuk:

1. Membantu perusahaan untuk mengetahui barang-barang dari pemasok mana yang menguntungkan bagi perusahaan dan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.
2. Membantu konsumen karena mendapatkan barang dengan kualitas yang baik dengan biaya yang dibayarkannya.
3. Membantu mengkomunikasikan peningkatan kinerja pemasok yang dibutuhkan.

Penilaian pemasok didasarkan atas kriteria yang dirasa penting oleh perusahaan, yang pada umumnya terdiri dari *quality, cost, delivery, flexibility, responsiveness* atau biasa disingkat sebagai *QCDFR* (Chauliah P. , 2012, p. 34; Yuliani, Kholil, & Safitri, 2017, p. 352; Andika, Anggraeni, & Sirajuddin, 2013, p. 129; Jannah, Farkhry, & Rakhmawati, 2011, p. 92; Mauidzoh & Zabidi, 2007, p. 116).

Toko Sepeda “B” adalah toko yang bergerak dibidang *retail* dan perdagangan besar. Penulis memilih Toko Sepeda “B” sebagai objek penelitian karena Toko Sepeda “B” merupakan toko sepeda terbesar di Tasikmalaya. Omset Toko Sepeda “B” berkisar dua sampai tiga miliar perbulannya. Omset pesaingnya yaitu, Toko Sepeda “M” berkisar lima ratus sampai delapan ratus juta perbulan dan Toko Sepeda “L” berkisar tiga ratus sampai lima ratus juta perbulannya. Pemasok untuk Toko Sepeda “B” berasal dari Jakarta, Banten, Tangerang, Cirebon, dan Surabaya.

Di Toko Sepeda “B” terdapat berbagai jenis dan ukuran sepeda yang ditawarkan. Sepeda-sepeda ini berasal dari beberapa pemasok yang berbeda. Setiap pemasok

perusahaan memiliki keunggulan dan kekurangan yang berbeda-beda. Maka dari itu penulis ingin membahas mengenai penilaian pemasok sepeda yang memasok Toko Sepeda “B”. Penulis mendapatkan data primer dengan cara mewawancarai pemilik Toko Sepeda “B” dan melakukan observasi pada kegiatan di Toko Sepeda “B”. Penulis mendapatkan data sekunder yang diperoleh dari dokumen dan laporan dari Toko Sepeda “B”.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan dari masing-masing pemasok sepeda Toko Sepeda “B”, sehingga dapat dijadikan masukan untuk peningkatan kerjasama dengan pemasok-pemasok tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan pada penilaian para pemasok untuk Toko Sepeda “B” dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa sajakah kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok sepeda di Toko “B”?
2. Dari kriteria tersebut, manakah kriteria yang lebih penting dari yang lainnya?
3. Apa sajakah kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pemasok?
4. Berdasarkan metode *AHP* pemasok sepeda mana yang paling baik bagi toko sepeda “B”?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian pemasok sepeda di Toko “B”.
2. Mengetahui kriteria mana yang lebih penting dari kriteria lainnya.
3. Mengetahui kelebihan dan kelemahan dari masing-masing pemasok.
4. Mengetahui pemasok sepeda mana yang paling baik berdasarkan metode *AHP*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dalam berfikir ilmiah dan dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada didalam perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menentukan keputusan penilaian pemasok sepeda sehingga mampu meminimalisir resiko kesalahan dalam penilaian pemasok sepeda.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat memberikan manfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan referensi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan dapat berguna dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Pemasok yang kompeten akan menguntungkan perusahaan karena menyediakan barang dan jasa yang baik dari sisi *QCDFR* (Chauliah P. , 2012, p. 34; Yuliani, Kholil, & Safitri, 2017, p. 352; Andika, Anggraeni, & Sirajuddin, 2013, p. 129; Jannah, Farkhry, & Rakhmawati, 2011, p. 92; Maudzoh & Zabidi, 2007, p. 116). Pemasok berperan penting bagi suatu perusahaan, karena pemasok adalah penyedia barang bagi perusahaan sehingga persediaan yang dimiliki perusahaan memiliki keunggulan yang kompetitif. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan dapat membuat perusahaan unggul dalam bersaing dengan kompetitornya dan menguntungkan konsumen perusahaan. Oleh sebab itu dibutuhkan evaluasi pemasok untuk menilai pemasok perusahaan agar perusahaan dapat menggunakan pemasok yang tepat sehingga perusahaan mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria dari perusahaan yang kemudian dapat menguntungkan konsumen perusahaan.

Dalam pertimbangan penilaian pemasok perusahaan dihadapkan dengan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pemasok. Oleh karena itu perusahaan perlu menentukan kriteria penilaian pemasok agar mempermudah pengambilan keputusan. *Analytical Hierarchy Process (AHP)* adalah salah satu alat bantu pengambilan keputusan dengan berbagai kriteria seperti: *quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness (QCDFR)*. Penelitian ini memanfaatkan *AHP* untuk membantu perusahaan untuk menyusun kriteria penilaian pemasok, bobot penilaiannya, dan akhirnya memilih pemasok yang paling sesuai untuk setiap kategori produk.

Menurut Thomas L. Saaty (1993, p. 3) *Analytical Hierarchy Process* ini adalah suatu kriteria yang luwes yang memberikan kesempatan bagi perorangan atau kelompok untuk membangun gagasan-gagasan dan mendefinisikan persoalan dengan cara membuat asumsi mereka masing-masing dan memperoleh pemecahan yang kompleks, tak terstruktur, kedalam bagian-bagian komponennya, menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hierarki, memberi nilai numerik pada penilaian subyektif tentang relatif pentingnya setiap variabel, dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel mana memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut.