

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan kualitas menjadi senjata utama dalam menghadapi permintaan pasar, akan tetapi di era globalisasi yang mengedepankan kemajuan teknologi seperti saat ini secara tidak langsung mendorong kualitas tidak lagi faktor utama untuk memenangkan pasar. Ketepatan waktu, kualitas pelayanan, dan harga merupakan unsur-unsur yang dituntut konsumen dari sebuah produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Yuliawati dan Sulistiana, 2012). Inti utama persaingan adalah bagaimana menciptakan pasar yang kompetitif, menjual barang atau jasa secara efektif dan efisien. Menurut Indrajit (2006) peningkatan kerja sama antara mitra dan perusahaan merupakan salah satu cara dalam memenangkan pasar. Menjalin kerja sama dengan mitra vendor perusahaan dapat menyediakan segala bentuk layanan yang dibutuhkan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan harus dapat mengambil keputusan dalam melakukan pemilihan terkait mitra bisnis yang berkaitan pada operasional perusahaan.

Proses pengambilan keputusan merupakan proses yang akan selalu dialami oleh para pengambil keputusan di sepanjang proses kehidupannya. Keputusan merupakan pengambilan sebuah ide atau pemikiran, mengambil alternatif dari situasi yang ada, memperhitungkan frekuensi, dan membuat estimasi terhadap apa yang akan terjadi (Suharman, 2005). Kualitas dari hasil keputusan yang diambil sangat berpengaruh dari pemrosesan otak manusia sebagai *decision makers*. Tingkatan *output* dari hasil keputusan yang dibuat manusia tergantung dari seberapa

kompleks atau mudahnya keputusan itu dibuat. Jika keputusan yang hendak dirumuskan bersifat rumit atau kompleks maka diperlukan sebuah modul yang terstruktur, logis, dan ilmiah. Perumusan kebijakan merupakan proses perumusan keputusan yang kompleks. Namun, perumusan kebijakan yang ringan maka akan cepat dan mudah dalam merumuskannya. Menurut G. R. Terry (2006) berpendapat, bahwa pengambilan keputusan didasarkan kepada beberapa alternatif, penilaian, dan pertimbangan yang didasarkan pada suatu kesadaran bahwa, pada setiap keputusan akan selalu ada pilihan yang menjadi final.

Begitu halnya pada saat melakukan pengambilan keputusan dalam penentuan vendor dalam sebuah perusahaan. Menurut Guo, *et al.*, (2017) vendor merupakan pihak yang dipercaya dan diberikan tugas untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai dengan permintaan dan akan menerima imbalan sebagai mitra yang telah melaksanakan pekerjaan yang telah ditentukan. Pengambilan keputusan harus didasarkan pada pertimbangan dalam penentuan alternatif yang ada. Kegiatan penentuan vendor merupakan kegiatan penting dan esensial dalam proses pengelolaan manajemen di sebuah industri atau perusahaan, jika mana perusahaan tidak melakukan pemilihan vendor secara selektif akan berdampak pada pembengkakan biaya yang dikeluarkan. Perusahaan yang tidak melakukan persiapan yang memadai dalam proses hasil dapat mengakibatkan terpilihnya vendor yang mengecewakan atau bahkan vendor yang salah (Yuliawati dan Sulistiana, 2012).

Vendor berperan dalam menyediakan jasa mulai dari proses material *handling* persediaan, bahan baku, komponen, dan layanan jasa yang mana sangat menentukan bagaimana harga akhir barang di pasaran dan bermuara pada

keberhasilan perusahaan. Dengan kata lain mutu produk, harga produk, dan pembiayaan internal perusahaan sangat dipengaruhi dengan vendor yang digunakan perusahaan. Vendor merupakan pihak penyedia layanan baik produk atau jasa yang memiliki peranan vital dalam keberlangsungan perusahaan atau industri baik sebagai faktor penyedia atau pendukung (Yuliawati dan Sulistiana 2012). Peranan vendor sangat penting untuk memenangkan pasar dengan harga yang kompetitif dan bersaing untuk produk di pasarannya karena positifnya kinerja perusahaan dipengaruhi oleh vendor yang berkualitas juga. Dalam kegiatan pemilihan vendor inilah dibutuhkan sebuah proses perumusan keputusan, termasuk bagaimana menemukan alat yang tepat untuk menganalisis pemecahan masalah pemilihan vendor yang kompleks, sehingga akan dihasilkan rumusan pengambilan keputusan yang berkualitas. Proses pemilihan vendor juga harus dilakukan secara menyeluruh dan penuh dengan pertimbangan karena menyangkut dengan operasional perusahaan.

