

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

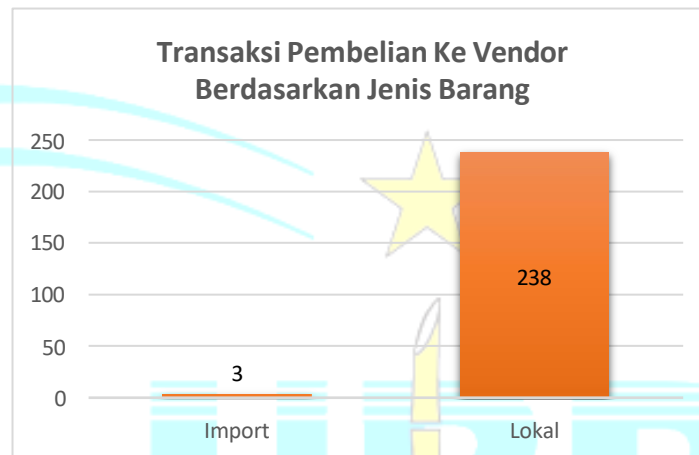
Di era perdagangan dan globalisasi saat ini, bahwa persaingan bukan hanya antara produk dengan produk atau perusahaan dengan perusahaan, akan tetapi lebih kepada *supply chain* dengan *supply chain*. Memasok pelanggan dengan solusi produk yang tepat, dengan harga yang tepat dan dengan waktu yang tepat memerlukan suatu kerjasama dan koordinasi yang sangat baik dari semua aspek, baik dari manusia, teknologi, kemampuan produksi dan lain sebagainya. Sehingga produk sampai ke pelanggan sesuai dengan waktu yang disepakati, dan produk tidak rusak atau cacat yang menyebabkan penurunan kualitas (Naqvi *et al*, 2023).

Perusahaan-perusahaan telah lahir dengan berhasil melakukan adaptasi dan inovasi. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh kemampuan memanfaatkan teknologi, komunikasi, dan informasi. Pasar global mengharuskan setiap perusahaan berkompetisi karena harapan dari pelanggan terhadap produk dan jasa yang semakin meningkat. Dan ini telah mendorong perusahaan untuk lebih mengutamakan fokusnya dalam rantai pasok mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang dapat menunjang kelangsungan bisnis prosesnya (Samuel Y Warella *et al*, 2021:1).

Upaya memuaskan para pelanggan bukan sekedar memberikan yang terbaik kepada mereka, namun juga bisa menciptakan suasana interaksi kepuasan sehingga terjadi hubungan yang berlangsung dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen. Konsep kepuasan pelanggan yang tepat dibutuhkan untuk kekuatan daya saing perusahaan (Idrus, 2021:6). Dalam hal ini tentunya diperlukan suatu sistem yang dapat mengukur terciptanya hasil dari penilaian terhadap *vendor* sebagai tolak ukur kepuasan pelanggan.

PT Kalbe Morinaga Indonesia merupakan perusahaan *toll manufacturing* yang memproduksi susu formula dengan berbagai jenis merek, berbagai varian rasa dan juga berbagai ukuran kemasan setiap produknya yang tentunya untuk berbagai level usia mulai dari balita sampai orang dewasa. Dalam membantu proses produksi PT Kalbe Morinaga Indonesia, dibutuhkannya bahan baku langsung maupun bahan

