

## PENERAPAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA PROSES PEMILIHAN SUPPLIER DI PERUSAHAAN GARMENT

<sup>1</sup>Reni Amaranti, <sup>2</sup>Agus Nana Supena, dan <sup>3</sup>Otong Rukmana

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: <sup>1</sup>reniamaranti2709@yahoo.com, <sup>2</sup>agusns1967@yahoo.co.id, <sup>3</sup>otongrukmana@yahoo.com,

**Abstrak** Pembelian bahan baku sangat berpengaruh untuk kualitas produk yang dihasilkan sehingga bagaimana memilih supplier dari alternatif yang tersedia merupakan tahapan penting dalam proses pengadaan bahan baku terutama untuk perusahaan dengan banyak variasi produk dan berhubungan dengan banyak supplier seperti yang dihadapi oleh perusahaan garment.

Pendekatan Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan pendekatan yang biasa digunakan sebagai alat untuk pengambilan keputusan dengan banyak alternatif pilihan. Tulisan ini membahas mengenai bagaimana membuat prosedur pemilihan supplier menggunakan pendekatan AH) untuk perusahaan garment dengan mengambil studi kasus pada perusahaan garmen skala menengah di Bandung. Pemetaan proses bisnis dengan IDEF0 merupakan langkah pertama yang dilakukan yang dilanjutkan dengan analisis terhadap proses yang berjalan di perusahaan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dari proses. Kemudian dibuat desain prosedur pemilihan supplier yang lebih terstruktur dan terukur dan dibuat rancangan alat yang dapat digunakan dalam proses pemilihan supplier. Alat tersebut merupakan aplikasi sederhana untuk menentukan peringkat supplier berdasarkan kriteria yang ditentukan dengan proses pengambilan keputusan dengan pendekatan AHP. Secara umum, prosedur yang dihasilkan akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai panduan bagi orang-orang atau bagian yang terlibat dalam proses pengadaan barang atau pembelian bahan baku di departemen pembelian, terutama untuk pengambilan keputusan dalam pemilihan supplier.

**Kata kunci:** Analytical Hierarchy Process (AHP), Pemilihan supplier

### 1. Pendahuluan

Ada banyak cara bagi perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif dan bersaing dalam dunia bisnis. Proses penentuan supplier yang tepat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan karena dapat mengakibatkan pengurangan biaya untuk komponen dan bahan, meningkatkan fleksibilitas untuk merespon perubahan tuntutan pelanggan, dan mengurangi waktu siklus yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, kegiatan pemilihan supplier dan memelihara hubungan dengan supplier menjadi sangat penting bagi perusahaan, terutama yang memiliki banyak alternatif supplier. Hal-hal umum yang biasanya dilakukan dalam pemilihan supplier adalah memilih supplier yang menyediakan harga termurah dengan kualitas terbaik dan lead time terkecil. Namun, perusahaan sering mengalami kesulitan dalam menentukan pilihan karena tidak ada supplier yang dapat memenuhi semua kriteria seleksi yang ditentukan. Pada akhirnya, pemilihan supplier dilakukan secara subyektif berdasarkan intuisi dari orang yang memiliki kewenangan untuk memilih supplier (biasanya ditangani oleh bagian pembelian). Hal tersebut sering terjadi dalam proses pemilihan supplier pada perusahaan garmen kecil dan menengah.