

ABSTRAK

Pemasok merupakan mitra bisnis yang memiliki peranan sangat penting untuk keseluruhan rantai pasok. PT XYZ pada saat ini sangat bergantung pada pemasok dalam menyediakan pasokan untuk kegiatan produksinya sehingga memperoleh pemasok yang tepat dapat memberi perbedaan yang signifikan pada masa depan perusahaan. Perusahaan mengalami permasalahan pada pemasok seperti keterlambatan dan ketidaktepatan kuantitas dalam pengiriman pasokan bisa mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar perusahaan dapat merencanakan dan melakukan pengembangan pemasok. Namun setiap pasokan dan pemasok memiliki karakteristik tertentu. Dalam mengembangkan pemasok, PT XYZ membutuhkan pengetahuan komprehensif tentang karakter setiap pasokan dan pemasok. Maka dari itu, pada penelitian ini dilakukan segmentasi pasokan dan segmentasi pemasok untuk mengetahui karakteristik masing-masing pasokan dan pemasok. Pasokan disegmentasi berdasarkan dimensi profit impact dan supply risk dengan pendekatan Purchasing Portfolio Matrix. Pemasok disegmentasi berdasarkan dimensi willingness dan capability dengan pendekatan Supplier Potential Matrix. Proses pembobotan kriteria menggunakan Best-Worst Method dan proses penilaian pasokan dan pemasok menggunakan TOPSIS. Rekomendasi aktivitas pengembangan pemasok yang diberikan didasarkan pada pertimbangan karakteristik setiap pasokan dan pemasok. Hasil dari penelitian ini berupa segmentasi 11 pemasok ke dalam 16 kuadran yang berbeda, dan rekomendasi untuk mengelola setiap kelompok pemasok.

Kata kunci: *BWM-TOPSIS, Pengembangan Pemasok, PPM-SPM*