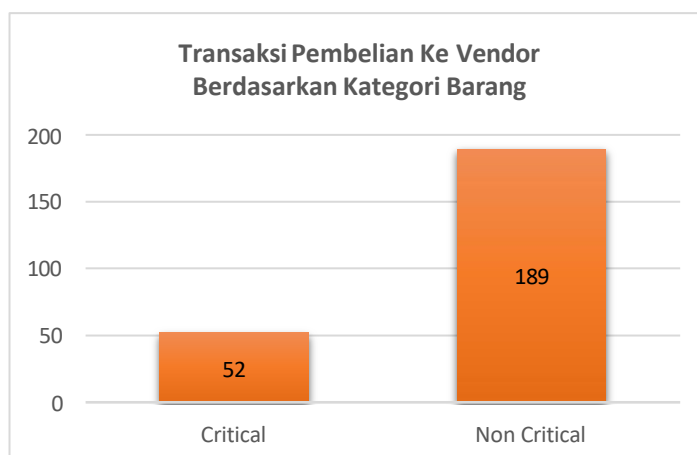
baku tidak langsung. Untuk bahan baku langsung, karena PT Kalbe Morinaga Indonesia merupakan perusahaan *toll manufacturing* sehingga bahan baku di *supply* langsung dari PT Sanghiang Perkasa. Sedangkan untuk bahan baku tidak langsung diperoleh dengan melakukan pembelian terhadap *vendor* baik pembelian secara internasional (*import*) maupun pembelian secara domestik (lokal). Sehingga PT Kalbe Morinaga Indonesia menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok atau *vendor*.



Gambar 1. 1 Transaksi Pembelian Ke *Vendor* Berdasarkan Jenis Barang

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Grafik 1.1 merupakan jumlah transaksi dengan *vendor* PT Kalbe Morinaga Indonesia berdasarkan jenis barang yaitu impor sebanyak 3 *vendor* dan lokal sebanyak 238 *vendor* pada tahun 2021. *Vendor* sebagai mitra bisnis mempunyai peranan penting dalam proses bisnis demi tercapainya keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan. *Vendor* harus memenuhi kebutuhan sesuai dengan kebutuhan yang spesifik dari pelanggannya (Chirumamilla & Sindre, 2021). Jika *vendor* tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pengadaan barang, maka dampak yang terjadi proses bisnis akan terhambat serta dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan.



Gambar 1. 2 Transaksi Pembelian Ke Vendor
Berdasarkan Kategori Barang

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Grafik 1.2 merupakan jumlah transaksi dengan *vendor* PT Kalbe Morinaga Indonesia berdasarkan kategori barang yaitu *critical* sebanyak 52 *vendor* dan *non critical* sebanyak 189 *vendor* pada tahun 2021.

Tabel 1.1 Transaksi pembelian *vendor critical*

		2021											
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
AMS	SP					2						1	
AJP	B3	1	2		2	1		1	1	1			
ASA	JS	1	1			1			2	1		3	2
AGI	B3			1		1			1			1	
ASR	SP		1	1									
AFA	JS	3	4	4	2		3		6				
ATM	JS		2		3	2		2	4		4	4	
AAI	JS	3					1	4		1	2	4	
BES	SP	3	1	3	2	4	2	3	2	5	1	1	3
BAS	PR			1									
BMI	PR			16									16
BSI	JS				4								
BTO	PR		2	2	3	1	3	3	2	1	2	1	3
BFI	PR			5									
CSI	SP	2	1	1		1							1

Tabel 1.1 Transaksi pembelian *vendor critical* (lanjutan)

[illegible]

Tabel 1.1 Transaksi pembelian *vendor critical* (lanjutan)

		2021											
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
UTS	SP	1			1		1						
UMP	PR	1					1		1		1	1	2
WPM	SP	2			1		2	3		1			2

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Tabel 1.1 merupakan data vendor dengan tipe barang dan jumlah transaksi pada periode januari sampai dengan desember 2021. Pengkategorian *vendor* ini dilakukan untuk proses evaluasi *vendor*, yaitu *vendor critical* dan *vendor non critical*. *Vendor critical* merupakan *vendor* yang memasok barang yang berhubungan langsung dengan produk (*contact product*), barang yang dipasok harus halal dan juga vendor yang terkait dengan jasa atau *safety* yang dilakukan setiap 6 bulan sekali. Sedangkan *vendor non critical* merupakan *vendor* yang memasok *consumable* umum dan pembelian dilakukan secara rutin serta tidak memenuhi unsur dari *vendor critical* yang dilakukan setiap setahun sekali.

PT Kalbe Morinaga Indonesia saat ini telah menerapkan kendali mutu bersertifikasi untuk produk yang dihasilkannya, yaitu telah menjalankan :

- ISO 9001:2015, Sistem Manajemen.
- ISO 45001:2018, Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja.
- ISO 22000:2018, Sistem Manajemen Keamanan Pangan.
- ISO FSSC TS22002-1:2019, *Food Safety System Certification*.
- Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja.
- Sistem Jaminan Halal LPPOM, BPJPH.

