

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

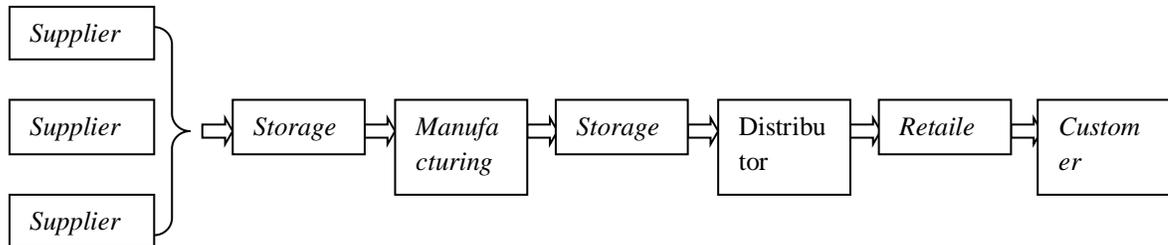
#### **1.1. Landasan Teori**

##### **1.1.1. *Supply Chain Management***

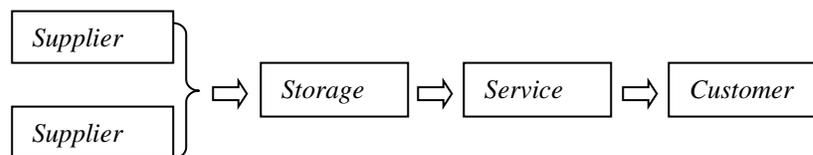
###### **A. Pengertian *Supply Chain Management* atau Rantai Pasok**

*Supply Chain Management* atau yang sering disebut manajemen rantai pasok merupakan manajemen aliran barang dan jasa yang mencakup semua proses pengubahan bahan baku mentah menjadi bahan baku jadi dengan beberapa tahap proses. Menurut J. A. O'Brien (dalam Lukman, 2021) *supply chain management* (SCM) adalah sistem antar perubahan lintas fungsi, yang menggunakan teknologi informasi untuk membantu mendukung, serta mengelola berbagai hubungan antara beberapa proses bisnis utama perusahaan dan dengan pemasok, pelanggan, dan para mitra bisnis. Sebenarnya proses scm melibatkan perampingan aktif dari kegiatan sisi penawaran bisnis dalam memaksimalkan nilai pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar. Sedangkan menurut Stevenson, rantai pasok merupakan urutan dalam organisasi, fasilitas-fasilitas yang ada, fungsi-fungsi, dan aktivitas-aktivitas yang terkait dalam produksi dan pengiriman produk dan jasa. Urutan ini dimulai dari pemasok bahan baku dan seterusnya sampai konsumen akhir. Fasilitas-fasilitas yang dimaksud di sini adalah gudang, pabrik, pusat-pusat operasi, pusat-pusat distribusi, *retail outlets*, dan kantor. Fungsi-fungsi dan aktivitas meliputi peramalan, pembelian, manajemen sediaan, manajemen informasi, jaminan kualitas, penjadwalan, produksi, distribusi, pengiriman, dan layanan pelanggan (Guritno, Adi Djoko. 2020). Ada 2 macam urutan arus laju rantai pasok yang ada pada perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa, lalu dengan urutan arus tersebut dapat di lihat perbedaan – perbedaan diantara keduanya. Perbedaan itu yang menjadi salah satu ciri dari perusahaan, perusahaan itu termaksud perusahaan manufaktur atau perusahaan jasa. Dari kedua ciri perusahaan selalu diawali dengan *supplier* dan berakhir pada *customer*.

Berikut ini adalah urutan arus rantai pasok perusahaan manufaktur dan rantai pasok perusahaan jasa. Perbedaan antara kedua bagan terdapat pada poin manufaktur, distributor, dan retailers yang mana sampai pada konsumen.



**Gambar 2.1. Rantai Pasok Perusahaan Manufaktur**



**Gambar 2.2. Rantai Pasok Perusahaan Jasa**

## **B. Sediaan dalam Rantai Pasok**

Sediaan adalah stok barang-barang oleh organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Setiap organisasi atau perusahaan memiliki sediaan yang macam-macam, misalnya department store memiliki sediaan untuk semua item yang dijual, toko tanaman memiliki sediaan berupa macam-macam pohon dan bunga, penyewaan mobil memiliki sediaan berupa mobil, bahkan sebuah klub sepak bola mengelola 'sediaan' berupa pemain-pemain yang dimilikinya. Di perusahaan manufaktur, persediaan dapat berupa:

1. Bahan mentah,
2. Suku cadang mesin-mesin,
3. Tenaga kerja,
4. Produk dalam proses,
5. Komponen,
6. Modal kerja,
7. Peralatan, mesin-mesin, dan perlengkapan lainnya.

Tujuan pengelolaan sediaan adalah menentukan jumlah stok sediaan, berapa banyak harus dipesan, dan kapan harus dilakukan pemesanan. Pertimbangan-pertimbangan dalam manajemen sediaan meliputi berikut:

1. Perubahan tak diduga dalam permintaan pelanggan. Permintaan pelanggan sulit untuk diramalkan dan ketidakpastian permintaan pelanggan telah meningkat dalam kaitannya dengan,
  - a. Daur hidup produk pendek atau singkat dari suatu sejumlah produk yang terus meningkat;
  - b. Kehadiran dari banyak persaingan produk di pasar.
2. Suatu ketidakpastian dalam kuantitas dan mutu persediaan, biaya-biaya penyalur, dan waktu penyerahan.
3. Sekalipun tidak ada ketidakpastian sediaan, ada suatu kebutuhan untuk menjaga sediaan dalam kaitan dengan lead-time penyerahan.
4. Skala ekonomi yang ditawarkan oleh perusahaan transportasi mendorong perusahaan untuk mengangkut materi dalam jumlah besar. Oleh karena itu, banyak dari usaha penyedia transportasi untuk mendorong pengiriman dalam jumlah besar dengan menawarkan segala rupa potongan ke pengiriman.

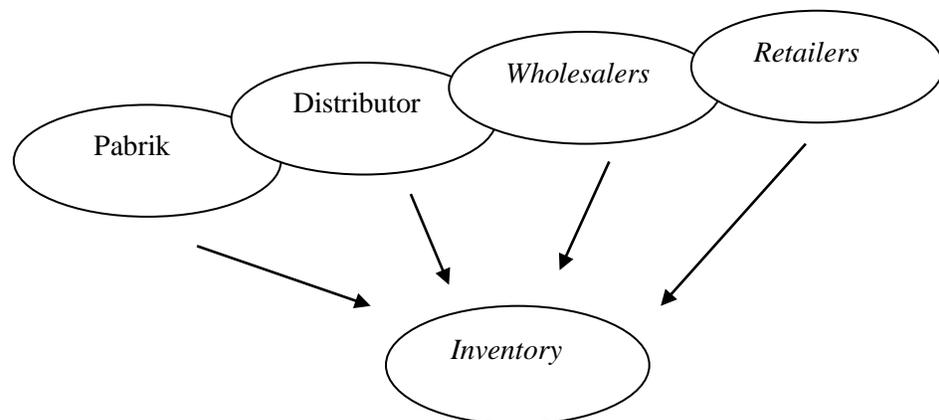
Beberapa fungsi penting yang dikandung oleh sediaan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan sebagai berikut:

1. Menghilangkan resiko keterlambatan pengiriman bahan baku atau barang yang dibutuhkan perusahaan.
2. Menghilangkan resiko jika material yang dipesan tidak baik sehingga harus dikembalikan.
3. Menghilangkan resiko terhadap kenaikan harga barang atau inflasi.
4. Menyimpan bahan baku yang dihasilkan secara musiman sehingga perusahaan tidak akan kesulitan jika bahan itu tidak tersedia dipasaran.
5. Mendapatkan keuntungan dari pembelian berdasarkan potongan kuantitas (*quantity discounts*).
6. Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tersediannya barang yang diperlukan.

