

# STRATEGI OPTIMALISASI PEMILIHAN *SUPPLIER* MELALUI PENERAPAN *SUPPLIER SELECTION MODEL* DALAM INDUSTRI MANUFAKTUR

NUR ALIFIA GARDIANTINI PUTRI



PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026



*@Hak cipta milik IPB University*

IPB University



IPB University  
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Strategi Optimalisasi Pemilihan *Supplier* Melalui Penerapan *Supplier Selection Model* dalam Industri Manufaktur” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

*Nur Alifia Gardiantini Putri*  
K1501241067



## RINGKASAN

NUR ALIFIA GARDIANTINI PUTRI. Strategi Optimalisasi Pemilihan *Supplier* Melalui *Supplier Selection Model* dalam Industri Manufaktur. Dibimbing oleh RADEN DIKKY INDRAWAN dan ASEP TARYANA.

@Hak cipta milik IPB University

Industri *fast moving consumer goods* (FMCG) merupakan industri yang memiliki karakteristik permintaan tinggi, perputaran produk cepat, serta persaingan pasar yang sangat dinamis. Dalam industri ini, keberlanjutan pasokan bahan baku menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kelancaran proses produksi, konsistensi kualitas produk, efisiensi biaya, dan daya saing perusahaan. PT XYZ sebagai perusahaan manufaktur makanan dan minuman membutuhkan bahan baku yang tersedia secara tepat waktu, berkualitas, dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Oleh karena itu, pemilihan *supplier* menjadi keputusan strategis dalam manajemen rantai pasok karena kesalahan dalam memilih *supplier* dapat menyebabkan keterlambatan produksi, peningkatan biaya operasional, tingginya rejection rate, serta menurunnya kualitas produk akhir.

Permasalahan yang dihadapi PT XYZ menunjukkan bahwa pemilihan *supplier* tidak dapat hanya didasarkan pada harga terendah. Data internal perusahaan menunjukkan adanya *supplier* dengan harga rendah, tetapi tetap memiliki tingkat penolakan bahan baku yang cukup tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga yang kompetitif belum tentu mencerminkan kinerja *supplier* yang optimal secara keseluruhan. Dalam konteks industri FMCG, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor secara bersamaan, seperti kualitas, ketepatan waktu, harga, kapasitas produksi, fleksibilitas, dan kapasitas gudang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor utama dalam pemilihan *supplier*, menentukan prioritas kriteria, menerapkan metode pengambilan keputusan multikriteria, serta merumuskan strategi pengelolaan *supplier* yang dapat meningkatkan kinerja, efisiensi, dan daya saing perusahaan secara berkelanjutan.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT XYZ dengan fokus pada pemilihan *supplier* untuk beberapa kategori produk, yaitu kecap, sirup, dan saus. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner kepada pihak internal perusahaan yang memahami proses *procurement* dan *supply chain*. Data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, laporan performa *supplier*, serta literatur yang relevan dengan manajemen rantai pasok dan metode pengambilan keputusan multikriteria. Teknik pengambilan data dilakukan secara purposive sampling dengan memilih responden yang memiliki pengetahuan dan kewenangan dalam proses pemilihan *supplier*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Complex Proportional Assessment* (COPRAS), dan *supplier Performance Model* (SPM).

Metode AHP digunakan untuk menentukan bobot prioritas kriteria dan subkriteria dalam pemilihan *supplier*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat enam kriteria utama yang relevan dalam pemilihan *supplier* di PT XYZ, yaitu kualitas, ketepatan waktu, harga, kapasitas produksi, fleksibilitas, dan kapasitas gudang. Berdasarkan hasil pembobotan AHP, kualitas menjadi kriteria dengan

prioritas tertinggi dengan bobot sebesar 0,446. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas bahan baku merupakan faktor paling penting dalam pemilihan *supplier* karena berkaitan langsung dengan kesesuaian spesifikasi, tingkat reject, keamanan pangan, dan konsistensi produk akhir. Prioritas kedua adalah ketepatan waktu dengan bobot sebesar 0,174, diikuti oleh harga sebesar 0,154, kapasitas produksi sebesar 0,118, fleksibilitas sebesar 0,064, dan kapasitas gudang sebesar 0,043. Hasil ini menunjukkan bahwa PT XYZ lebih mengutamakan *supplier* yang mampu menjaga kualitas dan keandalan pasokan dibandingkan *supplier* yang hanya menawarkan harga rendah.