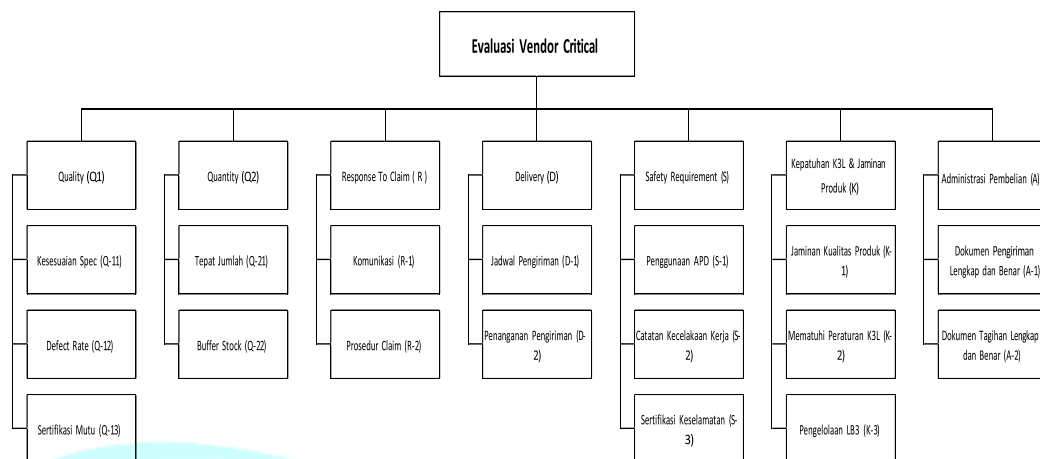
Evaluasi *vendor* merupakan bagian dari ISO FSSC TS22002-1:2019 yang diterapkan PT Kalbe Morinaga Indonesia. Sehingga perlu adanya evaluasi *vendor* untuk mencegah suatu hal yang tidak diinginkan, terutama untuk evaluasi *vendor critical*. Dilihat dari periode pelaksanaan yang dilakukan setiap 6 bulan sekali, evaluasi *vendor critical* ini tentunya membutuhkan data yang cepat, tepat, dan akurat. Sejak tahun 2016 PT Kalbe Morinaga Indonesia telah melakukan evaluasi *vendor critical*, tetapi data yang digunakan untuk mengevaluasi *vendor critical* masih belum akurat dan hanya menggunakan satu data dari *standart of assesment*

yang digunakan yaitu *delivery*. Data tersebut didapatkan dari sistem yang digunakan di PT Kalbe Morinaga Indonesia yaitu *Oracle*, dan data yang diambil hanyalah data *lead time* penerimaan barang. Sedangkan data untuk *standart of assesment* lainnya seperti *Quality, Quantity, Response To Claim, Delivery, Safety Requirement*, Kepatuhan K3L dan Jaminan Produk, Administrasi Pembelian masih bersifat subjektif. Berdasarkan kondisi tersebut perlu adanya perbaikan untuk mendapatkan data pada *standart of assesment* evaluasi *vendor critical* lainnya melalui sistem yang dibuat agar menghasilkan keputusan akhir untuk evaluasi *vendor critical* yang lebih akurat. Sehingga pada saat dilaksanakannya audit ISO FSSC TS22002-1:2019 pada tanggal 29-30 November 2021, menjadi salah satu temuan audit dikarenakan hasil data evaluasi *vendor* belum sesuai yaitu data *Safety Requirement* yang tidak bisa ditunjukkan bukti pelaksanaannya. Hal-hal seperti metode untuk pengawasan, pengukuran, analisis dan evaluasi serta audit internal dan tinjauan manajemen.

Dari uraian tersebut diatas, penulis berinisiatif membantu perusahaan dalam melakukan evaluasi *vendor critical* sehingga dapat membantu memutuskan evaluasi *vendor critical* tersebut. Dalam hal ini penulis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* dan *Profile Matching*.