Sediaan dapat dikelompokkan ke dalam empat jenis sebagai berikut:

1. *Fluctuation stock* merupakan sediaan untuk menjaga terjadinya fluktuasi permintaan yang tidak diperkirakan sebelumnya dan untuk mengatasi jika terjadi kesalahan atau penyimpanan dalam prakiraan penjualan, waktu produksi, atau pengiriman barang.
2. *Anticipation stock* merupakan jenis sediaan untuk menghadapi permintaan yang dapat diramalkan, misalnya pada musim permintaan tinggi, tetapi kapasitas produksi pada saat itu tidak mampu memenuhi permintaan. Sediaan ini juga dimaksudkan untuk menjaga kemungkinan sukarnya diperoleh bahan baku sehingga tidak mengakibatkan terhentinya produksi.
3. *Lot-size inventory* merupakan sediaan yang diadakan dalam jumlah yang lebih besar dari pada kebutuhan pada saat itu. Cara ini dilakukan untuk mendapat keuntungan dari harga barang (potongan kuantitas) karena pembelian dalam jumlah (*lot-size*) yang besar atau untuk mendapatkan penghematan dari biaya pengangkutan per unit yang lebih rendah.
4. *Pipeline inventory* merupakan sediaan yang dalam proses pengiriman dari tempat asal ke tempat barang itu akan digunakan. Misalnya, barang yang dikirim dari pabrik menuju tempat penjualan yang dapat memakan waktu beberapa hari atau beberapa minggu.

Berikut dibawah ini adalah gambar sediaan dalam rangkaian distribusi produk.



**Gambar 2.3. Sediaan dalam Rangkaian Distribusi Produk**

### C. Strategi *Supply Chain Management* (SCM)

*Supply chain management* memiliki strategi-strategi untuk memudahkan perusahaan dalam menghadapi tantangan dan permasalahan yang ada. Menurut Jay Heizer dan Barry Render, dalam Lukman (2021:11-14) ada beberapa strategi SCM yakni:

#### 1. Bernegosiasi dengan Banyak Pemasok

Strategi pertama adalah bernegosiasi dengan banyak pemasok. Kita dapat mencari banyak pemasok dan memilih diantara mereka yang memiliki penawaran paling menarik bagi perusahaan. Umumnya perusahaan menjatuhkan pilihan bagi pemasok yang memberikan penawaran rendah, tetapi sebaiknya jangan hanya memilih satu pemasok, pilihlah beberapa pemasok agar jika suatu hari terjadi masalah kepada salah satu pemasok, rantai pasokan perusahaan tidak terputus dan tetap dapat melanjutkan kegiatan perusahaan.

#### 2. Mengembangkan hubungan kemitraan

Strategi kedua adalah mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan sedikit pemasok untuk memuaskan hubungan pelanggan. Para pemasok yang telah lama menjalin hubungan dengan perusahaan mungkin dapat lebih memahami tujuan dari perusahaan dan biasanya lebih berkomitmen untuk berpartisipasi dalam sistem just in time, dimana perusahaan tidak lagi mempunyai gudang untuk persediaan mereka akan mengirim persediaan tepat saat perusahaan membutuhkannya. Hal ini tidak mudah dilakukan, karena itu perusahaan biasanya hanya mau menerapkan sistem ini pada para pemasok yang telah mereka percayai. Jika dibandingkan, perusahaan yang menggunakan pemasok yang sedikit dapat menekan biaya menjadi lebih rendah daripada perusahaan yang mempunyai banyak pemasok, karena pasti akumulasi biaya kirim dari pemasok yang berbeda-beda akan lebih besar. Intinya, kita boleh saja memilih beberapa pemasok tetapi jangan terlalu banyak memilih pemasok karena hanya akan menimbulkan biaya yang lebih besar.

#### 3. Integrasi Vertikal

Strategi ketiga adalah integrasi vertikal, artinya perusahaan berusaha mengembangkan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya diperoleh dari pemasok. Ada dua macam integrasi, yaitu integrasi maju dan integrasi mundur. Integrasi mundur menyarankan perusahaan untuk membeli pemasoknya, sehingga mereka dapat membuat barang sesuai keinginan mereka. Integrasi maju menyarankan

produsen komponen untuk membuat produk jadi. Tetapi integrasi mundur bisa menjadi berbahaya bagi perusahaan yang sedang mengalami perubahan teknologi, karena jika salah menginvestasikan uang yang mereka miliki maka mereka akan kesusahan dalam menghadapi gelombang teknologi yang berikutnya.

#### 4. Jaringan Keiretsu

Jaringan keiretsu, yaitu kombinasi dari sedikit pemasok dengan integrasi vertikal. Dengan strategi ini pemasok akan menjadi bagian dari perusahaan dan yang pasti akan terjadi hubungan jangka panjang antar keduanya. Diharapkan dari strategi ini, mutu yang dihasilkan dari produk akan tetap terjaga.

#### 5. *Virtual Company*

Adalah mengembangkan perusahaan maya (*virtual company*) yang menggunakan para pemasok sesuai kebutuhan. Strategi ini mengandalkan berbagai jenis hubungan pemasok untuk menyediakan jasa atas permintaan yang diinginkan. Perusahaan maya memiliki batasan organisasi yang berubah dan bergerak yang membuat mereka mampu untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Para pemasok dapat menyediakan berbagai jasa, seperti pembayaran upah, perekrutan karyawan, dan lainnya. Jika perusahaan menggabungkan keunggulan dengan perusahaan maya, manajemen perusahaan yang bagus, biaya yang rendah, maka perusahaan akan mendapatkan efisiensi. Penerapan *Supply Chain Management* pada perusahaan yang memiliki komitmen, visi, misi dan pilihan strategi yang baik akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan perusahaan lain.

### **D. Tujuan Utama *Supply Chain Management***

Menurut Stevenson dalam lukman (2021:16) tujuan utama *supply chain management* adalah menyelaraskan antara permintaan dan penawaran secara efektif dan efisien. Beberapa masalah yang terdapat pada rantai pasok berhubungan dengan:

1. Penentuan tingkat outsourcing yang tepat.
2. Manajemen pengadaan barang.
3. Manajemen pemasok.
4. Mengelola hubungan dengan pelanggan.
5. Identifikasi masalah dan merespon masalah tersebut.
6. Manajemen resiko.

### **1.1.2. *Supplier***

*Supplier* merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah perusahaan, *supplier* adalah suatu perusahaan atau individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu. Untuk membuat keputusan dalam menyediakan tersebut diperlukan pemilihan *supplier* yang berkualitas. Suatu perusahaan akan mencari *supplier* yang mempunyai mutu dan efisiensi yang dapat dipertahankan, karena perkembangan *supplier* dapat memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap pelaksanaan pemasaran suatu perusahaan. Pemilihan *supplier* dalam rangka rantai *supply* tidak jauh berbeda dengan memilih kebutuhan perusahaan untuk dibeli. Perbedaan yang utama adalah *supplier* mempunyai kedudukan yang jauh lebih penting. Oleh karena itu penelitian dan pertimbangan harus lebih lengkap dan menyeluruh, meskipun tahapan penentuan *supplier* dapat dilakukan dengan beberapa tahapan. Perusahaan meninjau, mengevaluasi, dan memilih *suppliernya* untuk menjadi bagian dari rantai *supply* perusahaan (Farhan, 2017).

Oleh karena itu *supplier* merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Dalam proses produksi dengan teliti menjelaskan dan menyampaikan pentingnya ukuran – ukuran tersebut. Para *supplier* yang terpilih dapat memahami apa yang diperlukan untuk kompetitif dan bekerja keras untuk mencapai harapan atau target yang diinginkan.