Hasil analisis subkriteria menunjukkan bahwa setiap kriteria memiliki aspek prioritas yang berbeda. Pada kriteria kualitas, subkriteria utama adalah kesesuaian spesifikasi bahan baku dengan bobot 0,461. Pada kriteria ketepatan waktu, subkriteria terpenting adalah *on time delivery* dengan bobot 0,491. Pada kriteria harga, kestabilan harga menjadi prioritas utama dengan bobot 0,506. Selanjutnya, pada kriteria kapasitas produksi, kemampuan memenuhi volume harian menjadi subkriteria utama dengan bobot 0,457. Pada kriteria fleksibilitas, kemampuan mengakomodasi perubahan volume menjadi prioritas utama dengan bobot 0,463. Sementara itu, pada kriteria kapasitas gudang, ketersediaan stok pengamanan menjadi aspek paling penting dengan bobot 0,493. Hasil ini menunjukkan bahwa *supplier* yang optimal tidak hanya dinilai dari satu aspek, tetapi harus memiliki kemampuan yang seimbang dalam memenuhi kebutuhan operasional perusahaan.

Setelah bobot kriteria diperoleh melalui AHP, penelitian ini menggunakan metode COPRAS untuk melakukan pemeringkatan *supplier* berdasarkan kriteria benefit dan *cost*. Pada kategori kecap, hasil AHP menunjukkan bahwa *supplier* ISBM menjadi *supplier* terbaik dengan nilai 0,311, diikuti oleh LIM, MGA, dan NP. Hasil COPRAS juga menunjukkan bahwa ISBM memperoleh nilai  $Q_i$  tertinggi sebesar 0,300, sehingga menjadi *supplier* paling optimal untuk kategori kecap. Pada kategori sirup, *supplier* SL menjadi *supplier* terbaik berdasarkan hasil AHP dengan nilai 0,518 dan hasil COPRAS dengan nilai  $Q_i$  sebesar 0,465. Pada kategori saus, *supplier* MUH menjadi *supplier* terbaik berdasarkan hasil AHP dengan nilai 0,329 dan hasil COPRAS dengan nilai  $Q_i$  sebesar 0,320. Konsistensi hasil AHP dan COPRAS menunjukkan bahwa *supplier* terbaik pada setiap kategori tidak hanya unggul berdasarkan persepsi prioritas kriteria, tetapi juga memiliki performa aktual yang lebih baik ketika seluruh aspek benefit dan *cost* diperhitungkan secara menyeluruh.

Tahap selanjutnya adalah pemetaan *supplier* menggunakan *supplier Performance Model*. SPM digunakan untuk mengklasifikasikan *supplier* berdasarkan dua dimensi, yaitu *performance score* dan *attractiveness score*. *Performance score* diperoleh dari hasil COPRAS, sedangkan *attractiveness score* diperoleh dari kuesioner penilaian daya tarik *supplier* sebagai mitra kerja perusahaan. Hasil SPM pada kategori kecap menunjukkan bahwa ISBM dan LIM berada pada kategori *strategic partner*, sedangkan MGA dan NP berada pada kategori *non-preferred supplier*. Pada kategori sirup, SL berada pada kategori *strategic partner*, BMM sebagai *development supplier*, dan DUS sebagai *non-preferred supplier*. Pada kategori saus, MUH dan FG berada pada kategori *strategic partner*, sedangkan BBAP dan PAB berada pada kategori *non-preferred supplier*. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap kategori produk memiliki pola pengelolaan *supplier* yang berbeda dan membutuhkan strategi yang tidak dapat disamaratakan.



@Hak cipta milik IPB University

Berdasarkan hasil analisis, kategori kecap memiliki pola *supplier* yang relatif lebih seimbang karena terdapat lebih dari satu *supplier* yang dapat dipertahankan sebagai mitra strategis. Strategi yang direkomendasikan untuk kategori kecap adalah *partnership and volume optimization*, yaitu mempertahankan ISBM dan LIM sebagai *supplier* strategis serta mengoptimalkan pembagian volume pembelian berdasarkan performa, kapasitas, kualitas, dan ketepatan waktu. Kategori sirup menunjukkan pola *single dominant supplier* karena *supplier* SL sangat dominan sebagai *supplier* utama. Meskipun SL layak dipertahankan sebagai *strategic partner*, kondisi ini juga menunjukkan adanya risiko ketergantungan terhadap satu *supplier*. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah *risk mitigation through supplier development*, yaitu mempertahankan SL sebagai *supplier* utama sekaligus mengembangkan BMM sebagai *supplier* alternatif. Pada kategori saus, terdapat dua *supplier* strategis, yaitu MUH dan FG, sehingga strategi yang direkomendasikan adalah *dual sourcing and supplier rationalization*. Strategi ini dilakukan dengan mempertahankan dua *supplier* utama untuk menjaga kontinuitas pasokan, meningkatkan fleksibilitas pengadaan, dan mengevaluasi *supplier non-preferred* agar struktur *supplier* menjadi lebih efektif.