Metode AHP atau *Analytical Hierarchy Process* merupakan sebuah metode pengambilan keputusan dengan memberikan gambaran prioritas terhadap beberapa alternative ketika ada beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan dan memperbolehkan pengambil keputusan melakukan penyesuaian dengan menyusun masalah yang kompleks ke dalam suatu rangkaian level yang terintegrasi atau hirarki (Parwati, Wibowo, Putra, 2024). Sedangkan Metode *Profile Matching* merupakan sebuah mekanisme pengambilan keputusan dengan cara mengasumsikan variabel predictor ideal yang harus dimiliki oleh *vendor*, bukan tingkat minimal yang harus dipenuhi atau dilewati (Mulyadi & Hidayatulloh, 2022).

Dalam penelitian ini, metode AHP digunakan untuk menentukan bobot prioritas dari kriteria dan sub kriteria yang sudah ditetapkan. Hasil pembobotan tersebut digunakan pada tahapan didalam metode *Profile Matching* yaitu penentuan *Core Factor* dan *Secondary Factor* untuk mendapatkan nilai total yang menghasilkan *grade* untuk masing-masing *vendor*.



Gambar 1. 3 Hierarki Evaluasi *Vendor Critical*

Sumber : Penulis, 2025

Gambar 1.3 merupakan Kriteria dan Sub Kriteria yang digunakan pada metode AHP untuk menentukan Evaluasi *Vendor Critical* di PT Kalbe Morinaga Indonesia. Dengan kedua metode tersebut diharapkan nantinya dapat membantu perusahaan dalam melakukan tindakan yang tepat terhadap *vendor critical* yang memasok barang ke perusahaan sehingga dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan keputusan evaluasi *vendor critical* pada periode-periode berikutnya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan “USULAN OPTIMALISASI SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN EVALUASI *VENDOR CRITICAL* PADA PT KALBE MORINAGA INDONESIA MENGGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* DAN *PROFILE MATCHING*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Bagaimana mengoptimalkan sistem yang dapat menentukan evaluasi *vendor critical* PT Kalbe Morinaga Indonesia?
- Bagaimana hasil data setelah dilakukan optimalisasi sistem pendukung keputusan yang dibuat dengan metode *Analytical Hierarchy Process* dan *Profile Matching*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui bagaimana mengoptimalkan sistem yang dapat menentukan evaluasi *vendor critical* PT Kalbe Morinaga Indonesia.
- b. Mengetahui hasil data setelah dilakukan optimalisasi sistem yang dibuat dengan metode *Analytical Hierarchy Process* dan *Profile Matching*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian tugas akhir, diharapkan mampu untuk memberikan manfaat serta dampak yang positif kepada seluruh pihak yang terlibat, baik bagi mahasiswa, perguruan tinggi, maupun perusahaan tempat studi kasus ini. Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu perusahaan secara optimal dalam melakukan evaluasi *vendor critical* agar terciptanya peningkatan kualitas perusahaan dan dapat memberikan efisiensi bagi perusahaan.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan kepada perusahaan bahwa dengan adanya penelitian ini dapat menghasilkan evaluasi *vendor critical* yang optimal.
- c. Pada penelitian yang dilakukan ini, peneliti mampu menggunakan dan menerapkan metode *Analytical Hierarchy Process* dan *Profile Matching*.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini agar terfokus pada rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dilakukan pada *vendor critical* PT Kalbe Morinaga Indonesia.
- b. Analisis yang dilakukan membahas tentang evaluasi *vendor critical* PT Kalbe Morinaga Indonesia.
- c. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* dan *Profile Matching*.

- d. Penelitian ini dilakukan menggunakan data transaksi pembelian ke *vendor* *crititcal* periode Januari 2021 – Desember 2021.

1.6 Asumsi Penelitian

Adapun untuk asumsi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data dan informasi didapatkan di PT Kalbe Morinaga Indonesia.
- b. Kondisi peneliti dalam keadaan normal, dan peneliti dilakukan secara netral dan objektif dan tidak ada intervensi dari pihak manapun.
- c. Data yang diperoleh oleh peneliti telah dipertimbangkan kelayakannya oleh pihak Perusahaan.