### **1.1.3. Pemilihan Pemasok**

Pemilihan pemasok adalah hal yang sangat penting dilakukan oleh semua badan usaha yang menggunakan jasa pemasok. Menurut Pujawan dan Mahendrawati (2010), pemilihan *supplier* merupakan kegiatan strategis, terutama apabila *supplier* tersebut akan memasok item yang kritis atau akan digunakan dalam jangka panjang sebagai *supplier* penting. Kriteria yang digunakan harus mencerminkan strategi *supply chain* maupun karakteristik dari item yang akan dipasok. Menurut Fauzi (2004), terdapat beberapa kriteria yang menjadi bahan pertimbangan dalam memilih *supplier*, yaitu sebagai berikut:

1. Harga penawaran, yaitu harga yang ditawarkan pemasok dalam melakukan transaksi dengan perusahaan..

2. Mutu pemasok, yaitu kualitas kondisi perusahaan pemasok.
3. Keandalan dalam ketepatan, yaitu keandalan sebuah pemasok dalam ketepatan baik ketepatan barang yang diproduksi maupun keandalan dalam servis yang diberikan oleh perusahaan yang menjadi distributornya.
4. Kemampuan koordinasi informasi, yaitu kemampuan perusahaan pemasok dalam menangani komunikasi dengan perusahaan yang bekerja sama dalam pemberian informasi terkini sehingga baik pemasok atau distributor tidak dirugikan.
5. Ketersediaan produk, yaitu kondisi dimana fleksibilitas ketersediaan tipe produk atau jumlah produk yang ada dalam antisipasi jika terjadi perubahan dari permintaan pelanggannya.

Menurut Surjasa, dkk (2006) memberikan beberapa kriteria dan subkriteria dalam pemilihan *supplier*, yaitu sebagai berikut:

1. Kriteria Harga

Yang termasuk subkriteria pada kriteria harga adalah:

- a. Kepantasan harga dengan kualitas barang yang dihasilkan.
- b. Kemampuan untuk memberikan potongan harga (diskon) pada pemesanan dalam jumlah tertentu.

2. Kriteria Kualitas

Yang termasuk subkriteria pada kriteria kualitas adalah:

- a. Kesesuaian barang dengan spesifikasi yang sudah ditetapkan.
- b. Penyediaan barang tanpa cacat.
- c. Kemampuan memberikan kualitas yang konsisten.

3. Kriteria Ketepatan Pengiriman

Yang termasuk subkriteria dalam kriteria ini adalah:

- a. Kemampuan untuk mengirimkan barang sesuai dengan tanggal yang telah disepakati.
- b. Kemampuan dalam hal penanganan sistem transportasi.

4. Kriteria Ketepatan Jumlah

Yang termasuk subkriteria dalam kriteria ini adalah:

- a. Ketepatan dan kesesuaian jumlah dalam pengiriman.
- b. Kesesuaian isi kemasan

## 5. Kriteria *Customer Care*

Yang termasuk subkriteria dalam kriteria ini adalah:

- a. Kemudahan untuk dihubungi.
- b. Kemampuan untuk memberikan informasi secara jelas dan mudah untuk dimengerti.
- c. Kecepatan dalam hal menanggapi permintaan pelanggan.
- d. Cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.

### 1.1.4. Katering (*Catering*)

#### A. Pengertian dari Katering (*Catering*)

Menurut Purwati dalam Rawis, dkk (2016), *catering* merupakan suatu usaha di bidang jasa dalam hal menyediakan atau melayani permintaan makanan, untuk berbagai macam keperluan. Sedangkan menurut keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 715/Menkes/SK/V2003 dan sudah diperbaharui dengan Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011, *catering* atau *jasaboga* adalah perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan pengolahan makanan yang disajikan diluar tempat usaha atas dasar pesanan.

#### B. Jenis-Jenis Katering (*Catering*)

Adabeberapa golongan *jasaboga* menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011 pasal 2:

1. *Jasaboga* berdasarkan luas jangkauan yang dilayani, dikelompokan atas:
  - a. *Jasaboga* golongan A;
  - b. *Jasaboga* golongan B; dan
  - c. *Jasaboga* golongan C.
2. *Jasaboga* golongan A merupakan *jasaboga* yang melayani kebutuhan masyarakat umum, yang terdiri atas golongan A1, golongan A2, dan golongan A3.
  - a. Golongan A1 dengan kriteria melayani kebutuhan masyarakat umum, menggunakan dapur rumah tangga dan dikelola keluarga, serta kapasitas pengolahan yang kurang dari 100 porsi.
  - b. Golongan A2 dengan kriteria melayani kebutuhan masyarakat umum, menggunakan dapur rumah tangga dan mempekerjakan tenaga kerja (karyawan), dan kapasitas pengolahan antara 101-500 porsi.

- c. Golongan A3 dengan kriteria melayani kebutuhan masyarakat umum, menggunakan dapur khusus dan mempekerjakan tenaga kerja (karyawan) dan kapasitas pengolahan yang lebih dari 600 porsi.

Syarat-syarat untuk golongan A :

- 1. Golongan A1 :
  - a. Ruang pengolahan makanan tidak boleh dipakai sebagai ruang tidur.
  - b. Menyediakan ventilasi yang cukup.
  - c. Pembuangan udara kotor / asap tidak menimbulkan gangguan terhadap lingkungan.
  - d. Tersedia tempat cuci tangan yang permukaannya halus dan mudah dibersihkan.
  - e. Tersedia sedikitnya satu buah lemari es sebagai tempat penyimpanan makanan mudah basi.
- 2. Golongan A2 :
  - a. Memenuhi persyaratan jasaboga golongan A2.
  - b. Ruang pengolahan makanan harus dipisahkan dengan ruang lain.
  - c. Dilengkapi alat pembuangan dari dapur.
  - d. Tersedia sedikitnya satu buah lemari es untuk menyimpan makanan yang cepat busuk.
  - e. Tersedia tempat penyimpanan dan ganti pakaian.
- 3. Golongan A3 :
  - a. Memenuhi persyaratan jasaboga golongan A2.
  - b. Ruang pengolahan makan terpisah dengan bangunan tempat tinggal.
  - c. Pembuangan asap dari dapur dilengkapi dengan alat pembuangan asap dan cerobong asap.
  - d. Tempat memasak terpisah secara jelas dengan tempat penyimpanan makanan.
  - e. Tersedia lemari pendingin yang dapat mencapai suhu -5 derajat celcius.
  - f. Tersedia kendaraan pengangkut makanan yang khusus dan hanya digunakan untuk mengangkut makanan jadi.
  - g. Alat atau tempat angkut makanan harus tertutup sempurna dan dibuat dari bahan kedap air serta mudah dibersihkan.

- h. Kotak yang digunakan sekali pakai untuk mewadahi makanan harus mencantumkan nama perusahaan, nomor izin usaha serta laik hygiene sanitasi.
3. Jasaboga golongan B merupakan jasaboga yang melayani kebutuhan masyarakat dalam kondisi tertentu, meliputi:
- a. Asrama haji, asrama transito, atau asrama lainnya;
  - b. Industri, pabrik, pengeboran lepas pantai;
  - c. Angkutan umum dalam negeri selain pesawat udara; dan
  - d. Fasilitas pelayanan kesehatan masyarakat.

