

ABSTRAK

AMDK Tirta Moedal Kota Semarang menghadapi tantangan dalam proses pengadaan bahan baku, termasuk penerimaan bahan baku yang cacat atau tidak sesuai spesifikasi, serta keterlambatan pengiriman dari pemasok. Permasalahan ini timbul karena perusahaan belum memiliki strategi pengadaan yang terstruktur untuk mengelola pemasok dan mengevaluasi bahan baku secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pengadaan yang sistematis dengan kerangka SRM (*Supplier Relationship Managemenet*) dengan evaluasi bahan baku dan pemasok. Evaluasi bahan baku ini akan mengklasifikasi kepentingan bahan baku dengan kraljic portofolio matrix dimensi profit impact dan supply risk sehingga dapat menganalisis daya tarik hubungan transaksional, kolaboratif, dan strategis. Evaluasi pemasok dicari dengan metode AHP untuk menilai kinerja tiga pemasok utama berdasarkan kriteria seperti *performance*, *capability*, dan *relationship*, yang kemudian dikelompokkan ke dalam kategori *Bad*, *Good*, atau *Excellent*. Hasil dari kedua evaluasi tersebut diintegrasikan dalam matriks pada *pplier Relationship Assessment* untuk memetakan setiap bahan baku ke dalam empat kelompok strategis: *Prime*, *Collaboration*, *Maintenance*, dan *Improvement*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan baku Galon 19 L diklasifikasikan sebagai *strategic Item*, sementara botol dan karton botol sebagai *leverage Item*. Evaluasi pemasok mengidentifikasi PT Namasindo Plas Abadi sebagai *Excellent Supplier*, PT Bumi Pandanaran Sejahtera sebagai *Good Supplier*, dan PT Mitra Plastik sebagai *Bad Supplier*. Berdasarkan pemetaan *Supplier Relationship Assessment*, strategi untuk Galon 19 L masuk dalam *Prime Group*; Botol dan Karton Botol masuk dalam *Collaboration Group*; Tutup Botol, Tutup Galon, dan Shrink Label masuk dalam *Maintenance Group*; sedangkan Seal Galon dan Stiker Galon masuk dalam *Improvement Group*. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi strategi pengadaan yang terdiferensiasi untuk setiap kelompok, memungkinkan perusahaan meningkatkan kinerja pemasok, mengelola risiko pasokan, dan membangun hubungan yang lebih efektif dan berkelanjutan.