Strategi pengelolaan *supplier* yang dirumuskan dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja, efisiensi, dan daya saing perusahaan. Dari sisi kinerja, pemilihan *supplier* berbasis AHP, COPRAS, dan SPM dapat membantu perusahaan meningkatkan *on time delivery*, menjaga kesesuaian spesifikasi bahan baku, menurunkan tingkat reject, serta memastikan kemampuan pemenuhan volume terutama pada periode high season. Dari sisi efisiensi, perusahaan dapat mengurangi biaya tambahan akibat *rework*, keterlambatan pasokan, *emergency purchase*, dan ketidaksesuaian kualitas. Dari sisi daya saing, perusahaan dapat membangun rantai pasok yang lebih stabil, responsif, dan berorientasi jangka panjang melalui kontrak berbasis KPI, evaluasi berkala, *joint planning*, *supplier development*, dan *supplier Relationship Management*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi metode AHP, COPRAS, dan SPM dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan pemilihan *supplier* secara lebih objektif, sistematis, dan berbasis data. Hasil penelitian tidak hanya menghasilkan peringkat *supplier* terbaik, tetapi juga memberikan arahan strategis dalam pengelolaan *supplier* berdasarkan posisi dan karakteristik masing-masing kategori produk. Dengan demikian, model pemilihan *supplier* yang diterapkan dalam penelitian ini dapat menjadi dasar bagi PT XYZ dalam menyusun strategi *procurement* yang lebih terukur, mengurangi risiko rantai pasok, meningkatkan efisiensi biaya, serta memperkuat daya saing perusahaan dalam industri FMCG.

Kata kunci: AHP, COPRAS, FMCG, pemilihan *supplier*, *supplier performance* model



## SUMMARY

NUR ALIFIA GARDIANTINI PUTRI. Supplier Selection Optimization Strategy Through the Application of a Supplier Selection Model in Manufacturing Industry. Supervised by RADEN DIKKY INDRAWAN and ASEP TARYANA.

The fast moving consumer goods (FMCG) industry is characterized by high demand, rapid product turnover, and highly dynamic market competition. In this industry, the continuity of raw material supply is one of the key factors that determines production smoothness, product quality consistency, cost efficiency, and company competitiveness. PT XYZ, as a food and beverage manufacturing company, requires raw materials that are available on time, meet quality standards, and comply with food safety requirements. Therefore, supplier selection becomes a strategic decision in supply chain management, as inappropriate supplier selection may lead to production delays, increased operational costs, high rejection rates, and decline in final product quality.

The problems faced by PT XYZ indicate that supplier selection cannot be based solely on the lowest price. The company's internal data show that some suppliers offering lower prices still have relatively high raw material rejection rates. This condition indicates that competitive pricing does not always reflect optimal supplier performance. In the context of the FMCG industry, companies need to consider several factors simultaneously, including quality, delivery timeliness, price, production capacity, flexibility, and warehouse capacity. Therefore, this study was conducted to identify the main factors in supplier selection, determine the priority of supplier selection criteria, apply multi-criteria decision-making methods, and formulate supplier management strategies that can improve company performance, efficiency, and competitiveness in a sustainable manner.

This research was conducted at PT XYZ, focusing on supplier selection for several product categories, namely soy sauce, syrup, and sauce. The data used in this study consisted of primary and secondary data. Primary data were obtained through interviews and questionnaires distributed to internal parties who understand procurement and supply chain processes. Secondary data were obtained from internal company documents, supplier performance reports, and literature related to supply chain management and multi-criteria decision-making methods. The sampling technique used was purposive sampling by selecting respondents who had knowledge and authority in the supplier selection process. The analytical methods applied in this study were the Analytical Hierarchy Process (AHP), Complex Proportional Assessment (COPRAS), and the supplier Performance Model (SPM).