Syarat-syarat golongan B :

- a. Memenuhi persyaratan jasaboga golongan A3.
  - b. Pembuangan air kotor dilengkapi *grease trap* (penangkap lemak).
  - c. Pertemuan lantai dan dinding tidak terdapat sudut mati agar tidak menjadi tempat berkumpulnya kotoran.
  - d. Memiliki ruang kantor dan ruang untuk belajar yang terpisah dari ruang pengolahan makanan.
  - e. Dilengkapi penangkap asap (*hood*), alat pembuangan asap dan cerobong asap.
  - f. Fasilitas pencucian dari bahan yang kuat, permukaan halus dan mudah dibersihkan.
  - g. Setiap peralatan dibebashamakan dengan larutan kaporit atau air panas selama 2 menit.
  - h. Setiap tempat pengolahan makanan dilengkapi tempat cuci tangan yang diletakkan didekat pintu.
  - i. Ruang pengolahan makanan terpisah dengan ruangan tempat penyimpanan bahan makanan mentah.
  - j. Tersedia lemari penyimpanan dingin yang dapat mencapai suhu -10 sampai -5 C.
4. Jasaboga golongan C merupakan yang melayani kebutuhan masyarakat didalam alat angkut umum internasional dan pesawat udara.

Syarat-syarat golongan C :

- a. Dilengkapi penangkap asap (*hood*), alat pembuang asap, cerobong asap, saringan lemak yang dapat dibuka dan dipasang untuk dibersihkan secara berkala.
- b. Dilengkapi alat pengatur suhu ruangan.

- c. Tempat pencucian alat dan bahan terbuat dari bahan logam tahan karat seperti *stainless steel*.
- d. Air untuk pencucian peralatan dan cuci tangan harus mempunyai tekanan sedikitnya 5ps.
- e. Tersedia lemari penyimpanan dingin untuk makanan secara terpisah sesuai dengan jenis makanan/bahan makanan yang digunakan.
- f. Tersedia gudang tempat penyimpanan makanan untuk bahan kering, makanan terolah dan bahan yang tidak mudah membusuk.
- g. Rak penyimpanan makanan harus mudah dipindah dengan menggunakan roda penggerak.

### C. Klasifikasi Katering (*Catering*)

Setiap jenis catering memiliki tugas dan tipe layanannya sendiri-sendiri. Berikut adalah jenis-jenis *catering* acara yang banyak orang belum tahu tapi populer digunakan.

#### 1. *Catering Prasmanan*

Penyajian makanan dari catering prasmanan ini ditaruh di atas meja dengan wadah-wadah khusus. Beberapa staf dari pihak catering akan membantu memasak makanan, menyajikan dan melayani para tamu yang ingin mengambil makanan di meja prasmanan. Jenis catering ini banyak dipakai untuk acara pernikahan. Catering jenis ini melayani Anda secara penuh, koki, pelayan, peralatan makan, semua dari pihak catering. Jadi sebagai pelanggan, Anda cukup terima beres saja.

#### 2. *Catering Dine In*

Cara penyajian makanannya seperti di restoran. Para tamu acara cukup memesan makanan maka makanan bisa langsung siap diantar pada meja tamu. Rasakanlah sensasi makan khas restoran di rumah Anda. Acara yang cocok menggunakan jenis ini adalah acara formal dan acara yang memiliki banyak tamu.

#### 3. *Catering Self Service*

Seperti namanya, pelayanan ini dilakukan oleh Anda sendiri alias orang yang memiliki acara. Pihak catering cuma menyediakan makan dan peralatan makan, untuk penyajiannya diatur oleh Anda. Jenis catering ini banyak dipakai guna menghemat pengeluaran.

#### 4. *Private Catering*

Pihak catering tak cuma memberikan Anda makanan enak, tapi juga menyediakan pramusaji yang siap melayani acara Anda secara penuh. Pramusaji ini siap hadir di

meja-meja Anda dan memberikan Anda pelayanan ekstra atas makanan yang kami sajikan di piring kalian.

5. *Catering* Nasi Kotak ataupun *Catering* Rumahan

Berbeda dengan *catering-catering* di atas, *catering* nasi kotak adalah makanan praktis yang diberikan pada pelanggan dalam kemasan kotak. Isi dari nasi kotak sangat lengkap, ada nasi, lauk pauk, lauk tambahan dan yang Anda perlukan lainnya.

Setelah *catering* nasi kotak diterima oleh pelanggan, maka tugas *catering* sudah selesai. Pihak *catering* hanya memberikan makanan dan layanan mengemas makanan dalam kotak-kotak nasi yang rapi.

Untuk *Catering* rumahan yang dimaksud adalah segala jenis masakan yang sudah lazim di masak dirumah seperti biasanya, seperti oseng – oseng tempe, ayam goreng, lalapan, sambal, telur balado, dll.

**D. Ruang Lingkup Kerja Katering (*Catering*)**

Ruang lingkup kerja *catering* yaitu:

1. Persiapan awal

Persiapan awal untuk memulai usaha *catering* berarti meninjau kemampuan yang kita miliki, yaitu : 1) dari segi keuangan dan 2) dari segi pengetahuan dan kemampuan mengelola usaha *catering*.

2. Penetapan harga yang bersaing (kalkulasi harga)

Sebelum menentukan berapa biaya pemesanan *catering* yang akan kita minta kepada pihak pemesan, buatlah kalkulasi harga terlebih dahulu dengan mempertimbangkan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain.

3. Penyedia peralatan masak dan meja jamuan

Peralatan masak bisa digunakan peralatan dapur yang ada dan biasanya dipergunakan sehari-hari. Namun bisa juga membeli peralatan masak yang lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempertimbangkan kondisi keuangan. Peralatan yang diperlukan untuk menghidangkan makanan diatas meja jamuan sebaiknya seragam dan berwarna agar kesannya rapi, anggun, dan manis.

4. Tenaga terampil

Untuk mengelola dan mengembangkan usaha catering diperlukan bantuan sejumlah tenaga kerja. Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga-tenaga ahli yang terampil dan mempunyai latar belakang pendidikan dalam bidang tata boga. Tenaga kerja yang diperlukan adalah juru masak dan pramusaji.

5. Penetapan cara berbelanja dan penilaian bahan yang baik

Setelah menerima pesanan catering, maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah menyusun daftar bahan-bahan yang diperlukan. Daftar ini kemudian dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu daftar bahan yang tahan lama, daftar bahan untuk lauk pauk yang biasa disimpan di *freezer*, dan daftar bahan yang terakhir dimasak. Jumlah bahan yang harus dibeli sebaiknya sesuai dengan kebutuhan berdasarkan jumlah pesanan, jangan kurang dan jangan pula terlalu berlebihan.

6. Penetapan cara memasak khusus *catering*

Untuk menghemat waktu dan tenaga, sebaiknya kegiatan masak-memasak dimulai beberapa hari sebelum penyelenggaraan jamuan makan, dan dilakukan secara bertahap menurut jenis bahan dan masakannya. Misalnya bumbu-bumbu bisa dibuat lebih awal, lauk pauk yang tahan lama bisa dibuat 2-3 hari sebelum jamuan makan diadakan, dan sebagainya.

7. Penetapan menata meja dan melayani jamuan

Cara menghidangkan makanan dan melayani tamu untuk berbagai jamuan tidak sama satu dengan lainnya. Pengetahuan tentang hal ini harus dikuasai oleh pengelola *catering*, terutama para pramusaji.

8. Pelayanan pesanan makanan dalam kemasan

Selain melayani pemesanan makanan yang harus ditata di meja jamuan, *catering* juga diminta melayani pemesanan makanan dalam kemasan. Hal-hal yang harus diperhatikan untuk melayani pesanan makanan dalam kemasan: 1) bentuk kemasan, 2) jenis masakan yang bisa disiapkan dalam kemasan, 3) susunan menu, dan 4) transportasi.

### **1.1.5. Analytical Hierarchy Process (AHP)**

#### **A. Pengertian Analytical Hierarchy Process**

AHP merupakan suatu model pendukung suatu keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L.Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut (Saaty, 1993 dalam Supriadi Apip, dkk:2018) hirarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, subkriteria, dan seterusnya kebawah hingga level terakhir dari alternatif. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki, sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.