Pemilihan vendor yang kompleks berhubungan dengan berbagai masalah dan faktor yang mengikuti, mulai dari multikriteria, kualitatif, atau kuantitatif. Adanya penggunaan beberapa kriteria sekaligus baik dari kualitatif maupun kuantitatif, menginisiasikan diperlukannya sebuah metode yang mana metode tersebut dapat menggabungkan keduanya baik dari pengukuran kualitatifnya maupun kuantitatifnya. Metode AHP dapat digunakan untuk menghasilkan pemilihan vendor dengan metode yang akurat berdasarkan keputusan yang multikriteria. Metode AHP juga metode yang tepat untuk menentukan vendor paling potensial dengan berbagai kriteria yang digunakan (multikriteria). AHP (*Analytical Hierarchy Process*) adalah salah satu metode yang digunakan nantinya

dalam pemilihan vendor karena metode ini dapat memberikan pengukuran secara kualitatif ataupun kuantitatif. AHP sebagai alat dalam menentukan kriteria yang ditetapkan berdasarkan pemilihan vendor.

AHP menggunakan perbandingan berpasangan untuk menemukan bobot relatif sesuai dengan tujuan utama. Pertimbangan kriteria yang diinginkan oleh perusahaan terhadap calon vendor merupakan permasalahan utama ketika menemukan vendor potensial dari beberapa daftar vendor yang ada (Rouydel dan Shahroudi, 2012). Untuk mengklasifikasikan sesuai atau layaknya sebuah vendor, maka diperlukan sebuah sistem pendukung keputusan yang membantu dalam proses penyelesaian masalah (Anna, 2016). AHP memberikan opsi pertimbangan alternatif dalam metode pengambilan keputusan, sehingga didapatkan sebuah rangkaian level hierarki yang terintegrasi dari perumusan masalah yang kompleks dan rumit.

Dalam pertimbangan penentuan urutan prioritas ada beberapa kriteria yang memiliki pengaruh besar ketika pemilihan vendor. Kriteria yang dipilih dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang didapat dari hasil kajian pustaka melalui jurnal, skripsi, dan karya ilmiah, serta hasil *brainstorming* dengan pihak perusahaan, mulai dari kriteria kualitas, kriteria harga, kriteria ketepatan pengiriman, kriteria ketepatan jumlah, dan terakhir kriteria layanan. Penentuan kriteria ini juga merupakan hasil pertimbangan dan kesepakatan dengan pemangku kepentingan melalui diskusi dan usulan dengan pertimbangan kriteria yang digunakan di penelitian terdahulu. Secara umum permasalahan utama dalam pemilihan vendor pada sebuah industri atau perusahaan datang dari adanya pertentangan antar adanya kriteria yang satu dengan kriteria yang lainnya kadang

kala menjadi masalah, misalnya ada vendor yang menawarkan pengiriman barang yang baik dengan jadwal pengiriman yang tidak konsisten, sementara vendor yang lain menawarkan kualitas pengiriman di bawah rata-rata, akan tetapi dengan harga yang bersaing. Berangkat dari permasalahan tersebut akan sulit ketika menemukan vendor yang dapat memenuhi semua kriteria dengan nilai positif. Namun, dengan menggunakan metode AHP paling tidak dapat menemukan vendor yang paling optimal untuk perusahaan (Haryotojo, 2015). Metode AHP dapat memberikan pertimbangan alternatif menjadi urutan kriteria dan subkriteria di dalam sebuah keputusan. Selain itu, metode AHP mudah digunakan dan mudah dimengerti dalam pengaplikasiannya.