The AHP method was used to determine the priority weights of the criteria and subcriteria in supplier selection. The results show that there are six main criteria relevant to supplier selection at PT XYZ, namely quality, delivery timeliness, price, production capacity, flexibility, and warehouse capacity. Based on the AHP weighting results, quality was found to be the most important criterion, with a weight of 0.446. This indicates that raw material quality is the most critical factor in supplier selection because it is directly related to specification conformity, rejection rate, food safety, and consistency of the final product. The second priority was delivery timeliness, with a weight of 0.174, followed by price at 0.154,



production capacity at 0.118, flexibility at 0.064, and warehouse capacity at 0.043. These results indicate that PT XYZ prioritizes suppliers that are able to maintain quality and supply reliability rather than suppliers that only offer low prices.

The subcriteria analysis shows that each criterion has different priority aspects. For the quality criterion, the main subcriterion was raw material specification conformity, with a weight of 0.461. For delivery timeliness, the most important subcriterion was on-time delivery, with a weight of 0.491. For the price criterion, price stability became the main priority, with a weight of 0.506. Furthermore, for production capacity, the ability to meet daily volume requirements was the main subcriterion, with a weight of 0.457. For flexibility, the ability to accommodate volume changes was the highest priority, with a weight of 0.463. Meanwhile, for warehouse capacity, the availability of safety stock was the most important aspect, with a weight of 0.493. These results indicate that an optimal supplier should not be assessed from only one aspect, but should have balanced capabilities in meeting the company's operational needs.

After the criteria weights were obtained through AHP, the COPRAS method was used to rank suppliers based on benefit and cost criteria. In the soy sauce category, the AHP results showed that ISBM was the best supplier with a value of 0.311, followed by LIM, MGA, and NP. The COPRAS results also showed that ISBM obtained the highest  $Q_i$  value of 0.300, making it the most optimal supplier for the soy sauce category. In the syrup category, SL was identified as the best supplier based on the AHP result of 0.518 and the COPRAS  $Q_i$  value of 0.465. In the sauce category, MUH was identified as the best based on the AHP result of 0.329 and the COPRAS  $Q_i$  value of 0.320. The consistency between the AHP and COPRAS results shows that the best suppliers in each category are not only superior based on priority criteria, but also have stronger actual performance when all benefit and cost aspects are considered comprehensively.

The next stage was mapping using the Performance Model. SPM was used to classify suppliers based on two dimensions, namely performance score and attractiveness score. The performance score was obtained from the COPRAS results, while the attractiveness score was obtained from the questionnaire assessing the attractiveness of suppliers as company partners. The SPM results in the soy sauce category show that ISBM and LIM are categorized as strategic partners, while MGA and NP are categorized as non-preferred suppliers. In the syrup category, SL is categorized as a strategic partner, BMM as a development supplier, and DUS as a non-preferred supplier. In the sauce category, MUH and FG are categorized as strategic partners, while BBAP and PAB are categorized as non-preferred suppliers. These findings show that each product category has a different supplier management pattern and requires a strategy that cannot be generalized across all categories.

Based on the analysis, the soy sauce category has a relative balanced supplier structure because more than one supplier can be maintained as a strategic partner. The recommended strategy for this category is partnership and volume optimization, which involves maintaining ISBM and LIM as strategic suppliers and optimizing purchase volume allocation based on performance, capacity, quality, and delivery timeliness. The syrup category shows a single dominant supplier pattern, as SL is highly dominant as the main supplier. Although SL should be maintained as a strategic partner, this condition also indicates a risk of dependency



on one main supplier. Therefore, the recommended strategy is risk mitigation through supplier development, which involves maintaining SL as the main supplier while developing BMM as an alternative supplier. In the sauce category, there are two strategic suppliers, namely MUH and FG. Therefore, the recommended strategy is dual sourcing and supplier rationalization. This strategy is carried out by maintaining two main suppliers to ensure supply continuity, improve procurement flexibility, and evaluate non-preferred suppliers so that the supplier structure becomes more effective.

The supplier management strategies formulated in this study are expected to improve company performance, efficiency, and competitiveness. In terms of performance, supplier selection based on AHP, COPRAS, and SPM can help the company improve on-time delivery, maintain raw material specification conformity, reduce rejection rates, and ensure the ability to meet volume requirements, especially during high season periods. In terms of efficiency, the company can reduce additional costs caused by rework, supply delays, emergency purchases, and quality nonconformities. In terms of competitiveness, the company can build a more stable, responsive, and long-term-oriented supply chain through KPI-based contracts, regular evaluation, joint planning, supplier development, and supplier Relationship Management.