AHP sering digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain. Karena alasan-alasan sebagai berikut:

1. Struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
2. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambilan keputusan
3. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan.

#### **B. Kelebihan dan Kelemahan Metode AHP**

Layaknya sebuah metode analisis, AHP pun memiliki kelebihan serta kekurangan dengan sistem analisisnya. Berikut kelebihan metode AHP

1. Kesatuan (*Unity*)

AHP membuat permasalahan yang luas dan tidak terstruktur menjadi suatu model yang fleksibel dan mudah dipahami.

2. Kompleksitas (*Complexity*)

AHP memecahkan masalah yang kompleks melalui pendekatan sistem dan pengintegrasian secara deduktif.

3. Saling ketergantungan (*Inter Dependence*)  
AHP dapat digunakan pada elemen-elemen sistem yang saling bebas dan tidak memerlukan hubungan linier.
4. Struktur hirarki (*Hierarchy Structuring*)  
AHP mewakili pemikiran alamiah yang cenderung mengelompokkan elemen sistem ke level-level yang berbeda dari masing-masing level berisi elemen yang serupa
5. Pengukuran (*Measurement*)  
AHP menyediakan skala pengukuran dan metode untuk mendapatkan prioritas.
6. Konsistensi (*Consistency*)  
AHP mempertimbangkan konsistensi logis dalam penilaian yang digunakan untuk menentukan prioritas.
7. Sintesis (*Synthesis*)  
AHP mengarah pada perkiraan keseluruhan mengenai seberapa diinginkannya masing-masing alternatif.
8. *Trade Off*  
AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor dalam sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka.
9. Penilaian dan Konsensus (*Judgement and Consensus*)  
AHP tidak mengharuskan adanya suatu konsensus, tapi menggabungkan hasil penilaian yang berbeda.
10. Pengulangan proses (*Process Repetition*)  
AHP mampu membuat orang menyaring definisi dari suatu permasalahan dan mengembangkan penilaian serta pengertian mereka melalui proses pengulangan.

Adapun kelemahan dari metode AHP:

1. Ketergantungan model AHP pada input utamanya. Input utama ini berupa persepsi seorang ahli sehingga dalam hal ini melibatkan subyektifitas sang ahli, selain itu juga model menjadi tidak berarti jika ahli tersebut memberikan penilaian yang keliru.
2. Metode AHP ini hanya model matematis tanpa ada pengujian secara statistik sehingga tidak ada batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk.

### C. Tahapan pada AHP

Dalam metode AHP dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Kadarsyah Suryadi, et al, 1998 dalam Supriadi Apip, 2018):

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.  
Di tahap ini kita berusaha menentukan masalah yang akan di pecahkan secara jelas.
2. Membuat struktur hirarki yang diawali dengan tujuan utama.  
Setelah menyusun tujuan utama sebagai level teratas akan disusun level hirarki yang ada dibawahnya yaitu kriteria yang cocok untuk mempertimbangkan atau menilai.
3. Membuat matrik perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat diatasnya.
4. Mendefinisikan perbandingan berpasangan sehingga diperoleh jumlah penilaian seluruhnya sebanyak  $n \times [(n-1)/2]$  buah, dengan  $n$  adalah banyaknya elemen yang dibandingkan. Hasil dari perbandingan masing-masing elemen akan berupa angka 1 sampai dengan 9. Apabila suatu elemen dalam matriks dibandingkan dengan dirinya sendiri maka hasil perbandingan diberi nilai 1. Skala 9 telah terbukti dapat diterima dan bisa membedakan intensitas antar elemen.
5. Menghitung nilai eigen dan menguji konsistensinya, jika tidak konsisten maka pengambilan data diulang.
6. Mengulangi langkah 3,4, dan 5 untuk seluruh tingkat hirarki. Menghitung vektor *eigen* dari setiap matriks perbandingan berpasangan yang merupakan bobot setiap elemen untuk penentuan prioritas elemen-elemen pada tingkat hirarki terendah sampai mencapai tujuan.
7. Memeriksa konsistensi hirarki. Yang diukur dalam AHP adalah rasio konsistensi dengan melihat index konsistensi. Konsistensi yang diharapkan adalah yang mendekati sempurna agar menghasilkan keputusan yang mendekati valid. Walaupun sulit untuk mencapai yang sempurna, rasio konsistensi diharapkan kurang dari atau sama dengan 10%.

Dibawah ini adalah tabel skala penilaian perbandingan yang digunakan untuk mengukur skala perbandingan prioritas pada kriteria.

**Tabel 2.1. Skala Penilaian Perbandingan**

Skala tingkat kepentingan	Definisi	Keterangan
1	Elemen sama pentingnya. (sama pentingnya).	Dua elemen mempunyai pengaruh yang sama besar.
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari pada elemen yang lainnya. (sedikit lebih penting).	Pengalaman dan penilaian sedikit menyokong satu elemen dibandingkan elemen yang lainnya.
5	Elemen yang satu lebih penting dari pada elemen lainnya. (lebih penting).	Pengalaman dan penilaian sangat kuat menyokong satu elemen dibandingkan elemen yang lainnya.
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting dari pada elemen lainnya. (sangat penting).	Satu elemen yang kuat disokong dan dominan terlihat dalam praktek.
9	Satu elemen mutlak penting dari pada elemen lainnya. (mutlak lebih penting).	Bukti yang mendukung elemen yang satu terhadap elemen lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan.
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan-pertimbangan yang berdekatan. (nilai tengah).	Nilai ini diberikan bila ada dua kompromi diantara dua pilihan.
kebalikan	Nilai i dibanding nilai (A <sub>ij</sub> = 1/A <sub>ji</sub> )	Satu angka bila dibandingkan dengan aktivitas j, maka j memiliki nilai kebalikan bila dibandingkan nilai i.

Sumber : Apip Supriadi, dkk 2018

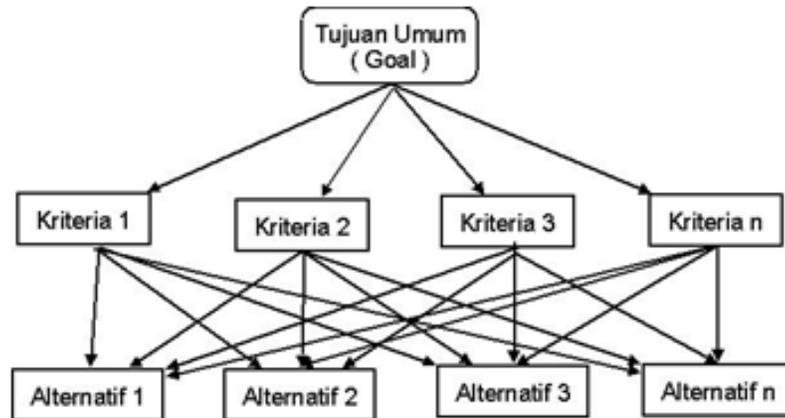
#### **D. Langkah-langkah Penggunaan AHP**

Langkah-langkah dalam penggunaan AHP menurut Apip Supriadi, dkk 2018 sebagai berikut:

##### 1. Penyusunan struktur hirarki masalah

Sistem yang kompleks dapat dengan mudah dipahami kalau sistem tersebut dipecah menjadi berbagai elemen pokok kemudian elemen-elemen tersebut disusun secara hirarki.