Dalam melakukan pemilihan vendor tergolong dalam permasalahan yang dikategorikan sebagai *Multi Criteria Decision Making* (MCDM). Sebenarnya terdapat banyak penelitian terdahulu yang menggunakan metode MCDM dalam penyelesaian masalah pemilihan vendor maupun *supplier*, seperti ANP (*Analytical Network Process*), TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*), dan AHP sendiri (Boran *et al.*, 2009 ; Dargi *et al.*, 2014 ; Guo *et al.*, 2017). Penggunaan metode seperti ANP dan TOPSIS memiliki kekurangan dalam pemberian bobot nilai dalam penentuan prioritas di bagian kriteria yang tersedia (Anggraeni, 2019). Oleh karenanya, pada penelitian ini peneliti menggunakan adaptasi model sistem pendukung keputusan (SPK) dengan metode AHP untuk pemilihan vendor. AHP menjadi salah satu metode yang dapat digunakan dalam pemilihan vendor atau *supplier* paling potensial. Penggunaan metode AHP dalam pengambilan keputusan dapat menutupi kekurangan dari model pengambilan keputusan lainnya, terutama dalam jenis *input* atau masukannya (Brojonegoro,

2018). Pada model pengambilan keputusan yang lain, menggunakan *input* kuantitatif yang mana *input* tersebut berasal dari data sekunder, sehingga hanya akan mengolah data yang bersifat kuantitatif. Namun, di model AHP menggunakan data primer dari persepsi manusia sebagai bahan masukan utama, dimana persepsi manusia yang digunakan adalah dari narasumber yang mengerti benar tentang permasalahan yang ada, kemudian dituangkan dalam pengukuran kuantitatif (Ninik Wulandari, 2014).

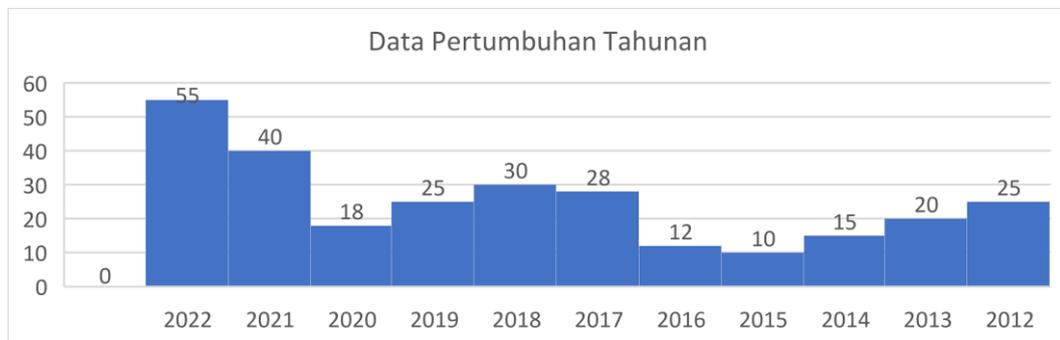
Metode AHP memiliki kelebihan dalam penentuan bobot dan adanya jaminan saat proses penentuan konsistensi saat menentukan nilai bobot kriteria. Menurut Hafsah, *dkk* (2011) metode AHP lebih baik digunakan sebagai salah satu dalam pengambilan keputusan karena (1) Dapat menampilkan struktur yang lebih lengkap dalam bentuk hierarki, mulai dari kriteria hingga subkriteria yang digunakan, (2) Memiliki daya *output* analisis sensitivitas dalam pengambilan keputusan, dan (3) Memperhitungkan validasi sampai batas toleransi inkonsistensi di berbagai kriteria dan alternatif yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Kelebihan ini juga ditambah dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Shinta dan Nelmi (2017) yang menyatakan dari hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa 84,62% penggunaan metode AHP dalam pengambil keputusan sesuai dengan hasil yang diharapkan oleh pengguna atau si pengambil keputusan.

Pesatnya perkembangan industri alat berat dalam negeri ditandai dengan meningkatnya permintaan terhadap alat berat di beberapa sektor. Banyaknya permintaan sejalan dengan tingginya volume operasional dari berbagai sektor, mulai dari kelapa sawit, batu bara, pertambangan, hingga bidang konstruksi. Tingginya permintaan akan alat berat, secara tidak langsung menuntut setiap

perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya. Peningkatan permintaan terhadap alat berat sangat dipengaruhi oleh situasi ekonomi secara global, termasuk krisis global. Pada tahun 2012–2016 penjualan alat berat cenderung mengalami penurunan yang disebabkan melemahnya pertumbuhan ekonomi terutama pada sektor pertambangan dalam negeri. Pada tahun 2016 jumlah penjualan alat berat di Indonesia mencapai 6.844 unit. Namun, disepanjang tahun 2022 penjualan alat berat di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 30% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ditahun 2021 penjualan alat berat di Indonesia juga menunjukkan pengaruh yang positif, ditandai dengan peningkatan pertumbuhan sebesar 150%. Pertumbuhan terhadap permintaan alat berat di Indonesia ditunjukkan dengan diagram di bawah:

