

ABSTRAK

TransPerfect adalah perusahaan asal Amerika yang berjalan dibidang jasa dengan terjemahan sebagai layanan utama mereka. Dengan slogan “*Localization Translation*”, perusahaan ini mewujudkan ekspektasi klien mereka melalui upaya terbaik dalam menyediakan terjemahan yang melokal sebagai *output* dari layananan mereka. Didirikan pada tahun 1992, perusahaan yang dibangun oleh Phil Shawe dan Liz Elting, TransPerfect menerima semakin banyak kepercayaan dari klien dan calon klien mereka untuk memercayakan proses terjemahan kepada perusahaan ini. Tujuan utama dari perusahaan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan klien yang kemudian membawa mereka menjadi perusahaan terjemahan terbaik pada tahun 2021 oleh Slatior. Oleh karena itu, di balik kisah sukses mereka, TransPerfect masih menghadapi *feedback* negative dari klien mereka yang tidak hanya mencakup keluhan subjektif namun juga objektif. *Feedback* disimpan oleh system dan diselidiki oleh TransPerfect. Namun, tidak semua *feedback* diterima oleh vendor. Selanjutnya, manajemen vendor yang dilakukan oleh PM dapat mempengaruhi bagaimana performa vendor dalam proses penerjemahan. Jika performa vendor dapat memenuhi ekspektasi klien, terjemahan TransPerfect kemudian dapat membantu klien untuk lebih dekat dengan target market mereka.

Selanjutnya, dibandingkan dengan dua perusahaan lain yang bekerja di industry ini, ketiganya mempunyai kurang lebih permasalahan pembayaran yang sama. Namun, dibandingkan dengan keduanya, TransPerfect dianggap lebih transparan dalam sistem pembayarannya berdasarkan seberapa mudah vendor dapat mengecek riwayat pembayaran. Sedangkan berdasarkan *review*, perusahaan lain bisa menjadi ancaman di masa depan karena rate yang diberikan kepada vendornya dinilai bagus dan bisa menjadi peluang bagi vendor untuk pindah bekerja dengan perusahaan lain selain TransPerfect.

Terdapat empat strategi yang direkomendasikan untuk TransPerfect dalam menyelesaikan masalah ini. Pertama adalah strategi *Strengths-Opportunities* yang merekomendasikan untuk mempromosikan kemitraan terpercaya kepada vendor dengan memberi dukungan yang mereka butuhkan. Kedua adalah strategi *Strengths-Threats*, yang merekomendasikan TransPerfect untuk memberikan *rate* yang lebih baik dari apa yang sekarang mereka bisa berikan. Ketiga adalah strategi *Weakness-Opportunities* yang merekomendasikan perusahaan ini untuk memberikan *budget* yang cukup untuk setiap project yang akan dijalankan, sehingga PM dapat mendistribusikan *budget* ini secara maksimal kepada vendor dan juga untuk meningkatkan komunikasi antara PM dan vendor dengan menciptakan kesadaran akan pentingnya pekerjaan mereka. Rekomendasi yang terakhir adalah *Weaknesses-Threats* yang merekomendasi perusahaan ini untuk menentukan kembali *rate* minimum untuk vendor dan menerapkannya dalam setiap *project* seperti yang disebutkan dalam strategi sebelumnya. Selanjutnya, setiap department di perusahaan ini perlu menyadari mengenai penerapan tarif ini, sehingga pembayaran vendor dapat dilakukan secara adil.

Kata kunci: *Strategi Manajemen Vendor, Ulasan Negatif, Perusahaan Penerjemahan, Project Managers, Vendor.*