Berikut ini merupakan gambar struktur hirarki AHP :



**Gambar 2.4. Struktur Hirarki *Analytical Hierarchy Process* (AHP)**

Hirarki masalah disusun untuk membantu proses pengambilan keputusan dengan memperhatikan seluruh elemen keputusan yang terlibat dalam sistem. Pada tingkat tertinggi hirarki, dinyatakan tujuan, sasaran dari sistem yang dicari solusi masalahnya. Tingkat berikutnya merupakan penjabaran dari tujuan tersebut. Untuk memastikan bahwa kriteria-kriteria yang dibentuk sesuai dengan tujuan permasalahan, maka kriteria-kriteria tersebut harus memiliki sifat-sifat berikut:

a. Minimum

Jumlah kriteria diusahakan optimal untuk memudahkan analisis.

b. *Independen*

Setiap kriteria tidak saling tumpang tindih dan harus dihindarkan pengulangan kriteria untuk suatu maksud yang sama.

c. Lengkap

Kriteria harus mencakup seluruh aspek penting dalam permasalahan.

d. Operasional

Kriteria harus dapat diukur dan dianalisis baik secara kuantitatif maupun kualitatif dan dapat dikomunikasikan.

## 2. Penentuan prioritas

### a. *Relative Measurement*

Yang pertama dilakukan dalam menetapkan prioritas elemen-elemen dari suatu pengambilan keputusan adalah membuat perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan dalam bentuk berpasangan seluruh kriteria untuk setiap subsistem hirarki dengan matriks. Matriks merupakan alat sederhana yang dipakai untuk menguji konsistensi. Rancangan matriks ini mencerminkan dua segi prioritas yang mendominasi atau didominasi. Misalkan, terdapat subsistem hirarki dengan kriteria C dan sejumlah n alternatif di bawahnya,  $A_i$  sampai  $A_n$ . Perbandingan antar alternatif dapat dibuat dalam bentuk matriks  $n \times n$ , seperti table dibawah ini.

**Tabel 2.2. Matriks Perbandingan Berpasangan**

C	A1	A2	A3	A4	...	$A_n$
A1	A11	A12	A13	A14	...	A1n
A2	A21	A22	A23	A24	...	A2n
A3	A31	A32	A33	A34	...	A3n
A4	A41	A42	A43	A44	...	A4n
...	...	...	...	...	...	...
$A_n$	$A_n1$	$A_n2$	$A_n3$	$A_n4$	...	$A_nn$

Nilai A11 adalah nilai perbandingan elemen A1(baris) terhadap A1(kolom) yang menyatakan hubungan :

- 1) Seberapa jauh tingkat kepentingan A1 (baris) terhadap kriteria C dibandingkan dengan A1 (kolom).
- 2) Seberapa jauh dominasi A1 (baris) terhadap A1 (kolom).
- 3) Seberapa banyak sifat kriteria C terdapat pada A1 (baris) dibandingkan dengan A1 (kolom).

Nilai numerik yang dikenakan untuk seluruh perbandingan diperoleh dari skala perbandingan yang disebut Saaty yaitu skala penilaian perbandingan. Apabila bobot kriteria  $A_i$  adalah  $w_i$  dan bobot elemen  $w_j$  maka skala dasar 1-9 yang

disusun Saaty mewakili perbandingan  $(w_i/w_j)/1$ . Angka-angka absolut pada skala tersebut merupakan pendekatan yang amat baik terhadap perbandingan bobot elemen  $A_i$  terhadap elemen  $A_j$ .

b. *Eigenvalue* dan *Eigenvektor*

Apabila seseorang telah memasukan persepsinya untuk setiap perbandingan antara kriteria-kriteria yang berada dalam satu level atau yang dapat diperbandingkan maka untuk mengetahui kriteria mana yang paling disukai atau yang paling penting, disusun sebuah matriks perbandingan. Bentuk matriks ini adalah simetris atau biasa disebut dengan matriks bujur sangkar. Apabila ada 3 kriteria yang dibandingkan dalam satu level matriks maka disebut matriks  $3 \times 3$ . Ciri utama dari matriks perbandingan yang dipakai model AHP adalah kriteria diagonalnya dari kiri atas ke kanan bawah adalah 1 (satu) karena yang dibandingkan adalah dua kriteria yang sama. Selain itu sesuai dengan sistematika berpikir otak manusia, matriks perbandingan yang dibentuk bersifat matriks resiprokal misalnya kriteria A lebih disukai dengan skala 3 dibandingkan kriteria B maka dengan sendirinya kriteria B lebih disukai dengan skala  $1/3$  dibandingkan A. Setelah matriks perbandingan untuk sekelompok kriteria telah selesai dibentuk maka langkah berikutnya adalah mengukur bobot prioritas setiap kriteria tersebut dengan dasar persepsi seorang ahli yang telah dimasukkan dalam matriks tersebut. Hasil akhir perhitungan bobot prioritas tersebut merupakan suatu bilangan desimal di bawah satu dengan total prioritas untuk kriteria-kriteria dalam satu kelompok sama dengan satu. Dalam penghitungan bobot prioritas dipakai cara yang paling akurat untuk matriks perbandingan yaitu dengan operasi matematis berdasarkan operasi matriks dan vector yang dikenal dengan nama *eigenvector*.

*Eigenvector* adalah sebuah vector yang apabila dikalikan sebuah matriks hasilnya adalah *vector* itu sendiri dikalikan dengan sebuah bilangan *scalar* atau parameter yang tidak lain adalah *eigenvalue*. Bentuk persamaannya sebagai berikut :

$$A.w = \lambda.w \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan :

$w$  = *eigenvector*

$\lambda$  = *eigenvalue*

A = matriks bujursangkar

*Eigenvector* biasa disebut sebagai vector karakteristiknya dari sebuah matriks bujur sangkar, sedangkan eigenvalue merupakan akar karakteristiknya dari matriks tersebut. Metode ini yang dipakai sebagai alat pengukur bobot prioritas setiap matriks perbandingan dalam model AHP karena sifatnya lebih akurat dan memperhatikan semua interaksi antarkriteria dalam matriks.

c. Konsistensi

Salah satu asumsi utama model AHP yang membedakannya dengan model-model pengambilan keputusan lain adalah tidak adanya syarat konsistensi mutlak. Dengan model AHP yang memakai persepsi manusia sebagai inputnya maka ketidakkonsistenan mungkin terjadi karena manusia memiliki keterbatasan dalam menyatakan persepsinya secara konsisten terutama kalau harus membandingkan banyak kriteria. Berdasarkan kondisi ini maka manusia dapat menyatakan persepsinya tersebut akan konsisten nantinya atau tidak.

Pengukuran konsistensi dari suatu matriks itu sendiri didasarkan atas eigenvalue maksimum. Dengan eigenvalue maksimum, inkonsistensi yang biasa dihasilkan matriks perbandingan dapat diminimumkan. Rumus dari indeks konsistensi (consistency index/CI) adalah :

$$CI = (\lambda_{maks} - n) / (n - 1) \dots\dots\dots(2.2)$$

Dimana :

CI = Indeks konsistensi

$\lambda_{maks}$  = *Eigenvalue* maksimum

n = Orde matriks

Indeks inkonsistensi di atas kemudian diubah ke dalam bentuk rasio inkonsistensi dengan cara membaginya dengan suatu indeks random. Indeks random menyatakan rata-rata konsistensi dari matriks perbandingan berukuran 1-10 yang di dapatkan dari suatu eksperimen oleh Oak Ridge National Laboratory dan kemudian dilanjutkan oleh Wharton School (Rahmayanti, 2010).

Pada tabel dibawah ini adalah nilai rumus kriteria untuk perhitungan rasio konsistensi.