Overall, this study shows that the integration of AHP, COPRAS, and SPM can help companies make supplier selection decisions in a more objective, systematic, and data-based manner. The results of this study not only produce supplier rankings, but also provide strategic directions for supplier management based on the position and characteristics of each product category. Therefore, the supplier selection model applied in this study can serve as a basis for PT XYZ in developing a more measurable procurement strategy, reducing supply chain risks, improving cost efficiency, and strengthening company competitiveness in the FMCG industry.

**Keywords:** AHP, COPRAS, FMCG, supplier selection, supplier performance model

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# **STRATEGI OPTIMALISASI PEMILIHAN *SUPPLIER* MELALUI PENERAPAN *SUPPLIER SELECTION MODEL* DALAM INDUSTRI MANUFAKTUR**

**NUR ALIFIA GARDIANTINI PUTRI**

Tesis  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen  
pada  
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



*@Hak cipta milik IPB University*

Tim Penguji pada Ujian Tesis:  
1 Dr. Ir. Handaya, M.M.  
2 Dr. Suhendi, S.P., M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Strategi Optimalisasi Pemilihan *Supplier* Melalui Penerapan  
*Supplier Selection Model* dalam Industri Manufaktur  
Nama : Nur Alifia Gardiantini Putri  
NIM : K1501241067

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Raden Dikky Indrawan, S.P., M.M.

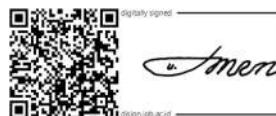


Pembimbing 2:  
Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana  
Manajemen dan Bisnis:  
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.  
NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:  
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.  
NIP. 196812291992031016



Tanggal Ujian: 23 Juli 2026

Tanggal Lulus:



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini berjudul Strategi Optimalisasi Pemilihan *Supplier* Melalui Penerapan *Supplier Selection Model* dalam Industri Manufaktur

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, bimbingan, dan dukungan selama proses penyusunan karya ilmiah ini diantaranya:

1. Bapak Dr. Raden Dikky Indrawan, S.P.,M.M dan Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P, M.M. selaku komisi pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan arah yang telah diberikan dari awal penyusunan karya ilmiah hingga akhir penulisan.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. dan dosen penguji seminar kolokium dan Ibu Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen penguji seminar hasil, serta Bapak selaku dosen penguji pada ujian sidang akhir, atas segala kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam proses penyempurnaan penelitian ini.
3. Kepada kedua orang tua Bapak Rohendi dan Ibu Rd Garmini, yang telah menjadi sumber kekuatan penulis melalui do'a, dukungan dan cinta yang tak tergantikan.
4. Sahabat-sahabat yang penulis cintai: Ibu Neno, Kak Putri, Kak Thifal serta teman-teman seperjuangan Sekolah Bisnis IPB angkatan E92 atas semangat, kebersamaan, dan dukungan moral yang tak ternilai selama perjalanan akademik ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

*Nur Alifia Gardiantini Putri*

Hak cipta milik IPB University

## DAFTAR ISI

|                                                                                               |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| DAFTAR TABEL                                                                                  | xvi  |
| DAFTAR GAMBAR                                                                                 | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                                               | xvii |
| I PENDAHULUAN                                                                                 | 1    |
| 1.1 Latar Belakang                                                                            | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah                                                                           | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian                                                                         | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian                                                                        | 5    |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian                                                                  | 6    |
| II TINJAUAN PUSTAKA                                                                           | 7    |
| 2.1 Manajemen Rantai Pasok                                                                    | 7    |
| 2.2 <i>Purchasing</i>                                                                         | 7    |
| 2.3 Seleksi dan Pemilihan <i>Supplier</i>                                                     | 8    |
| 2.4 Faktor-faktor dalam Pemilihan <i>Supplier</i>                                             | 8    |
| 2.5 Pengambilan Keputusan                                                                     | 10   |
| 2.6 Teori AHP                                                                                 | 10   |
| 2.7 Teori COPRAS                                                                              | 12   |
| 2.8 Integrasi AHP dan Copras dalam Pemilihan <i>Supplier</i>                                  | 12   |
| 2.9 Strategi Pemilihan <i>Supplier</i>                                                        | 13   |
| 2.10 Kajian Penelitian Terdahulu                                                              | 15   |
| 2.11 Kerangka Pemikiran                                                                       | 16   |
| III METODOLOGI PENELITIAN                                                                     | 19   |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian                                                               | 19   |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian                                                          | 19   |
| 3.3 Teknik Pengambilan, Pengolahan, dan Analisis Data                                         | 21   |
| IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN                                                            | 23   |
| 4.1 Analisis Optimalisasi Pemilihan <i>Supplier</i> Metode AHP                                | 23   |
| 4.2 Hasil Analisis Lanjutan COPRAS                                                            | 39   |
| 4.3 Hasil Analisis Lanjutan SPM                                                               | 41   |
| 4.4 Analisis Komparatif antar Kategori Produk                                                 | 46   |
| 4.5 Pola Strategis Masing-Masing Kategori                                                     | 48   |
| 4.6 Implikasi Strategi Pengelolaan <i>supplier</i>                                            | 50   |
| 4.7 Kontribusi Strategi <i>supplier</i> terhadap Kinerja, Efisiensi dan Daya Saing Perusahaan | 54   |
| 4.8 Implikasi Manajerial                                                                      | 55   |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                                                          | 57   |
| 5.1 Simpulan                                                                                  | 57   |
| 5.2 Saran                                                                                     | 57   |
| DAFTAR PUSTAKA                                                                                | 60   |
| LAMPIRAN                                                                                      | 63   |
| RIWAYAT HIDUP                                                                                 | 87   |