Gambar 1. 1

Grafik Pertumbuhan Permintaan Alat Berat Nasional



Sumber: Data industri research

Perkembangan sektor industri alat berat di Indonesia mendukung dalam tercapainya tingkat pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan tersebut dipengaruhi juga dengan stabilnya harga batu bara dunia dari sektor pertambangan. Peningkatan penjualan alat berat di Indonesia adalah imbas dari pergerakan bisnis di sektor pertambangan batu bara yang menunjukkan tren positif. Harga batu bara memiliki nilai yang cukup positif terhadap peningkatan

pendapatan perusahaan pertambangan, sehingga mendorong laju permintaan terhadap alat berat juga. Penjualan dari batu bara berdampak juga pada penjualan alat berat. Pertumbuhan ekonomi Indonesia akan berkolerasi positif terhadap penjualan alat berat di Indonesia. Jika harga batu bara mengalami penurunan, maka akan berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan yang menyebabkan makin menurunnya kegiatan operasional perusahaan. Hal yang serupa juga berlaku pada perusahaan yang menggunakan alat berat sebagai objek utama dalam kegiatan operasionalnya seperti pembangunan infrastruktur dan juga penambangan. Dari beberapa perusahaan industri alat berat di Indonesia PT United Tractors (PT UNTR) memiliki *market share* terbesar di Indonesia, yaitu mencapai 62% dan sisanya dimiliki oleh perusahaan lain seperti, Hitachi, Kobe, Caterpillar, dan lainnya (Asosiasi Industri Alat Berat Indonesia / Hinabi, 2022).

Adanya tren positif terhadap permintaan di pasar alat berat berpengaruh juga di PT United Tractors, Jakarta. Perkembangan perusahaan alat berat di Indonesia memang tidak sebanyak dari perusahaan manufaktur, akan tetapi memiliki potensi yang besar dalam perkembangannya. Penjualan dikuartal III tahun 2022 saja melebihi total penjualan di sepanjang tahun 2021 yang berjumlah 5.467 unit. Permintaan terhadap alat berat di perusahaan ini mengalami peningkatan sebesar 34% dengan jumlah unit per kuartal III sejumlah 6.452 (Asosiasi Industri Alat Berat Indonesia / Hinabi 2022). Hal ini berdampak pada peningkatan dari pendapatan bersih perusahaan. Berikut tabel kinerja keuangan perusahaan:

Tabel 1. 1 Pendapatan Tahunan Perusahaan

	UNTUK PERIODE - PERIODE YANG BERAKHIR 30 JUNI		
	2022	2021	Perubahan
	Rp jutaan	Rp jutaan	%
Pendapatan bersih	60.446.886	37.310.594	62%
Laba Bruto	16.511.298	8.024.463	106%
Laba Bersih*	10.356.603	4.515.706	129%
Laba per Saham**	2.776	1.211	131%

*Laba setelah pajak yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk

**Dalam Rupiah penuh

Sumber: (United Tractors, 2023)

Perkembangan dari operasional perusahaan secara tidak langsung menuntut dalam penggunaan vendor yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan perusahaan. Nantinya vendor yang digunakan diharapkan mampu memenuhi permintaan terhadap operasional perusahaan yang tinggi. PT United Tractors (PT UNTR) merupakan perusahaan pendistribusi alat berat ternama di Indonesia. PT UNTR menyediakan produk-produk dengan kenamaan dunia, seperti, UD Trucks dari Jepang, Komatsu dari Jepang, Bomag dari Jerman, Scania dari Swedia, dan Tadano dari Jerman. PT UNTR berdiri tahun 1972 dan telah memiliki 22 kantor pendukung, 19 kantor cabang, dan 11 kantor perwakilan yang terdapat di seluruh Indonesia. Pada tahun 1972, PT UNTR mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Di PT UNTR kegiatan *purchasing* dilakukan oleh Departemen *Marketing*, kemudian ketika proses pengiriman barang atau unit dari negara asal ke negara tujuan sepenuhnya ditangani oleh Divisi *Logistics and Administration* (LOGAM). Pada proses pengiriman inilah peranan vendor sangat dibutuhkan selama proses bongkar muat, transportasi pengiriman, hingga penumpukan peti kemas. Kegiatan yang dilakukan vendor meliputi bongkar muat barang, unit, dan komponen, aktivitas transportasi pengiriman barang, penumpukan peti kemas, hingga pendistribusian komponen unit barang.