**Tabel 2.3. Nilai Indeks Random**

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

$$CR = CI / RI \dots\dots\dots(1.3)$$

Dimana :

CR = Rasio Konsistensi

RI = Indeks Random (*Random Consistency Index*)

Selanjutnya konsistensi responden dalam mengisi kuesioner diukur. Pengukuran konsistensi ini dimaksudkan untuk melihat ketidakkonsistenan respon yang diberikan responden. Jika  $CR < 0,1$  maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan konsisten. Jika  $CR > 0,1$  maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan tidak konsisten. Sehingga jika tidak konsisten, maka pengisian pada matriks berpasangan pada unsur kriteria maupun alternatif harus diulang.

d. Sintesis prioritas

Untuk memperoleh perangkat prioritas yang menyeluruh bagi suatu persoalan keputusan, diperlukan suatu pembobotan dan penjumlahan untuk menghasilkan suatu bilangan tunggal yang menunjukkan prioritas suatu elemen. Langkah yang pertama adalah menjumlahkan nilai-nilai dalam setiap kolom kemudian membagi setiap entri dalam setiap kolom dengan jumlah pada kolom tersebut untuk memperoleh matriks yang dinormalisasi. Normalisasi ini dilakukan untuk mempertimbangkan unit kriteria yang tidak sama. Yang terakhir adalah meratakan sepanjang baris dengan menjumlahkan semua nilai dalam setiap baris dari matriks yang dinormalisasi tersebut dan membaginya dengan banyaknya entri dari setiap baris sehingga sintesis ini menghasilkan persentase prioritas relatif yang menyeluruh.

### 1.1.6. Standar Kriteria Pemilihan *Supplier Catering Amelia Bekasi*

Dalam pemilihan *supplier* daging, *catering amelia bekasi* memiliki standar kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi *supplier* yang akan di pilih, serta subkriteria yang diambil yaitu sebagai berikut menurut Jayantho (2015) :

1. Kualitas
2. Harga
3. Pengiriman
4. Layanan

**Tabel 2.4. Kriteria dan Subkriteria *Catering Amelia Bekasi***

<b>Kriteria</b>	<b>Subkriteria</b>
Kualitas	1. Penyediaan barang tanpa cacat 2. Kesesuaian barang dengan spesifikasi yang ditetapkan
Harga	1. Kesesuaian harga barang dengan kualitas 2. Diskon harga
Pengiriman	1. Ketepatan waktu pengiriman 2. Armada/alat transportasi untuk pengiriman
Layanan	1. Pelayanan cepat tanggap 2. Dispensasi pembayaran

Sumber : konsep yang dikembangkan oleh peneliti, 2023

### 1.1.7. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan perbandingan dan acuan sehingga dapat menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Selain itu menghindari persamaan dengan penelitian ini maka pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang hendak dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan judul yang penulis kaji sebagai berikut :

Penelitian pertama dilakukan oleh Doni Winarso, Fuad Yasir (2019) dalam penelitian yang berjudul Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Supplier* Produk *Receiver* Parabola dan Kipas Angin Pada Toko Irsan Jaya Rangkuti Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Pemilihan *supplier* merupakan salah satu hal penting dalam menghadapi dunia bisnis *retail* yang semakin kompetitif. Hal ini

dilakukan untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Pengambilan keputusan pemilihan *supplier* harus dilakukan secara tepat untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan terhadap *supplier* dikarenakan rendahnya kualitas barang apabila hanya melihat kriteria harga terendah saja tanpa mempertimbangkan kriteria-kriteria lainnya. Permasalahan pemilihan *supplier* ini dikategorikan sebagai *Multi-Criteria Decision Making* (MCDM). Metode MCDM yang digunakan untuk proses pemilihan *supplier* yaitu metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Secara garis besar metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) merupakan proses membandingkan kriteria kedalam alternatif, semakin besar nilai yang dihasilkan, maka semakin besar pula prioritas untuk *supplier* tersebut terpilih. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Toko Irsan Jaya Rangkuti sebagai salah satu toko *retail* dalam memilih *supplier* sehingga didapatkanlah *supplier* terbaik. Hasil akhir pemilihan Prioritas *Supplier*, maka diperoleh informasi bahwa *Supplier* Sidempuan memperoleh nilai akhir paling besar yang menempati posisi pertama dengan nilai 0.50. Kemudian *Supplier* Tebing menempati posisi kedua dengan nilai akhir 0.27 Sedangkan *Supplier* Padang menempati posisi ketiga dengan nilai akhir 0.23.

Penelitian kedua dilakukan oleh Friska Marina Uli Hasiani, Tuti Haryati, Rinawati, Laela Kurniawati (2020) dengan judul penelitian Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Supplier* Produk Ritel dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah keberadaan *supplier*, sehingga pemilihan *supplier* yang tepat bagi perusahaan merupakan salah satu pengambilan keputusan yang sangat penting yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan yang melibatkan *supplier* dalam kegiatan bisnisnya. Salah satunya adalah pada PT. Buana Artha Indopratama Jakarta yaitu perusahaan yang bergerak dibidang ritel seperti alat rumah tangga dan botol kosmetik. Pemilihan *supplier* saat ini dilakukan masih subyektif Permasalahan yang pernah terjadi adalah *supplier* yang dipilih melakukan keterlambatan dalam pengiriman barang serta kualitas barang yang dikirim terkadang tidak sesuai yang mengakibatkan PT. Buana Artha Indopratama mengalami kerugian dan menimbulkan citra yang kurang baik dimata pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari kriteria-kriteria yang mempengaruhi pemilihan *supplier* dan menentukan *supplier* terbaik bagi PT. Buana Artha Indopratama Jakarta dengan

menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*. Hasil pengolahan data dengan 5 alternatif yang memiliki prioritas tertinggi adalah Zhongshan Yijianxing dengan bobot prioritas 0,339 dan Kriteria yang memiliki prioritas tertinggi adalah kriteria kualitas dengan bobot 0,360.

Penelitian ketiga oleh Noneng Nurjanah dan Indah Fatmawati (2020) dengan judul Analisis Pemilihan *Vendor* menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Studi Kasus Pada PT Bukit Asam Unit Tarahan). PT Bukit Asam (Persero) Tbk Unit Pelabuhan Tarahan merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang distribusi batubara. Dalam kelancaran proses produksi PT Bukit Asam Tbk Unit Pelabuhan Tarahan membutuhkan *vendor-vendor* yang berguna membantu kelancaran produksi. PT Bukit Asam Tbk menggunakan cara pelelangan untuk proses pengadaan, pemilihan *vendor* menggunakan cara tersebut memerlukan waktu yang cukup lama dengan tahapan yang cukup panjang mulai dari bagian pengadaan membuat permintaan barang yang dibutuhkan kepada *vendor* lalu dari proses tersebut akan mendapatkan *vendor* dengan harga yang sesuai. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk pemilihan *vendor* adalah metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Penelitian ini bertujuan untuk memilih *vendor* terbaik dengan cara menyeleksi *vendor* berdasarkan kriteria dan subkriteria yang sesuai dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil dari penilaian ini tingkat kepentingan kriteria dalam pemilihan *supplier* menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I *cost* (0,470), prioritas II *quality* (0,370), prioritas III *delivery* (0,012), serta *service* yaitu (0,004). Dari hasil penilaian tingkat kepentingan alternatif dalam pemilihan *supplier* menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I PT Astraf Tri Manunggal (0,500), prioritas II PT Arta Nusa (0,223), prioritas III PT Branjangan Putra Utama (0,216).