## DAFTAR TABEL

|    |                                                              |    |
|----|--------------------------------------------------------------|----|
| 1  | <i>Rejection</i> vs harga raw material                       | 4  |
| 2  | Kriteria pemilihan <i>supplier</i>                           | 9  |
| 3  | Kriteria pemilihan <i>supplier</i>                           | 10 |
| 4  | Kategori <i>supplier performance model</i>                   | 15 |
| 5  | Kajian penelitian terdahulu                                  | 15 |
| 6  | Teknik pengambilan, pengolahan, dan analisis data            | 21 |
| 7  | Hasil analisis kriteria                                      | 23 |
| 8  | Subkriteria kualitas                                         | 26 |
| 9  | Subkriteria ketepatan waktu                                  | 27 |
| 10 | Subkriteria harga                                            | 28 |
| 11 | Subkriteria kapasitas produksi                               | 28 |
| 12 | Volume bulanan kebutuhan <i>raw material</i> (data internal) | 29 |
| 13 | Subkriteria fleksibilitas                                    | 29 |
| 14 | Subkriteria kapasitas gudang                                 | 30 |
| 15 | Hasil analisis subkriteria                                   | 31 |
| 16 | Hasil analisis keseluruhan <i>global priority</i>            | 38 |
| 17 | Hasil analisis <i>global priority</i>                        | 39 |
| 18 | Hasil analisis <i>global priority</i>                        | 39 |
| 19 | Hasil normalisasi matriks terbobot                           | 40 |
| 20 | Nilai karakteristik Si-                                      | 40 |
| 21 | Nilai alternatif negatif (S-)                                | 41 |
| 22 | Nilai hitung Qi (rasionalisasi)                              | 41 |
| 23 | Nilai <i>performance score and attractiveness score</i>      | 42 |
| 24 | Hasil SPM                                                    | 46 |
| 25 | Hasil analisis komparatif antar kategori produk              | 46 |
| 26 | Pola strategis berdasarkan kategori produksi                 | 49 |
| 27 | Implikasi strategi pengelolaan <i>supplier</i>               | 51 |
| 28 | Implikasi strategi kategori kecap                            | 51 |
| 29 | Implikasi strategi kategori sirup                            | 52 |
| 30 | <i>supplier development bmm</i>                              | 52 |
| 31 | Strategi kategori saus                                       | 53 |
| 32 | Implikasi strategi kategori saus                             | 53 |
| 33 | Dampak strategi pemilihan <i>supplier</i>                    | 55 |
| 34 | Implikasi manajerial                                         | 56 |

@Hak cipta milik IPB University

## DAFTAR GAMBAR

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 1 <i>Market share</i> FMCG (Nielsen IQ,2023)           | 1  |
| 2 Perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia | 2  |
| 3 Top 5 produk kategori PT XYZ                         | 2  |
| 4 Diagram alir kerangka pikiran                        | 18 |
| 5 Struktur hirarki analitik                            | 25 |
| 6 SPM model                                            | 43 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Kuesioner penelitian                                                               | 64 |
| 2 Kuesioner penelitian Hasil Analisis AHP dengan Menggunakan <i>Expert Choice 11</i> | 70 |
| 3 Hasil analisis AHP, COPRAS, dan SPM Kategori Sirup                                 | 81 |
| 4 Hasil analisis AHP, COPRAS, dan SPM Kategori Saus                                  | 83 |