Dalam proses peningkatan dan mempertahankan posisi pangsa pasar, PT UNTR memiliki beberapa vendor dalam proses bisnisnya. Vendor tersebut bergerak pada tiga layanan utama, mulai dari layanan bongkar muat (*Stevedoring*), transportasi pengiriman barang (*Freight Forwarding*), dan penumpukan peti kemas (*Container Yard*). Sama halnya dengan perusahaan lain pemilihan vendor merupakan salah satu faktor kesuksesan perusahaan (Heizer dkk, 2006).

Menurut Indrajit (2016) di tengah persaingan lingkungan perusahaan penerapan *supply chain* dapat membantu daya saing dan kompetitif perusahaan. Pentingnya pemilihan vendor yang potensial berhubungan dengan kualitas mutu dan efisiensi di sepanjang *supply chain* mulai ketika barang berangkat dari *desteny of origin* hingga ke *warehouse* perusahaan karena sangat berpengaruh terhadap produk yang disalurkan ke konsumen akhir (Pujawan dan Mahendrawati, 2017). *Supply chain* merupakan sebuah jaringan yang mengubah bahan baku menjadi bahan yang lebih memiliki keunggulan nilai dari segi harga, mulai dari pengiriman bahan baku berupa unit atau komponen, proses pasokan, produksi penjualan, ke *warehouse*, hingga proses pendistribusian ke konsumen akhir (Heizer dan Barry, 2006). Menentukan kriteria *vendor selection* adalah cara perusahaan dalam optimalisasi dan efektivitas konsep *supply chain*. *Supply chain* memegang peranan penting dalam fungsinya dalam sebuah perusahaan (Shahroodi dan Rouydel, 2012). *Supply chain* berperan dalam pengendalian semua yang menyangkut proses hingga konsumen akhir, termasuk didalamnya keterlibatan vendor sebagai mitra perusahaan. *Vendor selection* menjadi salah satu siasat yang dilakukan perusahaan dalam memilih vendor di sepanjang rantai pasok, meliputi biaya produksi, kualitas

layanan yang sempurna, konsistensi dalam waktu, hingga terjaminnya ketersediaan layanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti PT United Tractors memiliki permasalahan terkait dengan vendor yang ada di PT UNTR adalah seringnya keterlambatan, adanya kerusakan atau kecacatan yang menyebabkan berkurangnya kualitas unit/komponen, tidak mempunya vendor mengantisipasi pesanan besar, dan sulitnya mendapatkan vendor yang fleksibel dalam kegiatan bisnisnya. Hal ini penting untuk mengantisipasi jumlah pesanan jasa atau produk yang tidak bisa dipenuhi oleh vendor dalam satu kali layanan atau dalam melakukan sekali operasional dalam volume yang besar (Yuliawati dan Sulistiana, 2012). Hal ini menyebabkan PT UNTR terhambat dalam operasional bisnisnya. Selama ini tidak ada aturan baku dalam mekanisme pemilihan vendor berdasarkan perhitungan ataupun pembobotan dari setiap kriteria yang dilakukan, sehingga kadang vendor masih dipertahankan. Menurut Chopra dan Meindl (2016) perusahaan sering kali tidak memperhatikan kualitas, ketepatan pengiriman, harga atau biaya, tanggung jawab, layanan, serta catatan tanggung jawab perusahaan vendor tersebut. Penunjukan vendor kadang didasarkan dari keputusan Dewan Direksi atau penunjukan terhadap vendor yang sudah lama bekerja sama, tanpa adanya perhitungan dan pertimbangan dari kriteria yang ditetapkan. Sehingga berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa PT UNTR saat ini, tidak memiliki metode yang pasti dalam mengukur dan mendapatkan vendor dengan kinerja terbaik sehingga dalam pemilihan vendor tergolong sangat subyektif. Menurut Lambert dan Stock, 2001, alasan perusahaan sering kali tidak mendapatkan vendor terbaik adalah karena perusahaan manufaktur atau perusahaan

jasa sering kali menentukan vendor berdasarkan hubungan relasi dan intuisi, akan tetapi tidak disertai dengan penetapan metode evaluasi dan penentuan kriteria yang terukur dan rasional. Oleh karenanya, diperlukan sistem pendukung dalam pemilihan vendor yang dapat berlangsung secara terus-menerus, sehingga ditemukannya vendor yang tepat dan membina kerja sama dengan mitra bisnis secara berkesinambungan. Hal ini mendapatkan keunggulan kompetitif perusahaan, tanpa adanya pengurangan terhadap kepuasan konsumen (Mulyono, 2007).