Penelitian keempat oleh Reny Rahmayanti (2010) dengan judul Analisis pemilihan *supplier* menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (studi kasus pada PT. Cazikhal). Pemilihan *supplier* merupakan salah satu hal yang penting dalam aktivitas pembelian bagi perusahaan. Pemilihan *supplier* merupakan masalah multi kriteria yang meliputi faktor-faktor kuantitatif dan kualitatif. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk pemilihan *supplier* adalah metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan kontraktor, PT

Cazikhal, yang akan mengembangkan hubungan kemitraan dengan *supplier* kayu. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimanakah urutan prioritas kriteria dan subkriteria dalam pemilihan *supplier* pada PT. Cazikhal?. (2) *supplier*/pemasok manakan yang sebaiknya dipilih oleh PT. Cazikhal berdasarkan metode AHP?. Sampel dari penelitian ini adalah para pengambil keputusan dan pihak-pihak yang berada didalam departemen pembelian dan gudang yang mengetahui kinerja *supplier*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgment sampling* karena metode AHP mensyaratkan ketergantungan pada sekelompok ahli sesuai dengan jenis spesialis terkait dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini menggunakan metode AHP dibantu dengan *software expert choice*. Dari hasil penilaian tingkat kepentingan kriteria dalam pemilihan *supplier* menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut :prioritas I kualitas (0,486), prioritas II harga (0,277), prioritas III layanan (0,073). Dari hasil penilaian tingkat kepentingan alternatif dalam pemilihan *supplier* menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I *supplier* X (0,467), prioritas II *supplier* Z(0,336), prioritas III *supplier* Y (0,198). Dan hasil nilai tertinggi adalah *supplier* X yang akan menjadi prioritas perusahaan.

**Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu**

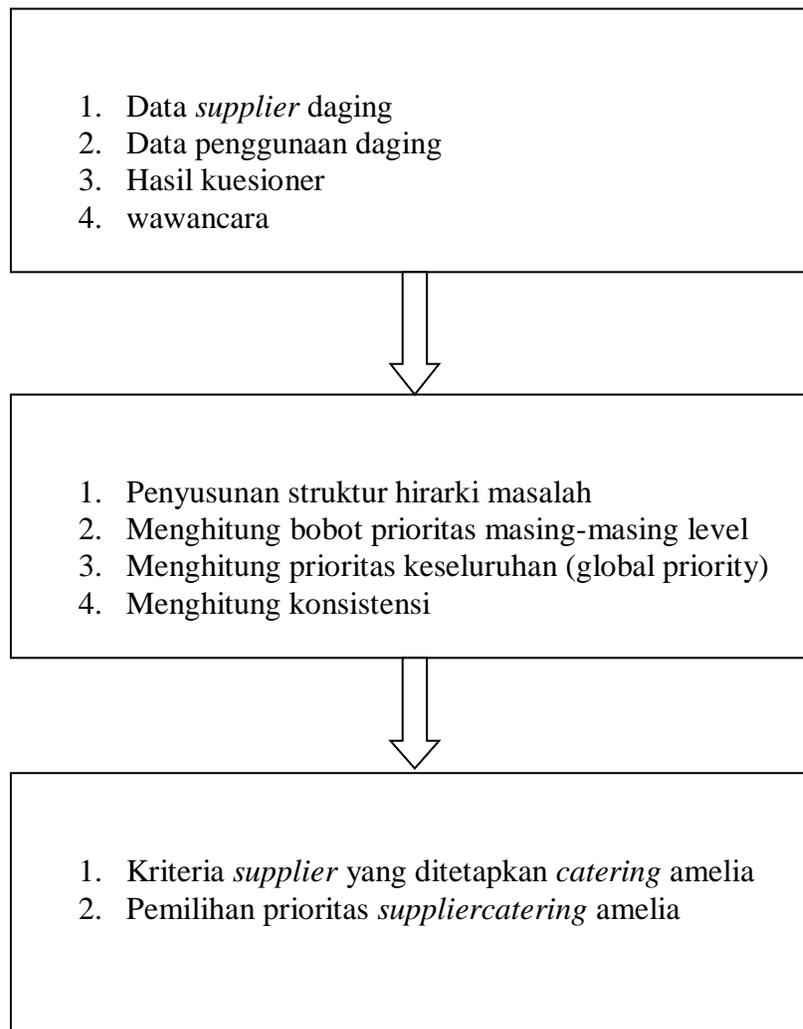
<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Masalah</b>	<b>Analisis</b>	<b>Hasil</b>
Doni Winarso, Fuad Yasir (2019)	Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan <i>Supplier</i> Produk <i>Receiver</i> Parabola dan Kipas Angin Pada Toko Irsan Jaya Rangkuti Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Dilakukan untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Pengambilan keputusan pemilihan <i>supplier</i> harus dilakukan secara tepat untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan terhadap <i>supplier</i> dikarenakan rendahnya kualitas barang apabila hanya melihat kriteria harga terendah saja tanpa mempertimbangkan kriteria-kriteria lainnya. Permasalahan pemilihan <i>supplier</i> ini dikategorikan sebagai <i>Multi-Criteria Decision Making</i> (MCDM). Metode MCDM yang digunakan	Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	Hasil akhir pemilihan Prioritas <i>Supplier</i> tersebut, maka diperoleh informasi bahwa <i>Supplier</i> Sidempuan memperoleh nilai akhir paling besar yang menempati posisi pertama dengan nilai 0.50. Kemudian <i>Supplier</i> Tebing menempati posisi kedua dengan nilai akhir 0.27 Sedangkan <i>Supplier</i> Padang menempati posisi ketiga dengan nilai akhir 0.23.

		untuk proses pemilihan <i>supplier</i> yaitu metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).		
Friska Marina Uli Hasiani, Tuti Haryanti, Rinawati, Laela Kurniawati (2020)	Sistem pendukung keputusan pemilihan <i>supplier</i> produk ritel dengan metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	Keterlambatan pengiriman serta kualitas barang yang tidak sesuai sehingga membuat kerugian dan citra kurang baik dimata konsumen.	Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	Hasil pengolahan data dengan 5 alternatif yang memiliki prioritas tertinggi adalah Zhongshan Yijianxing dengan bobot prioritas 0,339 dan Kriteria yang memiliki prioritas tertinggi adalah kriteria kualitas dengan bobot 0,360.
Noneng Nurjanah dan Indah Fatmawati (2020)	Analisis pemilihan <i>vendor</i> menggunakan metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) (studi kasus pada PT Bukit Asam Unit Tarahan)	Ketersediaan barang dengan melakukan permintaan barang yang cukup lama menggunakan cara pelelangan untuk proses pengadaan.	Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	Hasil dari penilaian ini tingkat kepentingan kriteria dalam pemilihan <i>supplier</i> menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I <i>cost</i> (0,470), prioritas II <i>quality</i> (0,370), prioritas III <i>delivery</i> (0,012), serta <i>service</i> yaitu (0,004). Dari hasil penilaian tingkat kepentingan alternatif dalam pemilihan <i>supplier</i> menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I PT Astraf Tri Manunggal (0,500), prioritas II PT Arta Nusa (0,223), prioritas III PT Branjangan Putra Utama (0,216).
Reny Rahmayanti (2010) skripsi	Analisis pemilihan <i>supplier</i>	Mencari urutan prioritas	Metode <i>Analytical Hierarchy</i>	Penelitian ini menggunakan metode AHP dibantu dengan

	<p>menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (studi kasus pada PT. Cazikhal)</p>	<p>supplier dan supplier terbaik untuk PT. Cazikhal</p>	<p><i>Process</i></p>	<p><i>software expert choice.</i>          Dari hasil penilaian tingkat kepentingan kriteria dalam pemilihan <i>supplier</i> menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut :prioritas I kualitas (0,486), prioritas II harga (0,277), prioritas III layanan (0,073). Dari hasil penilaian tingkat kepentingan alternatif dalam pemilihan <i>supplier</i> menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I <i>supplier X</i> (0,467), prioritas II <i>supplier Z</i>(0,336), prioritas III <i>supplier Y</i> (0,198). Dan hasil nilai tertinggi adalah <i>supplier X</i> yang akan menjadi prioritas perusahaan.</p>
--	--	---	-----------------------	---

### 1.1.8. Kerangka Konseptual

Menurut Sekaran kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019). Sedangkan menurut Notoatmodjo (2018) kerangka konsep adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti.



**Gambar 2.5. Kerangka Konseptual Penelitian (2023)**