Oleh karenanya diperlukan mekanisme perbaikan dalam pemilihan vendor di PT UNTR. Proses pendistribusian dari produk atau unit juga dipengaruhi dari kondisi non-fisik dan fisik yang berhubungan dengan percepatan dari fluktuasi kinerja perusahaan. Kondisi inilah yang akhirnya akan mempengaruhi terkait volume dari pengerjaan dari waktu dari aktivitas pekerjaan. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan vendor secara tidak langsung akan meningkatkan unit produktivitas perusahaan. Peningkatan unit produktivitas antara perusahaan dan vendor dapat melalui hubungan kemitraan.

Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor alat berat menjalin hubungan kemitraan antara perusahaan dan vendor adalah hal yang penting dalam peningkatan kualitas layanan produk maupun jasa. Hubungan kemitraan akan mengedepankan terhadap jumlah unit dan waktu layanan, sehingga tidak akan menyebabkan terganggunya target dari perusahaan dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dari perusahaan. Pada saat ini ada sepuluh perusahaan yang teridentifikasi sebagai vendor potensial yang akan dipilih perusahaan nantinya, empat dari vendor bongkar muat (*stevedoring*), tiga dari vendor transportasi pengiriman (*freight forwarding*), dan tiga dari vendor yang

bergerak dalam jasa penumpukan peti kemas (*container yard*). Kesepuluh vendor tersebut dibutuhkan perusahaan dalam alur rantai pasok operasional perusahaan yang dimana utamanya bergerak dalam pendistribusian alat berat dari negara asal ke negara tujuan. Pemilihan vendor bertujuan untuk mengukur *performance* terkait vendor yang akan diganti baru atau yang masih tetap dapat dipertahankan. Mahendrawanthi dan Pujawan (2010) menjelaskan bahwa, peranan pengadaan vendor dalam sebuah industri sangat penting di mana tingkat presentasi penanganan biaya-biaya terkait ongkos bisa mencapai 40% - 70% dari total harga akhir sebuah produk. Hal ini juga didukung dalam Brojonegoro (1992) menjelaskan bahwa total biaya yang dikeluarkan untuk vendor mencapai lebih dari setengah dari total biaya di beberapa industri atau perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa di bagian pengadaan vendor dapat memberikan tingkatan kontribusi yang tinggi bagi laba atau pendapatan perusahaan dengan efisiensi ongkos-ongkos selama proses di bagian vendor.

Berdasarkan uraian dan penjabaran masalah latar belakang di atas, peneliti tertarik dan bermaksud untuk mengadakan penelitian guna pendalaman vendor yang didasarkan pada prioritas faktor dan menemukan vendor potensial terbaik untuk perusahaan melalui tugas akhir yang berjudul “Analisis Pemilihan Vendor Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Study Kasus pada PT United Tractors)”.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan dari permintaan alat berat dalam negeri berpengaruh pada peningkatan operasional perusahaan yang secara tidak langsung menuntut dalam

penggunaan vendor yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan perusahaan. Selain adanya peluang potensi dari peningkatan operasional perusahaan, disisi lain ditemukan juga hambatan berupa adanya permasalahan terkait dengan vendor yang ada di PT United Tractors berupa seringnya keterlambatan, adanya kerusakan atau kecacatan yang menyebabkan berkurangnya kualitas unit/komponen, tidak mampunya vendor mengantisipasi pesanan besar, dan sulitnya mendapatkan vendor yang fleksibel dalam kegiatan bisnisnya. Oleh karenanya, dalam penentuan vendor merupakan kegiatan penting dan esensial dalam proses pengelolaan manajemen di sebuah industri atau perusahaan, jika mana perusahaan tidak melakukan pemilihan vendor secara selektif akan berdampak pada pembengkakan biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan pada latar belakang yang ada di atas, maka peneliti merumuskan masalah di antaranya:

1. Bagaimana penggunaan kriteria dan subkriteria dalam pemilihan vendor di PT United Tractors?
2. Berapa total nilai bobot setiap vendor yang didasarkan pada perhitungan nilai tiap-tiap kriteria dan subkriteria dari metode AHP?
3. Vendor manakah yang paling potensial untuk diusulkan dipilih dan digunakan oleh PT United Tractors berdasarkan metode AHP?
4. Bagaimanakah sistem untuk pemilihan vendor, sehingga dapat dilakukannya penilaian secara sistematis?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini, memiliki beberapa tujuan, di antaranya :

1. Mengetahui penggunaan kriteria dan subkriteria yang menjadi dasar dalam pemilihan alternatif vendor di PT United Tractors melalui pengujian dan penganalisisan.
2. Melakukan pengujian dan analisis dalam pemilihan vendor paling potensial menggunakan metode *Analytical Hierarkhy Process* (AHP) untuk menetapkan total nilai bobot setiap vendor pada PT United Tractors berdasarkan kriteria dan subkriteria yang berpengaruh.
3. Memberikan pertimbangan vendor yang sebaiknya digunakan sebagai mitra bisnis oleh PT United Tractors.
4. Mendapatkan sebuah sistem atau tata kelola berupa rekomendasi dalam proses pemilihan vendor yang dapat diterapkan oleh PT United Tractors.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah didasarkan pada perumusan latar belakang. Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini, di antaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PT United Tractors Cakung, Jakarta.
2. Pengambilan data dilaksanakan di tahun 2023.
3. Analisis data dilakukan pada sepuluh perusahaan yang paling potensial sebagai vendor yang memberikan pelayanan dibidang bongkar muat (*stevedoring*), transportasi pengiriman barang (*freight forwaring*) dan penumpukan peti kemas (*container yard*).
4. Pengambilan data didasarkan pada internal perusahaan PT United Tractors dan data yang digunakan berdasarkan informasi dari narasumber yang *expert* dibidang terkait.

5. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *analytical hierarchy process* (AHP) dengan menggunakan model kriteria QCDFR yaitu kualitas (*Quality*), harga (*Cost*), ketepatan pengiriman (*Delivery*), ketepatan jumlah (*Flexibility*), dan layanan (*Responsiveness*) yang diperoleh dari narasumber dan mengacu pada literatur.
6. Objek dari penelitian ini dilakukan pada industri distributor logistik alat berat yang berfokus dalam pemilihan vendor dilingkup rantai pasok (*supply chain*) khusus pada vendor di pada alat berat Merek Komatsu.
7. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada kinerja vendor yang datanya didapatkan dari internal perusahaan.
8. Hasil dari pemilihan vendor didasarkan pada analisis menggunakan metode AHP.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, diharapkan melalui dilakukan penelitian ini diharapkan akan menambah pengalaman dan mengasah pengetahuan penulis dalam suatu masalah ketika melakukan sebuah penelitian. Melalui dilakukannya penelitian ini, maka akan menambah dan mengasah pemahaman peneliti terkait proses rantai pasokan dalam produksi perusahaan melalui proses penilaian dan pemilihan vendor terkait.

Bagi Jurusan Manajemen dan Administrasi Logistik Universitas Diponegoro, penelitian ini dapat bermanfaat referensi akademik dan dapat dijadikan bahan pengembangan dan tolak ukur dalam pengujian teori dalam pemilihan vendor.

2. Manfaat Praktis

Bagi PT United Tractors Jakarta, data dari hasil penelitian dapat digunakan perusahaan sebagai bahan dalam pengkajian ulang dan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan pemilihan vendor paling potensial. Dengan begitu perusahaan akan memiliki sejumlah alternatif dalam melakukan pemilihan terhadap vendor yang hendak mereka gunakan karena sudah mendapatkan urutan pasti dalam pemilihan vendor untuk menjalin mitra bisnis. Dengan ditemukannya vendor terbaik sebagai mitra bisnis, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efektivitas dalam pembiayaan dan efisiensi yang berpengaruh pada peningkatan daya saing perusahaan.

Bagi masyarakat dan umum, penelitian ini bermanfaat sebagai pedoman dan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui penerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam melakukan metode evaluasi vendor di setiap operasional perusahaan maupun industri menengah ke bawah. Penelitian ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi jika dilakukan penelitian kedepannya yang berhubungan dengan penerapan metode AHP.